



**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH:

**SHINTA NAULI PASARIBU
NIM. 18 401 00031**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH:

**SHINTA NAULI PASARIBU
NIM. 18 401 00031**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

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

Oleh

**SHINTA NAULI PASARIBU
NIM. 18 401 00031**

PEMBIMBING I

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001**

PEMBIMBING II

**Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKHALIHASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Shinta Nauli Pasaribu
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 15 Maret 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. SHINTA NAULI PASARIBU yang berjudul "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah". 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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Nauli Pasaribu
NIM : 18 401 00031
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah**

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 15 Maret 2023

Saya yang Menyatakan,



SHINTA NAULI PASARIBU
NIM. 18 401 00031

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shinta Nauli Pasaribu
NIM : 18 401 00031
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 Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 15 Maret 2023

Saya yang menyatakan,



**Shinta Nauli Pasaribu
NIM. 18 401 00031**



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI

NAMA : SHINTA NAULI PASARIBU
NIM : 18 401 00031
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH

Ketua

Nofinawati, SEI., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota

Nofinawati, SEI., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Zulaika Matondang, M. Si
NIDN. 2017058302

Damri Batubara, M. A
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin/17 April 2023
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 77,5 (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 PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH

NAMA : SHINTA NAULI PASARIBU

NIM : 18 401 00031

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,



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

ABSTRAK

Nama :Shinta Nauli Pasaribu

NIM :1840100031

Judul :Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah.

Bank syariah merupakan bank dengan prinsip bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya, dalam perbankan syariah penyaluran dana biasa disebut dengan pembiayaan. Mayoritas pelaku UMKM yang ada di kota Rantauprapat merupakan mayoritas beragama Islam, Selain itu didukung dengan telah beroperasinya beberapa bank syariah di kota Rantauprapat, Namun minat rata-rata pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan masih kurang, hanya sebagian kecil pelaku usaha yang melakukan pembiayaan di bank syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh persepsi, pengetahuan, motivasi secara parsial dan simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan, motivasi secara parsial dan simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

Pembahasan penelitian berhubungan dengan ilmu perbankan syariah, yaitu menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan jasa perbankan syariah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori persepsi, teori pengetahuan dan teori motivasi

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, sumber data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah pelaku UMKM yang ada di kota Rantauprapat, sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Incidental sampling*, dengan 84 responden. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial persepsi berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah, dan juga pengetahuan berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah. Sedangkan motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah. Dan secara simultan (uji F) persepsi, pengetahuan, dan motivasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah sebesar 78,8 persen dan sisanya 21,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Minat, Persepsi, Pengetahuan, Motivasi.

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM melakukan Pembiayaan di Bank Syariah”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi uswatun hasanah bagi umat manusia di sepanjang zaman jalan yang diridhoi Allah SWT, juga kepada keluarga, hingga para sahabatnya.

Skripsi ini ditulis untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya.

Dengan penuh kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang sudah membantu peneliti sebelum maupun sesudah penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor I Bidang Akademik dan

Pengembangan Lembaga, serta Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah Lubis, S.E, M.M selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, dan Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah, Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syahada Padangsidempuan 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 saya hanturkan kepada keluarga tercinta (ayahanda Panolongi Pasaribu Dan Ibunda tercinta Rohani Ritonga) yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
8. Untuk saudara-saudari saya Hotma Sari Pasaribu, Rahmad Hasan Mulloh Pasaribu, Cahaya Bulan Pasaribu, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT. Serta seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti dalam menyelesaikan studi ini, serta memberi perhatian dan nasehat-nasehat penuh kepada peneliti dalam menjalani kehidupan yang lebih baik, dan mendukung peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta teman-teman seperjuangan di Program Perbankan Syariah 1 (Satu) Mahasiswa angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

10. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan sumbangan dan pikirannya untuk menyelesaikan penelitian ini Suci Ramadhani, Sariyana Ritonga, Sukma Anzani Manurung, Dian Amalia, Devi Paradilla Sari, Susilawati, Nuria Ulfa Siregar, Rika Maulidina dan Romauli Limbong, serta teman-teman seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi dan memberikan motivasi sampai skripsi ini selesai.
11. 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 karunia-Nya 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, Maret 2023

Peneliti,

Shinta Nauli Pasaribu
NIM. 18 401 00031

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A

ـَ	Kasrah	I	I
ـِ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى...آ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā

- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرِّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un

- النوء an-nau'u

- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مَرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa
mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

- اَللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْاَمْوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	14
E. Definisi Operasional Variabel	15
F. Tujuan Penelitian	16
G. Kegunaan Penelitian	17
H. Sistematika Pembahasan	18
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Minat	20
1. Pengertian Minat	20
2. Faktor-Faktor yang Mendasari Minat	21
3. Faktor yang mempengaruhi Minat	22
4. Indikator Minat	24
B. Persepsi	25
1. Pengertian Persepsi	25
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	26
3. Indikator Persepsi	27
4. Persepsi dalam Islam	28
C. Pengetahuan	31
1. Pengertian Pengetahuan	31
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengetahuan	31
3. Indikator Pengetahuan	32
4. Hubungan Pengetahuan dengan Minat	33
D. Motivasi	34
1. Pengertian Motivasi	34
2. Motivasi Intrinsik	35

3. Motivasi Ekstrinsik.....	36
4. Indikator Motivasi.....	36
5. Hubungan Motivasi dengan Minat.....	37
E. Penelitian Terdahulu.....	41
F. Kerangka Berpikir.....	41
G. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
B. Jenis Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel.....	44
D. Sumber Data Penelitian.....	47
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	47
1. Wawancara.....	48
2. Dokumentasi.....	48
3. Kuesioner.....	49
F. Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reabilitas.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	51
1. Analisis Deskriptif.....	51
2. Uji Normalitas Data.....	51
3. Uji Multikolinearitas.....	52
4. Uji Heteroskedastisitas.....	53
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
6. Uji Hipotesis.....	55
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
b. Uji Parsial (Uji t).....	55
c. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
1. Sejarah Singkat Rantauprapat.....	57
2. Sejarah Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Labuhanbatu.....	59
3. Lambang Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Labuhanbatu.....	61
B. Gambaran Umum Responden.....	62
1. Gambaran Umum Berdasarkan Jenis kelamin.....	62
2. Gambaran Umum Berdasarkan Pendidikan.....	63
3. Gambaran Umum Berdasarkan Usia.....	63
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	
1. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi.....	
2. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengetahuan.....	
3. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi.....	
4. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat.....	
D. Hasil Analisis Data.....	65
1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	65
2. Hasil Analisis Deskriptif.....	68
3. Hasil Uji Normalitas.....	69

4. Hasil Uji Asumsi Klasik	70
a. Hasil Uji Multikolinearitas	70
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
5. Hasil Uji Hipotesis.....	71
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
b. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	72
c. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	73
6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	74
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
F. Keterbatasan Penelitian.....	82

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	<i>Market Share</i> Perbankan Syariah.....	3
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel.....	15
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel III.1	Skala Likert.....	49
Tabel III.2	Kisi-Kisi Kusioner (Angket).....	49
Tabel IV.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel IV.2	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
Tabel IV.3	Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel IV.4	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi.....	
Tabel IV.5	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengetahuan.....	
Tabel IV.6	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi.....	
Tabel IV.7	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat.....	
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Persepsi.....	65
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Pengetahuan.....	65
Tabel IV.10	Hasil Uji Validitas Motivasi.....	66
Tabel IV.11	Hasil Uji Validitas Minat.....	66
Tabel IV.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel IV.13	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	68
Tabel IV.14	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	69
Tabel IV.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel IV.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel IV.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
Tabel IV.18	Hasil Uji t.....	72
Tabel IV.19	Hasil Uji F.....	73
Tabel IV.20	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Islam, yaitu dengan perjanjian akad antara bank dan nasabah untuk menyimpan dana, pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lain yang sesuai dengan prinsip syariah.¹ Salah satu fungsi bank syariah adalah menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat sebagaimana yang telah diatur dalam Undang – Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008. Penyaluran pembiayaan merupakan salah satu bisnis utama dan merupakan pendapatan utama bank syariah.² Bank syariah sebagai pemilik modal (*sahibul maal*) pada transaksi pembiayaan, seperti pada akad mudharabah pada dasarnya seluruh kerugian akibat dari akad tersebut akan ditanggung oleh pemilik modal atau bank syariah kecuali nasabah atau pengelola melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau melanggar aturan akad.

Terdapat beberapa tugas bank syariah dalam menjalankan kegiatannya, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kemasyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.³ Tugas bank syariah dalam menyalurkan dananya, bank syariah dapat

¹ Nofinawati, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hal. 7.

² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2018), hal. 9.

³ Kasmir, *Manajemen perbankan edisi revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 13.

memberikan berbagai bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah mempunyai lima bentuk utama, yaitu dengan pola bagi hasil terdapat *mudharabah* dan *musyarakah*, dengan pola jual beli terdapat *murabahah* dan *salam*, dan dengan pola sewa operasional maupun finansial terdapat *ijarah*.

Bank syariah merupakan bank dengan prinsip bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya (dalam perbankan syariah penyaluran dana biasa disebut dengan pembiayaan). Hal tersebut selaras dengan Undang-Undang No. 7 tahun 1992, yang mendefinisikan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil.

Produk pembiayaan disediakan oleh bank umum syariah/ unit usaha syariah/ BPRS, dan perusahaan pembiayaan.⁴ Penentuan harga bank yang berdasarkan prinsip syariah terhadap produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah menerapkan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain dalam hal pembiayaan usaha. Penentuan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah dengan cara bagi hasil, bank berdasarkan prinsip syariah mengharamkan penggunaan harga

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “Mengenal Lembaga Serta Produk dan Jasa Keuangan” (<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/316>), diakses 15 Juli 2022 pukul 14.20 WIB).

produknya dengan bunga tertentu. Ini berbanding terbalik dengan bank konvensional atau kredit di bank konvensional yang penentuan harganya berdasarkan bunga yang sifatnya tetap tanpa memperhatikan hasil usaha pihak yang dibiayai,⁵ Bunga bank termasuk riba, sehingga bunga bank juga diharamkan dalam ajaran Islam. Kredit disediakan oleh bank umum konvensional, BPR, dan Pegadaian.

Mayoritas penduduk Indonesia yakni menganut agama Islam. Akan tetapi, masih banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih bertransaksi di bank konvensional daripada di bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan *market share*. Dilihat dari tabel 1 dibawah data OJK (Otoritas Jasa Keuangan), bahwa *market share* perbankan syariah di tahun 2021 sebesar 6,59% terhadap seluruh aset industri perbankan nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim Indonesia masih belum sepenuhnya tertarik pada bank syariah.

Tabel I.1

Market Share Perbankan Syariah 2017-2021

<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2017 (5, 57%)	Bank Umum Syariah	68,08%
	Unit Usaha Syariah	29,40%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,52%
<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2018 (5, 96%)	Bank Umum Syariah	64,99%
	Unit Usaha Syariah	32, 43%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,58%

⁵ Onan Marakali Siregar dkk., *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah* (Medan: Puspantara, 2020), ha;. 6.

<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2019(5, 95%)	Bank Umum Syariah	64,68%
	Unit Usaha Syariah	32,83%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,49%
<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2020 (6, 18%)	Bank Umum Syariah	65,33%
	Unit Usaha Syariah	32,17%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,50%
<i>Market Share</i> Perbankan Syariah 2021 (6,59%)	Bank Umum Syariah	65,15%
	Unit Usaha Syariah	32,42%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,43%

Sumber: Snapshot Perbankan Syariah 2017-2021 OJK

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia tidak selalu diimbangi dengan pertumbuhan signifikan atas *market share* dari perbankan syariah atas perbankan nasional. Pangsa pasar perbankan syariah per Juni 2021 hanya menyentuh angka 6,59%, dibandingkan dengan 93,41% oleh pangsa pasar bank konvensional yang mendominasi perbankan nasional. Rendahnya *market share* bank syariah dibandingkan bank konvensional dikarenakan banyak dari masyarakat yang masih memilih untuk menggunakan perbankan konvensional dibandingkan dengan bank syariah, sehingga hal tersebut merupakan salah satu bentuk dari rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah. Minat dalam kaitannya pada bank syariah adalah keinginan atau gairah masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai pilihan layanan perbankan mereka. Salah satu peran perbankan syariah yang termasuk kedalam layanannya yaitu

menyalurkan dana sebagai bentuk pembiayaan yang dilakukan oleh masyarakat atau pelaku usaha.

Menurut Pandji, minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Selain itu Kotler mendefinisikan minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.⁶ Menurut Sardiman minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri. Dari pengertian sardiman tersebut dapat kita peroleh bahwa minat itu adalah ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan atau kebutuhan. Dimana dapat kita simpulkan bahwa minat adalah keinginan atau kebutuhan.⁷

Penelitian ini dilakukan di Rantauprapat, dengan penduduk mayoritas muslim sebanyak 499.982 jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut pelaku UMKM di wilayah tersebut terdapat sebanyak 504 pelaku industri kecil, Menurut wawancara awal peneliti dengan salah satu pelaku UMKM di wilayah tersebut yaitu Darman pemilik Bengkel sepeda motor di Jalan Manab lubis Rantauprapat menjelaskan bahwa usaha tersebut adalah salah satu

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13, Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 20.

⁷ Trygu, *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan hubungannya dengan minat belajar matematika* (Bogor: Guepedia, 2021), hal. 21.

penghasilannya namun menghadapi permasalahan permodalan sehingga melakukan pembiayaan, namun beliau memilih melakukan pembiayaan KUR di bank konvensional, alasannya karena pembiayaan bank syariah dengan bank konvensional hampir sama hanya beda hukum nya saja yang berdasarkan syariat Islam.⁸

Keputusan Darman memilih bank syariah juga karena faktor lokasi yang terdekat, menurut persepsi beliau semakin dekat lokasinya semakin mudah untuk melakukan pembayaran atau pun kegiatan lainnya. Sebenarnya beliau memiliki dorongan untuk melakukan pembiayaan di bank syariah tetapi sudah terlanjur melakukan pinjaman di bank konvensional. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan Nolong pemilik salah satu Depot air minum isi ulang di Rantauprapat, Nolong mengambil pembiayaan KUR di bank konvensional alasan beliau karena sudah lama bermitra dengan bank konvensional tersebut.⁹ Sebenarnya beliau sudah mengetahui sedikit banyaknya tentang bank syariah namun belum berminat untuk bermitra dengan bank syariah. Selanjutnya, wawancara dengan Mirna Nasution pemilik salah satu usaha industri kecil yaitu toko kelontong di Jalan Kampung Sawah. Ibu tersebut melakukan pembiayaan di pegadaian syariah dengan alasan lebih dekat lokasinya dan adanya penerapan prinsip yang sesuai dengan syariah serta kemudahan dalam pencairan dana pembiayaan.¹⁰ Dari paparan diatas diketahui

⁸ Wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah Rantauprapat, Darman, Tanggal 27 Mei 2022, Pukul 10.30 WIB.

⁹ Wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah Rantauprapat, Nolong, Tanggal 22 Juni 2022 Pukul 11.23 WIB.

¹⁰ Wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah Rantauprapat, Mirna Nasution, Tanggal 22 Juni 2022 Pukul 13.55 WIB.

bahwa pada nyatanya, beberapa pelaku usaha tersebut yang telah peneliti wawancarai kurang tertarik atau berminat dalam melakukan pembiayaan serta menggunakan jasa produk yang telah ditawarkan bank syariah.

Minat rata-rata masyarakat dalam mengetahui suatu hal tergolong tinggi, termasuk minat mereka untuk menggunakan jasa dan produk perbankan sebenarnya sudah ada pada masyarakat di Rantauprapat tersebut, tetapi minat untuk melakukan pembiayaan di bank syariah masih sangat sedikit. Dari berbagai hasil penelitian terdahulu banyak ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat, seperti motivasi, persepsi, dan pembelajaran.¹¹

Sesuai dengan pembahasan yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu variabel minat menjadi pedoman dalam mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi dalam mengetahui minat melakukan pembiayaan pelaku usaha. Persepsi, pengetahuan, dan motivasi secara umum memiliki pengaruhnya terhadap minat seseorang untuk menentukan sebuah keputusan.

Persepsi merupakan suatu proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indra, yang mana kunci dari timbulnya sebuah persepsi adalah minat. Maka dari itu dapat dipahami bahwa persepsi merupakan bentuk dari segala macam informasi yang didapatkan dari berbagai sumber.¹² Persepsi menjadi salah satu faktor penentu dalam memahami informasi atau pengetahuan yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan minat. Penumbuhan minat pelaku usaha guna untuk menarik pelaku usaha untuk menggunakan pembiayaan yang

¹¹ Danang Sunyato, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hal. 270.

¹² Bakhtiar Amsal, *Filsafat Ilmu* (Jakarta: PT. Grafindo Parsada, 2013), hal. 210.

dipromosikan maka harus bisa menimbulkan persepsi yang positif terhadap produk yang ditawarkan.

Selain dari persepsi, pengetahuan juga dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan minat untuk melakukan sesuatu. Menurut KBBI pengetahuan berasal dari kata tahu. Sedangkan pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal yang dilihat dan dirasakan oleh panca indrawi.¹³ Pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media massa, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan nasabah hal yang penting akan memilih produk di bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil atau bank konvensional yang menggunakan sistem bunga. secara teori faktor pengetahuan berpengaruh terhadap minat.¹⁴ Ketika pengetahuan seseorang meningkat terhadap sesuatu yang diinginkannya juga akan meningkat. Artinya dengan dimilikinya pengetahuan mengenai bank syariah dan segala keuntungan yang akan didapatkan ketika melakukan pembiayaan, ini juga bakal memberikan efek kepada keinginan atau minat seseorang untuk melakukan pembiayaan di bank Syariah.

Sesuai dengan teori-teori tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan persepsi, pengetahuan, dapat menjadi pendorong seseorang untuk menjadikannya melakukan pembiayaan di bank syariah. Minat ini yang akan menjadikan seseorang menentukan keputusan akhir dalam mengambil sebuah tindakan. Di dalam teori jika persepsi itu baik maka minatnya untuk melakukan

¹³ Departemen Nasional Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2016), hal. 1121, <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.

¹⁴ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), hal. 75.

pembiayaan itu baik. Lalu jika pengetahuan itu meningkat maka minat untuk melakukan pembiayaan juga pasti meningkat. Namun fakta yang sesuai dilapangan itu persepsi dan pengetahuan itu sudah terpenuhi atau baik tetapi minat melakukan pembiayaan pelaku usaha masih rendah. Sehingga ada terdapat kesenjangan teori dengan fakta.

Pelaku usaha sebagai salah satu komponen masyarakat yang layak dijadikan pertimbangan untuk menambah jumlah nasabah. Sebagian dari para pelaku usaha tersebut lebih memilih bank yang memberikan keuntungan kepada mereka. Secara umum masyarakat khususnya pelaku usaha tentu akan memilih bank yang dapat memeberikan keuntungan dan kemudahan. Masyarakat akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan maksimal dalam memenuhi kebutuhan.¹⁵ Akan tetapi kesadaran masyarakat untuk memilih produk pembiayaan yang Islami cukup rendah. Keuntungan mengajukan pembiayaan di Bank Syariah selain sesuai ajaran Islam, juga proses pengajuan mudah dan cepat, serta memiliki angsuran yang ringan tentunya produk pinjaman sesuai dengan kebutuhan. Dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh bank syariah dalam mengajukan pembiayaan tersebut tetapi pelaku usaha masih memilih melakukan pembiayaan di bank konvensional.

Selain itu, seperti yang telah kita ketahui bank syariah menggunakan prinsip syariah yang bebas dari riba, para pelaku usaha yang ada di Rantauprapat termasuk mayoritas muslim yang mengetahui hukum tersebut

¹⁵ Tukma dkk., "Analysis Of Public Interest In Banking Products," *Journal of Sharia Banking* Vol. 2, no. 2 (Desember 2021): hal. 2.

seharusnya dapat memberikan motivasi untuk melakukan pembiayaan di bank syariah dibandingkan di bank konvensional. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan persepsi pelaku usaha maka akan semakin besar kemungkinan pelaku usaha melakukan pembiayaan di bank syariah. Hal ini mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh Moch Aris Dwi Saputro yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan dan persepsi terhadap minat.¹⁶

Motivasi terbentuk dari suatu proses yang merupakan gabungan antara konsep kebutuhan, tujuan, dorongan dan imbalan. Motivasi juga dapat menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu. Sebab itu faktor motivasi sangat berpengaruh terhadap minat. Dalam diri manusia terdapat dorongan-dorongan (motif-motif) yang mendorong manusia untuk berinteraksi dengan dunia luar. Sehingga motivasi dari dalam diri seseorang itu sendiri maupun dari luar mampu mempengaruhi minat.¹⁷ Motivasi dan minat merupakan sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lainnya, motivasi mendorong timbulnya minat, semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh para pelaku usaha maka semakin kuat minat pelaku usaha dalam mengkonsumsi produk. Jadi kesimpulan dari penjelasan di atas bahwa faktor yang mempengaruhi minat yaitu motivasi.

Motivasi yang dimaksud dalam penelitian ini berkenaan dengan faktor dorongan pemenuhan pembiayaan usaha serta faktor religiusitas. Dalam

¹⁶ Moch Aris Dwi Saputro, "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," (*Skripsi, IAIN Tulungagung*), 2020.

¹⁷ Said Yunus dkk., "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa STIM Pase Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol. 4, no. 1 (Maret 2020): hal. 12.

penelitian ini, motivasi pelaku usaha untuk melakukan pembiayaan di bank syariah termasuk baik. Dari segi motivasi atau dorongan dari dalam diri individu sudah ada. Sehingga seharusnya memunculkan minat melakukan pembiayaan di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Moch Aris Dwi Saputro dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah tidak berpengaruh terhadap perilaku seseorang.¹⁸ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Moch Aris Dwi Saputro berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Intan Amani dapat disimpulkan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Dalam penelitian tersebut persepsi yang positif terhadap suatu produk tidak menjadi alasan seseorang menggunakan produk tersebut. Seperti disimpulkan dari penelitian Nuril Fijri menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. persepsi memiliki pengaruh penting terhadap minat menabung di Bank Syariah yang pada kenyataannya dalam penelitian ini faktor persepsi sangat memiliki pengaruh yang penting pada minat menabung mahasiswa.¹⁹

Penelitian lainnya oleh Eva Yasika Wijayati menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung sehingga pengetahuan tentang perbankan syariah perlu ditingkatkan melalui pendidikan,

¹⁸ Moch Aris Dwi Saputro, "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah."

¹⁹ Nuril Fijriah, "Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syari'ah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018)," (*Skripsi, Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan*), 2018.

media massa dan perhatian terhadap Bank Syariah.²⁰ Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Iqbal yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah.²¹ Sedangkan dalam jurnal Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pengusaha UMKM mengajukan pembiayaan di bank syariah.²²

Beberapa hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Berbagai penelitian diatas menunjukkan hasil yang berbeda dikarenakan beberapa faktor yang menjadi penyebab perbedaan dalam hasil penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh persepsi, pengetahuan, dan motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah”**

²⁰ Eva Yasika Wijayati, “Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo,” (*Skripsi, IAIN Ponorogo*), 2019.

²¹ Muhammad Iqbal, Abdul Hamid, dan Mastura, “Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah,” *Jurnal Investasi Islam* Vol. 4, no. 2 (2019).

²² Nurul Azmi dan Muhammad Haris, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh,” *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* Vol. 1, no. 1 (Mei 2019).

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang terdapat pada fenomena yang telah dipaparkan dalam latar belakang dan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Minat pelaku UMKM masih rendah untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.
2. Banyak dari para pelaku UMKM lebih memilih melakukan kredit di bank konvensional.
3. Masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan masyarakat tentang bank syariah.
4. Pengetahuan pelaku UMKM tentang pembiayaan yang ada di bank syariah masih relatif rendah.
5. Motivasi atau dorongan dari dalam diri individu sudah ada tetapi belum dapat menggerakkan untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.
6. Kemudahan yang ada di bank syariah dalam melakukan pengajuan pembiayaan tetapi belum dapat menarik minat para pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan penjelasan pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti perlu membatasi masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini agar lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok

penelitian. Maka fokus dari penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi terhadap minat pelaku UMKM di Rantauprapat melakukan pembiayaan di bank syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi, pengetahuan, dan motivasi secara simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Definisi operasional variabel ini berupa informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Dimana penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Definisi Operasional Variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel. I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Minat (Y)	Minat dapat diartikan sebagai keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Prefensial 4. Minat Eksploratif 	Interval
Persepsi (X ₁)	Persepsi merupakan suatu proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penginderaan (Sensasi) 2. Atensi 3. Interpretasi 	Interval
Pengetahuan(X ₂)	Pengetahuan adalah informasi yang diberikan kepada seseorang subjek mengenai kebenaran atau ketepatan reaksinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan Pembelian 3. Pengetahuan Pemakaian 	Interval

Motivasi (X_3)	Motivasi merupakan keadaan yang diaktivasi atau digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan, dalam hal ini termasuk dorongan, keinginan dan hasrat	1. Motivasi Rasional 2. Motivasi Emosional	Interval
--------------------	--	---	----------

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi secara simultan terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi seluruh pihak. Kegunaan yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui sejauh mana teori-teori yang didapat selama perkuliahan dan bermanfaat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang terjadi dalam satu perusahaan.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan di harapkan menjadi sumber informasi yang dapat memberikan ilmu pengetahuan serta menambah koleksi kepustakaan dan agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan masukan dan sumber informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya sehingga hasilnya dapat lebih baik dari peneliti terdahulu.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan guna untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi, maka peneliti mengklasifikasikannya menjadi lima bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang di dalamnya menjelaskan Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Defenisi operasional variabel, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sitematika Pembahasan. Pembahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah yang

telah ditentukan akan membahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan peneliti selanjutnya.

Bab II Landasan Teori yang didalamnya membahas Pengertian Minat, Pengertian Persepsi, Pengertian Pengetahuan, Pengertian Motivasi, Penelitian terdahulu, kerangka pikir, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan hasil kajian teori. secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan yang mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

Bab III Metode Penelitian di dalamnya terdiri dari lokasi penelitian dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, instrumen pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum, seluruh pembahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data

yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna untuk memperlancar pelaksanaan peneliti. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian, keseluruhan hasil ada pada bab V.

Bab V Penutup yang terdiri terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat

Minat dalam kamus umum Bahasa Indonesia mempunyai arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (KBBI). Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan bahwa minat adanya pengertian subjek terhadap obyek yang menjadi sasaran karena obyek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan perasaan senang sehingga cenderung kepada obyek tersebut. Minat adalah kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi ada sangkut paut dengan dirinya.¹

Menurut Slameto menyatakan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.² Menurut Sardiman minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri. Dari pengertian Sardiman tersebut dapat kita peroleh bahwa minat itu adalah ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan

¹ Haryu Islamuddin, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal. 261.

² Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hal. 180.

keinginan-keinginan atau kebutuhan. Dimana dapat kita simpulkan bahwa minat adalah keinginan atau kebutuhan.³

2. Faktor-faktor yang mendasari minat

Minat pada hakekatnya minat merupakan sebab akibat dari pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Menurut Crow and Crow faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :⁴

a. *The Factor Inner Urge/ Faktor Dari Dalam*

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Misalnya kecenderungan terhadap keputusan pembelian, dalam hal inilah seseorang mempunyai hasrat ingin tahu terhadap suatu produk.

b. *The Factor of Social Motive/ Faktor Motif Sosial*

Minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.

c. *Emosional Factor/ Faktor Emosional*

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

³ Trygu, *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan hubungannya dengan minat belajar matematika*, hal. 21.

⁴ Makmun Khairani, *Psikologi Belajar* (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2014), hal. 139.

Misalnya, perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

Berdasarkan beberapa paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan dorongan yang mampu memberikan hasil atau tujuan yang diinginkan seseorang, sehingga semakin tinggi pengetahuan seseorang dalam mencari informasi yang diinginkannya maka semakin tinggi pula minatnya dalam melakukan kegiatan tersebut.

3. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu :

a. Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi pengalaman belajar individu tentang kejadian dimasa lalu, serta pengaruh sikap dan keyakinan individu. Pengalaman belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman yang terjadi sebelumnya. Pengalaman belajar konsumen sangat mempengaruhi munculnya minat konsumen untuk melakukan pembiayaan. Dalam faktor psikologis dipengaruhi oleh beberapa faktor :⁵

⁵ Sunyato, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, hal. 270.

- 1) Motivasi

Perilaku seseorang dimulai dengan adanya suatu motif yang menggerakkan individu dalam mencapai tujuan konsumen.

- 2) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

- 3) Pembelajaran

Belajar menjelaskan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Perubahan perilaku tersebut bersifat tetap dan fleksibel dan hasil perubahan tersebut memberikan tanggapan tertentu untuk menginginkan sesuatu.

- b. Faktor Pribadi

Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk. Oleh karena itu, pegawai pelayanan sangat penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Faktor pribadi yang dimaksud ini adalah konsep diri seseorang. Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri. Faktor pribadi terbagi menjadi dua faktor yakni :

- 1) Gaya Hidup

Merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup merupakan gambaran keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

2) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah pola dari sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap, dan watak. Sedangkan konsep diri mempengaruhi perilaku seseorang dalam menginginkan sesuatu.

c. Faktor Sosial

Faktor sosial yang dimaksud adalah kelompok acuan. Dimana kelompok acuan adalah kelompok yang mampu mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen.

4. Indikator minat

Ada beberapa ciri-ciri seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa, dapat dilihat⁶

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal yang positif.
- c. Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut.

⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 168-169.

- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

B. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari kata *perception* (Inggris) yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran sebagai aspek dan gejala di sekitarnya. Istilah persepsi berasal dari bahasa Inggris “*Perception*” yang dapat diartikan sebagai penglihatan atau tanggapan daya memahami atau menanggapi.⁷ Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Persepsi adalah suatu proses penginderaan yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menfasirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka.⁸ Menurut Walgito, persepsi merupakan yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu, sehingga merupakan sesuatu yang berarti.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat dipahami bahwa persepsi adalah proses pengenalan seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya sehingga menimbulkan suatu informasi dan

⁷ Wiwien Dinar Prastiti dan Susatyo Yuwono, *Psikologi Eksperimen* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2018), hal. 138.

⁸ Dudih Sutrisman, *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa* (Bogor: Guepedia, 2019), hal. 76.

pengetahuan sehingga membentuk suatu pandangan atau persepsi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi pelaku UMKM berarti suatu pandangan, kesan ataupun penilaian daripada pelaku UMKM yang mendorong minat mereka untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi menjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut:⁹

- a. Sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- b. Motivasi, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- c. Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- d. Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.

⁹ Amsal, *Filsafat Ilmu*, hal. 212.

- e. Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- f. Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
- g. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dalam hal ini adalah semua faktor persepsi ini tergantung pada seberapa besar peran aktif individu terhadap apa yang sedang diperhatikan, dirisaukan, dibutuhkan serta apa saja yang dialaminya selama ini.

3. Indikator Persepsi

Menurut Donni Juni Priansa inti dari komunikasi adalah persepsi, sedangkan inti dari persepsi itu sendiri adalah penafsiran. Dengan demikian maka dimensi persepsi adalah sebagai berikut:¹⁰

a. Penginderaan (Sensasi)

Penginderaan dapat ditangkap melalui panca indera konsumen seperti, mata sebagai indera penglihatan dalam menyampaikan pesan ke otak untuk kemudian diinterpretasikan, telinga sebagai indera

¹⁰ Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, hal. 154-155.

pendengaran juga dalam menyampaikan pesan ke otak untuk kemudian ditafsirkan, hidung sebagai indera penciuman, kulit sebagai indera peraba, lidah sebagai indera perasa.

b. Atensi

Dalam proses persepsi, atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum konsumen memberikan respon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, konsumen tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi adalah sebuah pesan yang diterima konsumen melalui salah satu atau lebih indera konsumen tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi.

4. Persepsi dalam Islam

Persepsi adalah fungsi psikis yang penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitas kehidupan yang dihadapi manusia. Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhilafahan diberikan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an, beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Dalam QS. Al-Mukminun ayat 12-24 juga disebutkan proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga dan mata, tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi ini

merupakan fungsi vital bagi manusia dan disebutkan selalu dalam keadaan bersamaan.

Proses persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuannya terhadap alam luar. Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman.¹¹ Alat indera yang dimiliki oleh manusia berjumlah lima macam yang bisa disebut dengan panca indera. Panca indera merupakan suatu alat yang berperan penting dalam melakukan persepsi, karena dengan panca indera inilah individu dapat memahami informasi menjadi sesuatu yang bermakna. Di dalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78 yaitu :

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ

تَشْكُرُونَ ٧٨

¹¹ Sukatin, Andri Astuti, dan Zulqarnain, *Psikologi manajemen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2021), hal. 22.

Artinya : “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun. Dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati agar kamu bersyukur”.¹²

Ayat ini menyatakan, Dan sebagaimana Allah mengeluarkan kamu berdasar kuasa dan ilmu-Nya dari perut ibu-ibu kamu sedang tadinya kamu tidak wujud, maka demikian juga Dia dapat mengeluarkan kamu dari perut bumi dan menghidupkan kamu kembali. Ketika Dia mengeluarkan kamu dari ibu-ibu kamu, kamu semua dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun yang ada di sekeliling kamu dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan-penglihatan dan aneka hati, sebagai bekal dan alat-alat untuk meraih pengetahuan agar kamu bersyukur dengan menggunakan alat-alat tersebut sesuai dengan tujuan Allah menganugerahkannya kepada kamu.¹³

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga manusia dapat merasakan atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

Persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera,

¹² Kementrian Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya*, (Jakarta:Kementrian Agama RI, 2018) hal. 275.

¹³ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah* (Jakarta : Lentera Hati, 2000), hal. 437.

seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan hati dan akal.

C. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Menurut KBBI pengetahuan berasal dari kata tahu. Sedangkan pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal yang dilihat dan dirasakan oleh panca indrawi.¹⁴ Pengetahuan ialah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu, pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Pengetahuan adalah semua milik atau isi pikiran, dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari ketidaktahuan manusia dan berusaha untuk tahu.¹⁵

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang, diantaranya:¹⁶

a. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses pengubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok atau juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

¹⁴ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hal. 1121.

¹⁵ Bakhtiar Amsal, *Filsafat Ilmu* (Jakarta: PT. Grafindo Parsada, 2013), hal. 85.

¹⁶ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 42.

b. Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Misalnya televisi, radio, koran, papan reklame, dan majalah.

c. Keterpaparan Informasi

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau dapat pula transfer pengetahuan. Informasi dapat mencakup data, teks, *image*, suara, kode, program komputer, data database. Informasi juga dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari yang diperoleh dari data observasi terhadap dunia sekitar serta diteruskan melalui komunikasi.

3. Indikator Pengetahuan

Menurut Sumarwan membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam yaitu sebagai berikut:

a. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

b. Pengetahuan Pembelian

Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk,

maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen dimana konsumen bisa membeli produk tersebut.

c. Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak bisa berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.¹⁷

4. Hubungan Pengetahuan dengan Minat Melakukan Pembiayaan

Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Sedangkan

¹⁷ Ujang Sumarwan, *Perspektif Perilaku Konsumen Teori dan Marketing plan* (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018), hal. 255.

pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai kumpulan dari keseluruhan informasi yang sesuai dengan fungsi konsumen dipasar. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen/pelaku UMKM adalah semua informasi yang dimiliki pelaku UMKM mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen/pelaku UMKM. Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat melakukan pembiayaan. Jadi semakin tinggi pengetahuan konsumen atau pelaku UMKM maka semakin tinggi minat melakukan pembiayaan di bank syariah dan sebaliknya.¹⁸

D. Motivasi

1. Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan akar kata dari Latin *movere*, yang berarti gerak atau dorongan untuk bergerak atau yang menggerakkan. Motivasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi perilaku manusia, motivasi disebut juga sebagai pendorong, keinginan, pendukung atau kebutuhan-kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat dan termotivasi untuk mengurangi serta memenuhi dorongan diri sendiri, sehingga dapat bertindak dan berbuat menurut cara-cara tertentu yang akan membawa ke arah yang optimal.¹⁹

¹⁸ Kristiyadi Sri Handayani, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika* 5, no. 9 (2016): hal. 46.

¹⁹ Raja Maruli Tua Sitorus, *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja* (Surabaya: Scorindo Media Pustaka, 2020), hal. 56.

Motivasi dalam bahasa Inggris *motivation* yang kata dasarnya *motive* artinya dorongan, sebab, atau alasan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam buku-buku manajemen termasuk perilaku organisasi, motivasi dikatakan sebagai komponen utama dari kepemimpinan (*leadership*). Terkait dengan motivasi, seseorang pada dasarnya melakukan sesuatu didasarkan atas motivasi.²⁰

Motivasi adalah suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu. Motivasi dilihat sebagai pengejaran terhadap suatu tujuan yang ingin dicapai, terutama tujuan pribadi. Semakin tinggi yang kita berikan pada suatu hadiah, semakin besar kemungkinan kita melakukan kegiatan yang akan menghasilkan hadiah itu.²¹

2. Motivasi Intrinsik

Motivasi Intrinsik adalah dorongan atau keperluan atau keinginan yang tidak perlu disertai perangsang dari luar. Motivasi dari dalam timbul pada diri pekerja waktu dia menjalankan tugas-tugas atau pekerjaan dan bersumber dari dalam diri pekerja itu sendiri. Dengan demikian berarti juga bahwa kesenangan pekerja muncul pada waktu dia bekerja dan dia sendiri menyenangi pekerjaan itu.

Motivasi muncul dari dalam diri individu, karena memang individu itu mempunyai kesadaran untuk berbuat. Manusia seperti ini jarang

²⁰ Ketut Swarjana, *konsep pengetahuan, sikap, perilaku, persepsi, stress, kecemasan, nyeri, dukungan sosial, kepatuhan, pandemi covid-19, akses layanan kesehatan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022), hal. 157.

²¹ Irham Fahmi, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep Dan Kinerja* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hal. 87.

cincong atau menggerutu. Baginya berbuat adalah suatu kewajiban, laksana makan sebagai kebutuhan. Paksaan, ancaman, atau imbalan yang bersifat eksternal lainnya memang penting. Akan tetapi tidaklah lebih penting ketimbang aspek-aspek nirmaterial.²²

3. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah dorongan atau keperluan atau keinginan yang perlu disertai perangsang dari luar. Motivasi ekstrinsik (dari luar) ini juga bisa dikatakan muncul dari luar diri seseorang, kemudian selanjutnya mendorong orang tersebut untuk membangun dan menumbuhkan semangat motivasi pada diri orang tersebut untuk merubah seluruh sikap yang dimiliki olehnya saat ini kearah yang lebih baik.²³

4. Indikator Motivasi

Dalam motivasi seseorang menggunakan sebuah produk terbagi menjadi dua, yaitu:²⁴

- a. Motivasi rasional adalah motivasi yang didasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta obyektif keadaannya, misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, dan efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima.
- b. Motivasi emosional yang berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh pancaindera misalnya dengan memiliki

²² Nandan Limakrisna, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), hal. 153.

²³ Limakrisna, hal. 154.

²⁴ Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono, *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen* (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018), hal. 120.

suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik. Pada saat seseorang akan mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional.

5. Hubungan Motivasi dan Minat

Motivasi dan minat merupakan sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lainnya, motivasi mendorong timbulnya minat, semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh konsumen maka semakin kuat minat konsumen dalam mengkonsumsi produk. Jadi kesimpulan dari penjelasan diatas bahwa faktor yang mempengaruhi minat yaitu motivasi. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka ia akan terdorong untuk berperilaku menggunakan produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Menurut Supranto motivasi merupakan kekuatan yang enerjik yang menggerakkan perilaku dan memberikan tujuan dan arah pada perilaku.²⁵

2. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, Peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian sebagai berikut:

²⁵ Muhammad Iqbal dan ,dkk, “Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Di Aceh Tamiang,” *Jurnal Investasi Islam* 4, no. 2 (2019): hal. 155.

Tabel. II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Moch Aris Dwi Saputro (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020)	Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat menabung Di Bank Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung Angkatan 2016)	Variabel persepsi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank Syariah. Variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank Syariah. Variabel motivasi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank Syariah. Pengujian secara Bersama-sama diketahui variabel persepsi, pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank Syariah.
2.	Aisyah (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)	Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung serta dampaknya pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat, dimana persepsi mendorong minat masyarakat untuk menabung. Pengetahuan masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menabung. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung. Dalam penelitian ini variabel religiusitas belum dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap minat menabung maupun keputusan menjadi nasabah.

3.	Eva Yasika Wijayanti (Skripsi IAIN Ponorogo, 2019)	Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo	Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Secara simultan persepsi dan pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
4.	Nandanisasi Anjarkasih (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019)	Persepsi dan Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah.	Persepsi yang timbul dalam diri masing-masing pelaku UMKM terhadap bank syariah baik namun tidak mempengaruhi minat mereka melakukan transaksi di bank syariah.
5.	Nurul Azmi, & Muhammad Haris Riyaldi (Jurnal, Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, 2019)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah.	Secara parsial, pengetahuan, reputasi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat. Sementara motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pengusaha UMKM mengajukan pembiayaan di bank syariah. Pengetahuan, reputasi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat. Sementara motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pengusaha UMKM mengajukan pembiayaan di bank syariah.

Berdasarkan Tabel. 3 diatas terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu:

- a. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Moch Aris Dwi Saputro menggunakan penelitian

kuantitatif dan alat analisis yang digunakan adalah statistik regresi linear berganda serta variabel bebasnya meneliti tentang pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada variabel terikatnya yaitu meneliti tentang minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Tulungagung dalam memilih tabungan.

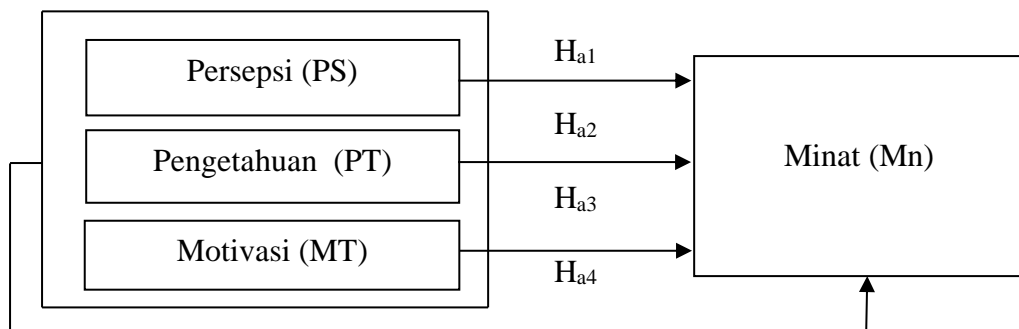
- b. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aisyah pada variabel bebasnya (X_1) meneliti tentang pengaruh persepsi dan (X_2) pengetahuan. Sedangkan Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui *software Smart PLS*. Dan pada variabel terikatnya (Y) adalah minat menabung.
- c. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eva Yasika Wijayanti pada variabel bebasnya (X_1) meneliti tentang pengaruh persepsi dan (X_2) pengetahuan. Sedangkan perbedaannya variabel terikatnya (Y) adalah menabung di bank syariah.
- d. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nandanisasi Anjarkasih adalah meneliti tentang persepsi dan pengetahuan. Sedangkan perbedaannya adalah menggunakan penelitian kualitatif dan variabel terikatnya (Y) adalah transaksi di bank syariah.
- e. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Azmi dan Muhammad Haris Riyaldi

menggunakan penelitian kuantitatif dan alat analisis yang digunakan adalah statistik regresi linear berganda dan variabel terikatnya (Y) adalah mengajukan pembiayaan di bank syariah. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada variabel reputasi dan lokasi.

3. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan kerangka penalaran yang terdiri dari konsep-konsep atau teori yang menjadi acuan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan minat melakukan pembiayaan di bank syariah sebagai variabel terikat, dan persepsi, pengetahuan serta motivasi sebagai variabel bebas. Berdasarkan hal tersebut di atas maka peneliti menarik kesimpulan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



Kerangka pikir di atas bertujuan untuk mengetahui bahwa persepsi, pengetahuan dan motivasi merupakan hal yang mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di bank syariah, karena semakin tingginya persepsi, pengetahuan dan motivasi mampu meningkatkan minat untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.

4. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan hubungan antara variabel dengan variabel, yang bersifat sementara atau bersifat dugaan. Hipotesis dapat juga dinyatakan dalam kalimat lain, yaitu pernyataan hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sementara, atau bersifat dugaan, atau bersifat yang masih lemah.²⁶

Berdasarkan paparan kerangka pemikiran dan permasalahan di atas, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H_{a1}: Terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

H_{a2}: Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

H₀₂: Tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

H_{a3}: Terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

H₀₃: Tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

²⁶ Muslich Ansohori dan Sri Iswati, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2020), hal. 47.

H_{a4}: Terdapat pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi secara simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

H₀₄: Tidak terdapat pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi secara simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Rantau Utara, Rantauprapat. Kabupaten Labuhanbatu. Adapun waktu penelitian dimulai dari November 2022 sampai dengan Januari 2023.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada unit analisis/laporan atau sampel tertentu yang representative dan fokusnya pada variabel tertentu pula.¹ Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka, seperti persentasi tingkat pengangguran, kemiskinan, data rasio keuangan, dan lain sebagainya. Kekuatan terbesar dari penelitian kuantitatif adalah data yang lebih terpercaya, dan umumnya ditujukan untuk digeneralisasikan terhadap populasi yang lebih besar.²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maksud dari populasi bukan hanya orang atau

¹ Marsono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Langkah-langkah menyusun skripsi, tesis atau disertai menggunakan teknik analisis jalur (Path analysis) dilengkapi contoh aplikasinya)* (Jakarta : In Media, 2016), hal. 2.

² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2015), hal. 109-110.

mahluk hidup, akan tetapi juga benda-benda lainnya. Populasi juga sekumpulan obyek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (pemilihan) dengan mempunyai karakter yang sama.³ Populasi juga disebut universum (*universe*) yang berarti keseluruhan, dapat berupa benda hidup maupun benda mati. Populasi dapat terbatas dapat pula tidak terbatas jumlahnya.⁴ Adapun populasi pada penelitian ini adalah Pelaku UMKM yang ada di Rantauprapat. Adapun pelaku UMKM yang dimaksud disini adalah usaha kecil (Industri kecil). Maka jumlah populasi penelitian ini sebanyak 504 Pelaku usaha.⁵

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari anggota populasi yang diambil dengan teknik pengambilan sampling.⁶ Sampel secara umum dapat diartikan sebagian dari populasi. Pendapat lain mengatakan sampel adalah sebagian objek yang mewakili populasi yang dipilih dengan cara tertentu didalam suatu penelitian untuk mendapatkan hasil yang dapat dipertanggung jawabkan. Untuk pemilihan teknik sampel, peneliti menggunakan teknik *Incidental Sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan.⁷ Artinya, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat penelitian dilapangan dan orang tersebut memenuhi kriteria

³ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hal. 95.

⁴ Sofar Silaen dan Yayak Heriyanto, *Pengantar Statistika Sosial* (Jakarta: In Media, 2013), hal. 93.

⁵ BPS Kabupaten Labuhanbatu, *Kabupaten Labuhanbatu dalam Angka* (CV. Rilis Grafika, 2022), hal. 312.

⁶ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hal. 361.

⁷ Norfai, *Kesulitan Dalam Menulis Karya Tulis Ilmiah* (Lakeisha, 2021), hal. 121.

sampel penelitian yang telah ditetapkan peneliti sebelumnya. Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu:⁸

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kesalahan yang diterima 10% (0,1)

$$n = \frac{504}{1 + 504 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{504}{1 + 5.04}$$

$$n = \frac{504}{6.04}$$

$$n = 83.44 (84)$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 84 pelaku UMKM.

D. Sumber Data Penelitian

⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis, Edisi Kedua* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 78.

Berdasarkan sumbernya, data yang dikumpulkan peneliti dapat dibedakan menjadi dalam dua jenis, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu melalui survei dengan cara membagikan angket atau kuesioner kepada para pelaku UMKM.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan,¹⁰ Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhanbatu, dan untuk memperoleh data sekunder tersebut peneliti mengambil berbagai literatur lainnya seperti referensi dari jurnal, buku, internet, artikel dan lain sebagainya.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan dan akurat dengan masalah yang dibahas. Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi

⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 132.

¹⁰ Bungin, hal. 132.

sistematis dan memudahkan peneliti.¹¹ Pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data. Wawancara juga merupakan teknik yang dapat digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam serta dapat digunakan dalam jumlah responden yang terbatas. Untuk mendapatkan data yang mendalam, maka seorang peneliti harus meyakini bahwa responden yang akan diwawancarai adalah informan yang:

- a. Dapat dipercaya,
- b. Mengerti pertanyaan yang dimaksud oleh peneliti,
- c. Paling tahu hal yang ditanyakan kepadanya.¹²

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang akan peneliti lakukan adalah merupakan sebuah gambaran atau bisa disebut juga dengan foto.¹³ Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner kepada para pelaku usaha.

¹¹ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 78.

¹² Syamsir Torang, *Organisasi dan Manajemen* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), hal. 297.

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Alfabeta 2014), hlm 274.

3. Kuesioner (Angket)

Angket atau Kuesioner adalah metode pengumpulan data, instrumennya disebut sesuai dengan nama metodenya.¹⁴ Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar angket kuesioner yang diserahkan kepada subjek penelitian yang berisikan pertanyaan atau pernyataan yang sudah ditetapkan peneliti. Adapun jawaban kuisioner dalam penelitian ini adalah:

Tabel. III.1
Skor Pernyataan

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Kurang setuju
4	Setuju
5	Sangat setuju

Adapun indikator yang berupa mengenai pertanyaan tentang disiplin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. III.2
Kisi-kisi kuesioner/Angket

No	Variabel	Indikator	No Soal
1.	Minat (Y)	a. Minat transaksional b. Minat refrensial c. Minat prefensial d. Minat Eksploratif	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6 7 dan 8
2.	Persepsi(X ₁)	a. Penginderaan (Sensasi) b. Atensi c. Interpretasi	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6
3.	Pengetahuan (X ₂)	a. Pengetahuan produk b. Pengetahuan pembelian c. Pengetahuan pemakaian	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6

¹⁴ Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hal. 114.

4.	Motivasi (X_3)	a. Motivasi rasional b. Motivasi emosional	1 dan 2 3 dan 4
----	--------------------	---	--------------------

F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti. Dengan kata lain suatu instrumen pengukuran yang valid mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mengukur apa yang hendak kita ukur.¹⁵ Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan metode *korelasi pearson* dengan menggunakan program *SPSS versi 22* yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Setelah menentukan validitas intrumen, tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dari instrumen penelitian. Uji reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Dalam penelitian, jika suatu pengukuran konsisten dari waktu ke waktu lainnya, maka pengukuran itu dapat diandalkan dan dipercaya dalam derajat tertentu.¹⁶ Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis *SPSS versi 22*, yakni dengan uji statistik

¹⁵ Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 103.

¹⁶ Morissan, hal. 99.

Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,600$.¹⁷

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis regresi linier berganda. Metode analisis yang digunakan juga dengan menggunakan bantuan *SPSS versi 22*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistik data seperti *min*, *max*, *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan lain-lain untuk mengukur distribusi data.¹⁸

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, likert, interval ataupun rasio. Dalam uji *Kolmogorv Smirnov*, yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan

¹⁷ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Bogor: Guepedia, 2021), hal. 17.

¹⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2017), hal. 37.

tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat yang lain.¹⁹

Metode *uji One Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak. Nilai Pengetahuan, Persepsi dan Motivasi dapat diambil dari *absolute* dan dapat juga diambil dari nilai *kolmogorov smirnov Z*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji kolmogorov-smirnov $> 0,10$ maka asumsi normalitas terpenuhi.

- a. Apabila nilai Sig. $\geq 0,10$ (di atas α), maka H_0 ditolak, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai Sig. $< 0,10$ (di bawah α), maka H_0 diterima. Artinya data yang digunakan tidak berasal dari distribusi normal.²⁰

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Untuk menguji apakah pada model di temukan adanya kolerasi antara variabel independen merupakan dari uji multikolinieritas. Problem multikolinieritas ada apabila terjadi kolerasi. Jika tidak terjadi kolerasi antara variabel independen diartikan bahwa model regresi itu baik. Untuk mendekteksi adanyan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance inflaction factor*) kurang dari 10 dan

¹⁹ Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar dan SPSS 20* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), hal. 115.

²⁰ Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hal. 69.

nilai *tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.²¹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi).²² Untuk mendeteksi Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*. Adapun kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,1$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0,1$ maka terjadi heteroskedastisitas.²³

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu suatu model yang digunakan oleh peneliti, Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji instrumen dan uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.²⁴

²¹ Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021), hal. 90.

²² Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian* (Bogor: IPB Press, 2018), hal. 76.

²³ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019), hal. 122.

²⁴ Sugiyono dan Agus Santoso, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 303.

Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan (X_1), persepsi (X_2) dan motivasi (X_3) terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah (Y). Bentuk persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (terikat)

X_1, X_2, X_3 = Variabel Independen (bebas)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

e = *Error*

Berdasarkan persamaan tersebut, maka persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah:

$$Mn = a + b_1 PS + b_2 PT + b_3 MT + e$$

Keterangan:

Mn = Minat

a = konstanta

PS = Persepsi

PT = Pengetahuan

MT = Motivasi

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi variabel independen

e = *Error*

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel bebas maupun menjelaskan bersama-sama variabel berikut atau seberapa baik model regresi yang telah dibuat tersebut cocok dengan data yang ada. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.²⁵

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Kriteria pengujian ini ditetapkan berdasarkan probabilitas. Apabila tingkat signifikan yang digunakan sebesar 10 persen, dengan kata lain jika probabilitas $H_1 > 0,10$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas $H_1 < 0,10$ maka dinyatakan signifikan.²⁶

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui seberapa jauh semua Variabel X (independen) secara bersama-sama bisa mempengaruhi variabel Y (dependen) secara

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 81.

²⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hal. 99.

signifikan atau untuk mengetahui besarnya peluang untuk diperoleh maka Uji F dapat digunakan. Dalam penelitian ini, Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.²⁷

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,10$ (α) berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_1 ditolak.
- 2) Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,10$ (α) berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

²⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 161.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Rantauprapat

1. Sejarah Singkat Rantauprapat

Rantauprapat merupakan Ibu Kota dari Kabupaten Labuhan Batu. Rantauprapat memiliki luas 17.679 Ha (176,79 km²) atau 2,4% dari wilayah Sumatera Utara. Secara geografis, Rantauprapat terletak pada 2°09'30.4"– 2°00'57.7" Lintang Utara dan 99°46'30.8"– 99°53'06.8" Bujur Timur Rantauprapat terdiri dari 2 kecamatan dan 19 kelurahan yang terdiri dari:

a. Kecamatan Rantau Selatan dengan jumlah 9 Kelurahan/Desa yaitu:

- 1) Kelurahan/Desa Bakaran Batu
- 2) Kelurahan/Desa Ujung Bandar
- 3) Kelurahan/Desa Lobu Sona
- 4) Kelurahan/Desa Sidorejo
- 5) Kelurahan/Desa Sigambal
- 6) Kelurahan/Desa Perdamean
- 7) Kelurahan/Desa Danobale
- 8) Kelurahan/Desa Sioldengan
- 9) Kelurahan/Desa Urung Kompas

b. Kecamatan Rantau Utara dengan jumlah 10 Kelurahan/Desa yaitu:

- 1) Kelurahan/Desa Padang Matingi
- 2) Kelurahan/Desa Rantauprapat
- 3) Kelurahan/Desa Siringo-Ringo

- 4) Kelurahan/Desa Padang Bulan
- 5) Kelurahan/Desa Sirandorung
- 6) Kelurahan/Desa Bina Raga (Rinaraga)
- 7) Kelurahan/Desa Cendana
- 8) Kelurahan/Desa Kartini
- 9) Kelurahan/Desa Aek Paing
- 10) Kelurahan/Desa Pulo Padang

Sesuai dengan lokasi dan tata letak Rantauprapat maka memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu.
- 2) Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Dolok Sigompulon, Kabupaten Padang Lawas Utara.
- 3) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu.
- 4) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Bilah Barat dan Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhan Batu.

2. Sejarah Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Labuhanbatu

Dinas koperasi dan UKM merupakan dinas yang didirikan oleh pemerintah kabupaten Labuhanbatu yang digunakan untuk membantu pelaku usaha memecahkan masalah yang ada di dalam usahanya dan membantu para usaha kecil merintis usahanya dengan cara melakukan

kegiatan pengembangan usahanya. Dinas koperasi dan UKM terletak di Jl. Listrik No. 15, Rantau Prapat, Kab. Labuhan Batu, Sumatera Utara.

Awalnya Dinas Koperasi tidak berdiri sendiri, sekitar tahun 1980 nama awal Dinas Koperasi yaitu Departemen Koperasi. Sampai dengan tahun 2000 Dinas Koperasi bergabung dengan Otonomi Daerah. Pada tahun 2004 Dinas Koperasi bergabung dengan Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAGKOP) yang memiliki tujuan membina dan mengevaluasi urusan pemerintah daerah berdasarkan asas dan tugas pembantuan urusan perindustrian, perdagangan pasar, serta koperasi dan usaha mikro kecil menengah.

Pada tahun 2016 akhir Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi memutuskan untuk memperkecil lingkup tugas nya dan mulai sendiri yang hanya mengurus dua jabatan Koperasi dan UKM. Setelah peraturan Bupati itulah Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kab. Labuhanbatu berdiri. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kab.Labuhanbatu terletak di Jl. Listrik No.15 Rantauprapat.

Koperasi lahir sebagai alat untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan dari perekonomian yang kapitalistis. Koperasi yang lahir pertama di Inggris (1844) berusaha mengatasi masalah keperluan ekonomi para anggotanya dengan cara kebersamaan yang dilandasi atas dasar prinsip-prinsip kedilan yang dikenal dengan “Rochdale Principles”.

Pembahasan akan dimulai dari awal masuknya koperasi ke tanah air, pertumbuhan koperasi setelah kemerdekaan, perkembangan operasi pada masa sistem ekonomi terpimpin dan era orde baru, kemudian yang terakhir adalah bagaimana peranan koperasi dalam memajukan ekonomi di Indonesia dan Sumatera Utara juga di kantor koperasi salah satunya Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Labuhan Batu Provinsi Sumatera Utara.

Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kab. Labuhan Batu Provinsi Sumatera Utara. Melalui kantor ini, pemerintah pada wilayah kerjanya merancang kebijakan bidang perindustrian, perdagangan, hingga ekonomi pasar (pengelolaan pasar). Kebijakan yang dikeluarkan untuk kepentingan kesejahteraan masyarakat. Terkait dengan tugas dan fungsinya maka, kantor ini dapat memberikan informasi mengenai persuratan industri, koperasi, dan perdagangan seperti Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Usaha, surat Ijin Usaha Perusahaan Perantara Perdagangan Properti (SIU-P4), hingga Surat Izin Usaha Jasa Survey.

3. Lambang Dinas Koperasi dan UKM



Lambang dinas koperasi dan UKM terdiri dari unsur-unsur dan geometris visual yang memiliki pengertian sebagai berikut:

a. Rantai

Ikatan kekeluargaan dan persahabatan yang kokoh, jadi manusia yang berkoperasi adalah masyarakat yang suka bersahabat, cinta akan persahabatan dan tidak mudah goyah ataupun putus. Semua anggota saling terikat dan bersahabat dengan erat untuk mencapai tujuan bersama yaitu kemakmuran bagi seluruh anggota koperasi.

b. Roda bergigi

Upaya keras yang ditempuh secara terus menerus seperti roda yang berputar tidak kenal lelah walaupun kadang dibawah kadang diatas.

c. Kapas dan Padi

Menggambarkan kemakmuran rakyat yang diusahakan oleh koperasi, masyarakat indonesia makmur dan sejahtera, cukup sandang, pangan dan papan

d. Timbangan

Keadilan sosial salah satu dasar koperasi. Adil dan tidak berat sebelah kepada seluruh anggota dan pengurus koperasi.

e. Bintang dalam Perisai

Pancasila sebagai landasan ideal koperasi, Pancasila menjadi landasan dalam beroperasi serta mengamalkan kelima sila tersebut dalam kegiatan keseharian koperasi. Perisai diartikan “tumbuh” dan bintang diartikan “hati”.

f. Pohon beringin

Simbol kehidupan dari sifat kepribadian masyarakat Indonesia yang kokoh berakar, tidak mudah goyah oleh cobaan dan gempuran ekonomi dari luar negeri dan siap bersaing.

g. Koperasi Indonesia

Koperasi untuk NKRI

h. Makna warna

Warna merah putih memiliki makna Sifat nasionalis, cinta tanah air dan bangga sebagai warga negara Indonesia.

B. Gambaran Umum Responden

1. Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin

Data yang didapatkan, untuk 84 responden yang dibutuhkan penelitian ini untuk berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut data responden yang didapatkan berdasarkan jenis kelamin:

Tabel IV.1
Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	21	25%
Perempuan	63	75%
Total	84	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.1 diatas didapatkan dari jumlah responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 84 responden. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25%. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 75%.

2. Gambaran Umum Berdasarkan Pendidikan

Data yang didapatkan, untuk 84 responden yang dibutuhkan penelitian ini untuk berdasarkan pendidikan. Berikut data responden yang didapatkan berdasarkan pendidikan:

Tabel IV.2
Gambaran Umum Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
SD/MI	11	13,1%
SMP/MTs	28	33,3%
SMA/MAN	44	52,4%
D3	1	1,2%
Total	84	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.2 diatas didapatkan dari jumlah responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 84 responden. Responden dengan pendidikan terakhir SD/MI sebanyak 13,1%. Responden dengan pendidikan terakhir SMP/MTs sebanyak 33,3%. Responden dengan pendidikan terakhir SMA/MAN sebanyak 52,4%. Responden dengan pendidikan terakhir D3 sebanyak 1,2%.

3. Gambaran Umum Berdasarkan Usia

Data yang didapatkan, untuk 84 responden yang dibutuhkan penelitian ini untuk berdasarkan usia. Berikut data responden yang didapatkan berdasarkan usia:

Tabel IV.3
Gambaran Umum Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-29	14	16,7%
30-39	31	36,9%

40-49	27	32,1%
50-60	12	14,3%
Total	84	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.3 diatas didapatkan dari jumlah responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 84 responden. Responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 16,7%. Responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 36,9%. Responden yang berusia 40-49 tahun sebanyak 32,1% dan responden yang berusia 50-60 tahun sebanyak 14,3%.

C. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden dengan 3 variabel dependen (persepsi, pengetahuan, motivasi) dan 1 variabel independen (minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah). Dimana peneliti menyebarkan angket kepada 84 pelaku UMKM yang dijadikan sampel dengan memberi penilain dari skor-skor yang telah peneliti tentukan, sebagai berikut:

1. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi

Tabel IV.4
Tanggapan Responden

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					Persentase
	Penyajian Data Variabel Persepsi	SS	S	KS	TS	STS	
1.	Menurut saya sistem pembiayaan di bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.	44	27	12	1	-	87.1%
2.	Karyawan di bank syariah ramah.	54	24	3	3	-	90.7%
3.	Karyawan di bank syariah	50	33	1	-	-	91.7%

	menggunakan bahasa yang sopan.						
4.	Tertarik melakukan pembiayaan di bank syariah karena sudah banyak masyarakat yang menggunakannya.	43	39	2	-	-	89.8%
5.	Menurut saya produk pembiayaan di bank syariah lebih bagus dan menguntungkan.	67	16	-	1	-	95.7%
6.	Saya berpendapat kualitas produk pembiayaan di bank syariah baik.	43	37	2	2	-	88.8%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan menurut saya sistem pembiayaan di bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 44 orang (52,4%), setuju 27 orang (32,1%), kurang setuju 12 (14,3%), tidak setuju 1 (1,2%) dan sangat tidak setuju 0.
- b. Pada pernyataan karyawan di bank syariah ramah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 54 orang (64,3%), setuju 24 orang (28,6%), kurang setuju 3 orang (3,6%), tidak setuju 3 (3,6%) dan sangat tidak setuju 0.
- c. Pada pernyataan karyawan di bank syariah menggunakan bahasa yang sopan. Terdapat responden menjawab sangat setuju 50 orang

(59,5%), setuju 33 orang (39,3%), kurang setuju 1 orang (1,2%), tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.

- d. Pada pernyataan tertarik melakukan pembiayaan di bank syariah karena sudah banyak masyarakat yang menggunakannya. Terdapat responden menjawab sangat setuju 43 orang (51,2%), setuju 39 orang (46,4%), kurang setuju 2 orang (2,4%), tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.
- e. Pada pernyataan menurut saya produk pembiayaan di bank syariah lebih bagus dan menguntungkan. Terdapat responden menjawab sangat setuju 67 orang (79,8%), setuju 16 orang (19,0%), kurang setuju 0, tidak setuju 1 (1,2%) dan sangat tidak setuju 0.
- f. Pada pernyataan saya berpendapat kualitas produk pembiayaan di bank syariah baik. Terdapat responden menjawab sangat setuju 43 orang (51,2%), setuju 37 orang (44,0%), kurang setuju 2 orang (2,4%), tidak setuju 2 (2,4%) dan sangat tidak setuju 0.

2. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengetahuan

Tabel IV.5
Tanggapan Responden

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					Persentase
	Penyajian Data Variabel Pengetahuan	SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya mengetahui produk pembiayaan yang ada di bank syariah.	12	40	21	6	5	71.4%
2.	Saya mengetahui perbedaan produk	9	17	27	29	2	60.5%

	bank syariah dengan bank konvensional.						
3.	Saya mengetahui lokasi bank syariah.	19	19	22	15	9	65.7%
4.	Saya mengetahui prosedur peminjaman yang ada di bank syariah.	9	30	33	11	1	68.3%
5.	Saya mengetahui manfaat melakukan pembiayaan di bank syariah.	12	47	14	9	2	73.8%
6.	Saya mengetahui bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.	13	15	29	19	8	61.4%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan saya mengetahui produk pembiayaan yang ada di bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12 orang (14,3%), setuju 40 orang (47,6%), kurang setuju 21 orang (25,0%), tidak setuju 6 orang (7,1%) dan sangat tidak setuju 5 orang (6,0%).
- b. Pada pernyataan saya mengetahui perbedaan produk bank syariah dengan bank konvensional. Terdapat responden menjawab sangat setuju 9 orang (10,7%), setuju 17 orang (20,2%), kurang setuju 27 orang (32,1%), tidak setuju 29 orang (34,5%) dan sangat tidak setuju 2 orang (2,4%).
- c. Pada pernyataan saya mengetahui lokasi bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 19 orang (22,6%), setuju 19

- orang (22,6%), kurang setuju 22 orang (26,6%), tidak setuju 15 orang (17,9%) dan sangat tidak setuju 9 orang (10,7%).
- d. Pada pernyataan saya mengetahui prosedur peminjaman yang ada di bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 9 orang (10,7%), setuju 30 orang (35,7%), kurang setuju 33 orang (39,3%), tidak setuju 11 orang (13,1%) dan sangat tidak setuju 1 orang (1,2%).
- e. Pada pernyataan saya mengetahui manfaat melakukan pembiayaan di bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12 orang (14,3%), setuju 47 orang (56,0%), kurang setuju 14 orang (16,7%), tidak setuju 9 (10,7%) dan sangat tidak setuju 2 orang (2,4%).
- f. Pada pernyataan saya berpendapat kualitas produk pembiayaan di bank syariah baik. Terdapat responden menjawab sangat setuju 13 orang (15,5%), setuju 15 orang (17,9%), kurang setuju 29 orang (34,5%), tidak setuju 19 (22,6%) dan sangat tidak setuju 8 orang (9,5%).
3. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi

Tabel IV.6
Tanggapan Responden

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					Persentase
	Penyajian Data Variabel Motivasi	SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya merasa prosedur dan persyaratan dalam melakukan pembiayaan di bank	39	35	6	-	4	85%

	syariah mudah.						
2.	Saya merasa dalam pembayaran produk pembiayaan di bank syariah lebih mudah.	23	25	22	14	-	73.6%
3.	Saya memilih melakukan pembiayaan di bank syariah karena mengikuti keluarga dan saran dari teman atau saudara.	22	42	18	2	-	80%
4.	Saya merasa aman melakukan pembiayaan di bank syariah karena kesyariahan nya.	23	34	15	7	5	75%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan saya merasa prosedur dan persyaratan dalam melakukan pembiayaan di bank syariah mudah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 39 orang (46,4%), setuju 35 orang (41,7%), kurang setuju 6 orang (7,1%), tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 4 orang (4,8%).
- b. Pada pernyataan saya merasa dalam pembayaran produk pembiayaan di bank syariah lebih mudah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 23 orang (27,4%), setuju 25 orang (29,8%), kurang setuju 22 orang (26,2%), tidak setuju 14 orang (16,7%) dan sangat tidak setuju 0.

- c. Pada Saya memilih melakukan pembiayaan di bank syariah karena mengikuti keluarga dan saran dari teman atau saudara. Terdapat responden menjawab sangat setuju 22 orang (26,2%), setuju 42 orang (50,0%), kurang setuju 18 orang (21,4%), tidak setuju 2 orang (2,4%) dan sangat tidak setuju 0.
- d. Pada pernyataan saya merasa aman melakukan pembiayaan di bank syariah karena kesyariahan nya. Terdapat responden menjawab sangat setuju 23 orang (27,4%), setuju 34 orang (40,5%), kurang setuju 15 orang (17,9%), tidak setuju 7 orang (8,3%) dan sangat tidak setuju 5 orang (6.0%).
4. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat

Tabel IV.7
Tanggapan Responden

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden					Persentase
	Penyajian Data Variabel Minat	SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya tertarik untuk melakukan pembiayaan di bank syariah karena terhindar dari riba.	12	40	21	6	5	71.4%
2.	Saya akan melakukan pembiayaan di bank syariah.	44	27	12	1	-	87.1%
3.	Saya akan merekomendasikan produk pembiayaan kepada orang lain.	54	24	3	3	-	90.7%
4.	Saya bersedia merekomendasikan	50	33	1	-	-	91.7%

	orang lain untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.						
5.	Saya lebih yakin melakukan pembiayaan di bank syariah dibandingkan bank konvensional atau di pihak lain.	43	39	2	-	-	89.8%
6.	Melakukan pembiayaan di bank syariah merupakan pilihan pertama saya.	9	30	33	11	1	68.3%
7.	Saya mencari tahu terlebih dahulu tentang bank syariah.	12	47	14	9	2	73.8%
8.	Saya tertarik untuk melakukan pembiayaan di bank syariah setelah mendapat informasi dari orang lain.	13	15	29	19	8	61.4%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan saya tertarik untuk melakukan pembiayaan di bank syariah karena terhindar dari riba. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12 orang (14,3%), setuju 40 orang (47,6%), kurang setuju 21 orang (25,0%), tidak setuju 6 (7,1%) dan sangat tidak setuju 5 orang (6,0%).

- b. Pada pernyataan saya akan melakukan pembiayaan di bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 44 orang (52,4%), setuju 27 orang (32,1%), kurang setuju 12 orang (14,3%), tidak setuju 1 (1,2%) dan sangat tidak setuju 0.
- c. Pada pernyataan saya akan merekomendasikan produk pembiayaan kepada orang lain. Terdapat responden menjawab sangat setuju 54 orang (64,3%), setuju 24 orang (28,6%), kurang setuju 3 orang (3,6%), tidak setuju 3 orang (3,6%) dan sangat tidak setuju 0.
- d. Pada pernyataan saya bersedia merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembiayaan di bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 50 orang (59,5%), setuju 33 orang (39,3%), kurang setuju 1 orang (1,2%), tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.
- e. Pada pernyataan saya lebih yakin melakukan pembiayaan di bank syariah dibandingkan bank konvensional atau di pihak lain. Terdapat responden menjawab sangat setuju 43 orang (51,2%), setuju 39 orang (46,4%), kurang setuju 2 (2,4%), tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.
- f. Pada pernyataan melakukan pembiayaan di bank syariah merupakan pilihan pertama saya. Terdapat responden menjawab sangat setuju 9 orang (10,7%), setuju 30 orang (35,7%), kurang setuju 33 orang (39,3%), tidak setuju 11 (13,1%) dan sangat tidak setuju 1 (1,2%).

- g. Pada pernyataan saya mencari tahu terlebih dahulu tentang bank syariah. Terdapat responden menjawab sangat setuju 12 orang (14,3%), setuju 47 orang (56,0%), kurang setuju 14 orang (16,7%), tidak setuju 9 orang (10,7%) dan sangat tidak setuju 2 orang (2,4%).
- h. Pada pernyataan Saya tertarik untuk melakukan pembiayaan di bank syariah setelah mendapat informasi dari orang lain. Terdapat responden menjawab sangat setuju 13 orang (15,5%), setuju 15 orang (17,9%), kurang setuju 29 orang (34,5%), tidak setuju 19 (22,6%) dan sangat tidak setuju 8 orang (9,5%).

D. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

- a. Hasil Uji Validitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Validitas Persepsi (X₁)

No	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,557	Instrumen valid, jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 84 - 2 = 82$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1807	Valid
2	0,513		Valid
3	0,475		Valid
4	0,420		Valid
5	0,489		Valid
6	0,514		Valid

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Pada hasil tabel IV.8 uji validitas di atas, item pernyataan 1-6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Variabel persepsi ada sebanyak 6 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel persepsi, untuk uji validitas variabel pengetahuan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Validitas Pengetahuan (X_2)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,666	Instrumen valid, jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 84-2 = 82$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1807	Valid
2	0,532		Valid
3	0,417		Valid
4	0,630		Valid
5	0,608		Valid
6	0,718		Valid

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Pada hasil tabel IV.9 uji validitas di atas, item pernyataan 1-6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Variabel pengetahuan ada sebanyak 6 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel pengetahuan, untuk uji validitas variabel motivasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Validitas Motivasi (X_3)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,570	Instrumen valid, jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 84-2 = 82$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1807	Valid
2	0,687		Valid
3	0,694		Valid
4	0,814		Valid

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Pada hasil tabel IV.10 uji validitas di atas, item pernyataan 1-4 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid. Variabel motivasi ada sebanyak 4 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel motivasi, untuk uji validitas variabel minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji Validitas Minat (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,690	dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 89 - 2 = 87$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1755	Valid
2	0,443		Valid
3	0,356		Valid
4	0,394		Valid
5	0,384		Valid
6	0,642		Valid
7	0,569		Valid
8	0,637		Valid

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Pada hasil tabel IV.11 uji validitas di atas, item pernyataan 1-8 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk variabel persepsi, variabel pengetahuan, variabel motivasi, dan variabel minat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1.	Minat (Y)	.624	8
2.	Persepsi (X_1)	.709	6
3.	Pengetahuan (X_2)	.615	6
4.	Motivasi (X_3)	.633	4

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.12 dapat disimpulkan bahwa variabel minat dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,624 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Variabel persepsi dapat

dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,709 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Variabel pengetahuan dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,615 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Variabel motivasi dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,633 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Analisis Deskriptif

Uji analisis statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, *minimum*, *maksimum*, dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.13
Hasil Uji Analisis Statistic Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi	84	14	35	27.23	3.121
Pengetahuan	84	11	28	20.06	3.759
Motivasi	84	10	20	15.68	2.716
Minat	84	24	39	31.71	3.586
Valid N (listwise)	84				

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Hasil uji analisis statistik deskriptif diatas bahwa variabel persepsi dengan jumlah data (N) sebanyak 84 mempunyai nilai *mean* yaitu sebesar 27,23 dengan nilai *minimum* sebesar 14 dan nilai *maximum* sebesar 35 serta *standard deviation* sebesar 3,121. Variabel pengetahuan mempunyai nilai

mean yaitu sebesar 20,06 dengan nilai *minimum* sebesar 11 dan nilai *maximum* sebesar 28 serta *standard deviation* sebesar 3,759. Variabel motivasi mempunyai nilai *mean* yaitu sebesar 15,68 dengan nilai *minimum* sebesar 10 dan nilai *maximum* sebesar 20 serta *standard deviation* sebesar 2,716. Variabel minat mempunyai nilai *mean* yaitu sebesar 31,71 dengan nilai *minimum* sebesar 24 dan nilai *maximum* sebesar 39 serta *standard deviation* sebesar 3,586.

3. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.14
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62076926
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.065
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.14 nilai signifikansi (*asyp. Sig.2- tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih

besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.15
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 Constant)	4.175	2.040		2.047	.044		
Persepsi	.430	.058	.375	7.371	.000	.989	1.011
Pengetahuan	.754	.048	.790	15.617	.000	.998	1.002
Motivasi	.045	.067	.034	.672	.503	.991	1.009

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel persepsi $1,011 < 10$. lalu untuk variabel pengetahuan $1,002 < 10$ dan variabel motivasi $1,009 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Nilai tolerance untuk variabel persepsi adalah $0,989 > 0,1$ kemudian variabel pengetahuan adalah $0,998 > 0,1$ dan Motivasi adalah $0,991 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai tolerance dari ketiga variabel adalah lebih besar 0,1 ($tolerance > 0,1$), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.740	2.791		-.982	.329
Persepsi	-.015	.080	-.021	-.189	.850
Pengetahuan	.027	.066	.046	.412	.682
Motivasi	.126	.092	.153	1.379	.172

a. Dependent Variable: LNU2I

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji tabel heteroskedastisitas IV.16 di atas diketahui jika $\text{sig} > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi $0,850 > 0,1$ variabel pengetahuan $0,682 > 0,1$ variabel motivasi $0,172 > 0,1$ jadi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji hipotesis koefisien determinasi (*R Square*) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.788	1.651

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan, Persepsi

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.17 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh angka *Adjusted R square* 0,788 atau 78,8%. Hal ini menunjukkan bahwa berkontribusi variabel independen persepsi (X_1), pengetahuan (X_2), dan motivasi (X_3) terhadap variabel dependen minat (Y) sebesar 0,788 atau (78,8 %) sedangkan sisanya sebesar 0,212 atau (21,2%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Hasil uji signifikan parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.18
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.175	2.040		2.047	.044
Persepsi	.430	.058	.375	7.371	.000
Pengetahuan	.754	.048	.790	15.617	.000
Motivasi	.045	.067	.034	.672	.503

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

dasarkan tabel IV.16, pengaruh setiap variabel dapat dilihat dari penjelasan berikut:

E. Vae

Berdasarkan tabel IV.18 pengaruh setiap variabel dapat dilihat dari penjelasan berikut:

1. Variabel persepsi Sig 0,000 < 0,10 maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.
 2. Variabel pengetahuan Sig 0,000 < 0,10 maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.
 3. Variabel motivasi Sig 0,503 > 0,10 maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.
- c. Uji Simultan (uji F)

Hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.19
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	849.111	3	283.037	103.851	.000 ^b
Residual	218.032	80	2.725		
Total	1067.143	83			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan, Persepsi

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.19 diketahui bahwa hasil uji signifikansi simultan di atas (uji F) dapat dilihat bahwa nilai Sig. sebesar 0,000

sehingga nilai Sig. < 0,1 (0,000 < 0,1) maka H_{a4} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bahwa terdapat pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi secara simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.20
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.175	2.040		2.047	.044
Persepsi	.430	.058	.375	7.371	.000
Pengetahuan	.754	.048	.790	15.617	.000
Motivasi	.045	.067	.034	.672	.503

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil output spss 22 (data diolah)

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$M_n = 4,175 + 0,430 PS + 0,754 PT + 0,045 MT$$

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

- a. Konstanta 4,175 menunjukkan bahwa apabila persepsi, pengetahuan dan motivasi di anggap konstanta atau ditiadakan, maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan nilainya 4,175 satuan.

- b. Koefisien regresi variabel persepsi (b_1) sebesar 0,430 satuan, artinya apabila tingkat persepsi meningkat 1 satuan dan variabel yang lain nilainya tetap, maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan meningkat sebesar 0,430 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara persepsi dengan minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan.
- c. Koefisien regresi variabel pengetahuan (b_2) sebesar 0,754 satuan, artinya apabila tingkat pengetahuan meningkat 1 satuan dan variabel yang lain nilainya tetap, maka minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan meningkat sebesar 0,754 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dengan minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 22* diketahui bahwa:

1. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.

Persepsi dalam kaitannya dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di bank syariah karena persepsi dapat juga digambarkan dengan bagaimana kita melihat dunia sekitar kita.

Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel persepsi memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai sig < 0,1 (0,000 < 0,1) dengan demikian H_{a1} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Dzul Fahmi dalam buku yang berjudul persepsi, semakin besar peristiwa yang kita perhatikan, semakin banyak persepsi yang tanpa sadar kita bangun. Persepsi positif dan negatif yang kita bangun akan berdampak pada tindakan, keputusan, bahkan jalan hidup kita.¹ Dalam hal ini perlu untuk memberikan informasi dan menampilkan hal yang positif kepada pelaku UMKM agar meningkatkan minat melakukan pembiayaan di bank syariah. Sehingga terbukti bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh persepsi terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Persepsi berpengaruh terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.² Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Aisyah yang menyatakan persepsi

¹ Dzul Fahmi, *Persepsi* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021), hal. 29.

² Ika Ristanti, Skripsi, "Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro", (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021), hal. 85.

berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dimana persepsi mendorong minat masyarakat untuk menabung.³

Jadi kesimpulannya, terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah, yang artinya dalam meningkatkan minat pelaku UMKM itu perlu persepsi yang positif dari setiap individu, sehingga jika persepsi pelaku UMKM semakin baik maka akan semakin tinggi pula minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan.

2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.

Pengetahuan dalam kaitannya dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di bank syariah karena pengetahuan bisa didefinisikan sebagai bentuk informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang. Dijelaskan bahwa ketika pelaku UMKM memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat mengolah informasi.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel pengetahuan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai sig < 0,1 (0,000 < 0,1) dengan demikian H_{a2} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.

³ Aisyah, Skripsi, “Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah”, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan hasil proses dari ketidaktahuan manusia dan berusaha untuk tahu.⁴ Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu: pendidikan, media dan keterampilan informasi⁵ sehingga pelaku UMKM dapat mencari tahu agar meningkatkan minat melakukan pembiayaan. Sehingga terbukti bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan. dengan adanya pengetahuan dan informasi terkait produk-produk pembiayaan dan yang lainnya maka konsumen akan menilai dan menimbang terkait informasi yang didapatkan tersebut. Selain itu, dengan adanya pengetahuan maka akan meningkatkan minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.⁶ Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Haris Ramdhoni yang menyatakan bahwa terdapat

⁴ Bakhtiar Amsal, *Filsafat Ilmu* (Jakarta: PT. Grafindo Parsada, 2013), hal. 85.

⁵ Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 42.

⁶ Ika Ristanti, Skripsi, "Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro", (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021), hal. 83.

pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang.⁷

Jadi kesimpulannya, terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah, oleh karena itu, bank syariah perlu memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM akan pembiayaan yang ada di bank syariah sebab itu merupakan hal yang sangat penting karena dengan memberikan pengetahuan atau pemahaman kepada pelaku UMKM maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta dapat mendorong minat mereka untuk melakukan pembiayaan di bank syariah. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan pelaku UMKM maka semakin tinggi pula minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.

Motivasi dalam kaitannya dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di bank syariah karena motivasi merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam diri seseorang yang akan mengarahkannya pada perilaku untuk memenuhi tujuan tertentu. Motivasi terbentuk dari suatu proses yang merupakan gabungan antara konsep kebutuhan, tujuan, dorongan dan imbalan. Oleh sebab itu faktor motivasi sangat berpengaruh terhadap minat.

⁷ Abdul Haris Ramdhoni, dkk, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 4, No 2, Juli 2018, hal 144.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel motivasi memiliki nilai signifikan sebesar 0,503 sehingga nilai $\text{sig} > 0,1$ ($0,503 > 0,1$) dengan demikian H_{03} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap minat melakukan pembiayaan di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Nurul Azmi dan Muhammad Haris dalam Jurnalnya menunjukkan bahwa secara parsial, motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pengusaha UMKM mengajukan pembiayaan di bank syariah.⁸

Jadi kesimpulannya, tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah. hal ini disebabkan karena motivasi pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan di bank syariah masih sangat kecil, salah satu penyebab hal ini ialah karena motivasi yang rendah dari pelaku UMKM sehingga tidak menarik minat pelaku UMKM untuk melakukan pembiayaan. Kurangnya motivasi membuat seseorang kurang tertarik melakukan pembiayaan.

Faktor yang menyebabkan motivasi tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah berdasarkan fenomena yang terjadi pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah bukan karena kebutuhan dan kemudahan, melainkan faktor lain

⁸ Nurul Azmi dan Muhammad Haris, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh," *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* Vol. 1, no. 1 (Mei 2019).

salah satunya seperti motivasi yang menentukan berkaitan dengan keyakinan seseorang.

4. Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.

Berdasarkan hasil analisis uji F memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai $\text{sig} < 0,1$ ($0,000 < 0,1$) Dengan demikian H_{a4} diterima, Artinya terdapat pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi secara simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan. Minat timbul dari aspek kejujuran untuk melakukan sebuah aktifitas yang menyebabkan munculnya ketertarikan pada suatu hal. Dalam fungsinya, minat berkaitan erat dengan perasaan dan pikiran seseorang. Semakin tinggi minat seseorang maka akan semakin tinggi ketertarikan seseorang sehingga menimbulkan tindakan untuk melakukan sesuatu hal.

Persepsi digambarkan dengan bagaimana kita melihat dunia sekitar kita, jika persepsi masyarakat semakin baik maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan. Adanya pengetahuan maka akan meningkatkan minat masyarakat melakukan pembiayaan. Motivasi terbentuk dari suatu proses yang merupakan gabungan antara konsep kebutuhan, tujuan, dorongan dan imbalan. Oleh sebab itu faktor motivasi sangat berpengaruh terhadap minat. Artinya jika ketiga variabel

meningkat maka akan semakin meningkat pula minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan.

F. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan perubahan dari hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi adalah:

1. Keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu hanya meneliti variabel persepsi, pengetahuan, motivasi dan minat. Sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat diteliti.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Meskipun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya kerja keras dan bantuan semua pihak sehingga skripsi ini dapat selesai.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian dalam skripsi ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh persepsi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.
2. Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.
3. Tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.
4. Terdapat pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi secara simultan terhadap minat pelaku UMKM melakukan pembiayaan di bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat melakukan pembiayaan di bank syariah, selain dari pengaruh persepsi, pengetahuan dan motivasi untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Peneliti juga menyarankan agar penelitian ini diperluas cakupan studi kasusnya seperti minat melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah lainnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat dilanjutkan untuk penelitian jenjang tesis maupun disertasi.
3. Bagi pihak bank syariah selanjutnya agar terus melakukan sosialisasi dan promosi tentang kemudahan dalam melakukan pembiayaan di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy Purnomo, Rochmat. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group, 2017.
- Amsal, Bakhtiar. *Filsafat Ilmu*. Jakarta: PT. Grafindo Parsada, 2013.
- Ansohori, Muslich, dan Sri Iswati. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2020.
- Bagaskoro. *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- BPS Kabupaten Labuhanbatu. *Kabupaten Labuhanbatu dalam Angka*. CV. Rilis Grafika, 2022.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2018.
- Departemen Nasional Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2016.
- Dinar Prastiti, Wiwien, dan Susatyo Yuwono. *Psikologi Eksperimen*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2018.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019.
- Eva Yasika Wijayati. "Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo." (*Skripsi, IAIN Ponorogo*), 2019.
- Fahmi, Irham. *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep Dan Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

- . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2018.
- Iqbal, Muhammad, dan ,dkk. “Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Di Aceh Tamiang.” *Jurnal Investasi Islam* 4, no. 2 (2019).
- Islamuddin, Haryu. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Juni Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Kasmir. *Manajemen perbankan edisi revisi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Limakrisna, Nandan. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Makmun Khairani. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2014.
- Marakali Siregar, Onan, Selwendri, Maulidina, dan Muhammad Bahtiar Abdillah. *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah*. Medan: Puspantara, 2020.
- Marsono. *Metode Penelitian Kuantitatif (Langkah-langkah menyusun skripsi, tesis atau disertai menggunakan teknik analisis jalur (Path analysis) dilengkapi contoh aplikasinya)*. Jakarta : In Media, 2016.
- Maruli Tua Sitorus, Raja. *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja*. Surabaya: Scorpindo Media Pustaka, 2020.
- Matondang, Zulaika, dan Hamni Fadlilah Nasution. *Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Moch Aris Dwi Saputro. “Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.” (*Skripsi, IAIN Tulungagung*), 2020.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2014.

- Muhammad Iqbal, Abdul Hamid, dan Mastura. "Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah." *Jurnal Investasi Islam* Vol. 4, no. 2 (2019).
- Muhammad Quraish Shihab. *Tafsir al-Mishbah*. Jakarta : Lentera Hati, 2000.
- Nofinawati. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Norfai. *Kesulitan Dalam Menulis Karya Tulis Ilmiah*. Lakeisha, 2021.
- Nuril Fijriah. "Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syari'ah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018)." (*Skripsi, Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan*), 2018.
- Nurul Azmi dan Muhammad Haris. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh." *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* Vol. 1, no. 1 (Mei 2019).
- Otoritas Jasa Keuangan, "Mengenal Lembaga Serta Produk Dan Jasa Keuangan" (<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/316>), diakses 15 Juli 2022 pukul 14.20 WIB).
- Philip Kotler, dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Priyatno, Dwi. *Cara Kilat Belajar dan SPSS 20*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- . *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Silaen, Sofar, dan Yayak Heriyanto. *Pengantar Statistika Sosial*. Jakarta: In Media, 2013.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Sri Handayani, Kristiyadi. "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika* 5, no. 9 (2016).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

- Sugiyono, dan Agus Santoso. *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukatin, Andri Astuti, dan Zulqarnain. *Psikologi manajemen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2021.
- Sumarwan, Ujang. *Perspektif Perilaku Konsumen Teori dan Marketing plan*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018.
- Sumarwan, Ujang, dan Fandy Tjiptono. *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018.
- Sunyato, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2015.
- Sutrisman, Dudih. *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*. Bogor: Guepedia, 2019.
- Swarjana, Ketut. *konsep pengetahuan, sikap, perilaku, persepsi, stress, kecemasan, nyeri, dukungan sosial, kepatuhan, pandemi covid-19, akses layanan kesehatan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022.
- Torang, Syamsir. *Organisasi dan Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta, 2014.
- Trygu. *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan hubungannya dengan minat belajar matematika*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Tukma, Darwis Harahap, Ihdi Aini, dan Royani Ida. "Analysis Of Public Interest In Banking Products." *Journal of Sharia Banking* Vol. 2, no. 2 (Desember 2021).
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis, Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah Rantauprapat, Darman, Tanggal 27 Mei 2022, Pukul 10.30 WIB.
- Wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah Rantauprapat, nolong, Tanggal 22 Juni 2022 Pukul 11.23 WIB.

Wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil dan menengah Rantauprapat, Mirna Nasution, Tanggal 22 Juni 2022 Pukul 13.55 WIB.

Yunus, Said, Karnelis, Amirullah, dan Zulkarnain. "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa STIM Pase Langsa." *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol. 4, no. 1 (Maret 2020).

Yusuf, Muhammad, dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian*. Bogor: IPB Press, 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Shinta Nauli Pasaribu
Nim : 18 401 00031
Tempat/Tanggal Lahir : Rantauprapat, 28 September 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 3 dari 4 Bersaudara
Alamat : Gang kantil, Sirandorong tengah
Agama : Islam

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Panolongi Pasaribu
Nama Ibu : Rohani Ritonga
Alamat : Gang kantil, Sirandorong tengah
No. Hp : 082167234916

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2006-2012 : SDN 117470 Kampung Sawah
2012-2015 : SMPN 2 Rantau Utara
2015-2018 : SMAN 1 Rantau Utara
2018-2023 : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya :

Nama : Shinta Nauli Pasaribu

NIM : 18 401 00031

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner 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 kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidimpuan, Desember 2022

Hormat Saya,

Shinta Nauli Pasaribu

Nim. 18 401 00031

KUESIONER (ANGKET) PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP

MINAT PELAKU UMKM MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BANK

SYARIAH

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Alamat :

B. Petunjuk Pengisian

1. Berikan *checklist* (√) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. Daftar Pernyataan

1. Variabel Minat (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik untuk melakukan pembiayaan di bank syariah karena terhindar dari riba.					
2	Saya akan melakukan pembiayaan di bank syariah.					
3	Saya akan merekomendasikan produk pembiayaan kepada orang lain.					
4	Saya bersedia merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.					
5	Saya lebih yakin melakukan pembiayaan di bank syariah dibandingkan bank konvensional atau di pihak lain.					

6	Melakukan pembiayaan di bank syariah merupakan pilihan pertama saya.					
7	Saya mencari tahu terlebih dahulu tentang bank syariah.					
8	Saya tertarik untuk melakukan pembiayaan di bank syariah setelah mendapat informasi dari orang lain.					

2. Variabel Persepsi (X_1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya sistem pembiayaan di bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.					
2	Karyawan di bank syariah ramah.					
3	Karyawan di bank syariah menggunakan bahasa yang sopan.					
4	Tertarik melakukan pembiayaan di bank syariah karena sudah banyak masyarakat yang menggunakannya.					
5	Menurut saya produk pembiayaan di bank syariah lebih bagus dan menguntungkan.					
6	Saya berpendapat kualitas produk pembiayaan di bank syariah baik.					

3. Variabel Pengetahuan (X_2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui produk pembiayaan yang ada di bank syariah.					
2	Saya mengetahui perbedaan produk bank syariah dengan bank konvensional.					
3	Saya mengetahui lokasi bank syariah.					
4	Saya mengetahui prosedur peminjaman yang ada di bank syariah.					
5	Saya mengetahui manfaat melakukan pembiayaan di bank syariah.					
6	Saya mengetahui bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.					

4. Variabel Motivasi (X_3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa prosedur dan persyaratan dalam melakukan pembiayaan di bank syariah mudah.					
2	Saya merasa dalam pembayaran produk pembiayaan di bank syariah lebih mudah.					
3	Saya memilih melakukan pembiayaan di bank syariah karena mengikuti keluarga dan saran dari teman atau saudara.					
4	Saya merasa aman melakukan pembiayaan di bank syariah karena kesyariahan nya.					

Lampiran Tabulasi Angket Persepsi (X₁)

No.	Persepsi (X ₁)						
	Pernyataan						Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	4	4	5	4	27
2	5	5	5	4	5	5	29
3	5	5	5	5	5	4	29
4	5	5	4	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	4	27
6	3	5	5	4	5	4	26
7	5	4	5	5	5	4	28
8	5	5	4	5	5	4	28
9	5	5	5	5	5	5	30
10	3	4	5	5	4	5	26
11	4	5	5	5	5	4	28
12	5	5	5	4	5	5	29
13	4	4	4	5	5	5	27
14	5	4	4	4	5	5	27
15	5	5	5	4	5	4	28
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	5	5	4	5	4	27
19	4	5	4	4	4	5	26
20	4	5	5	4	5	4	27
21	4	4	4	4	5	4	25
22	2	5	4	5	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	3	4	5	4	5	4	25
26	5	5	4	5	5	5	29
27	4	3	5	5	5	4	26
28	5	4	4	4	5	3	25
29	4	5	5	5	5	5	29
30	4	5	4	5	5	4	27
31	5	5	5	5	4	5	14
32	4	5	5	4	5	4	27
33	4	5	5	4	4	5	27
34	3	4	4	4	4	4	23
35	3	2	4	4	5	2	20
36	4	5	5	5	5	5	29
37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	4	4	3	4	4	22
39	4	5	5	4	5	5	28
40	5	5	5	4	5	4	28
41	5	4	5	5	5	5	29
42	5	5	5	5	5	5	30

43	3	4	4	4	5	5	25
44	4	5	5	5	5	5	29
45	5	5	5	4	4	3	26
46	4	5	4	4	4	4	25
47	4	4	4	4	5	4	25
48	5	4	5	5	4	5	28
49	5	5	5	4	5	5	29
50	5	4	5	4	5	5	28
51	3	5	4	4	2	4	22
52	5	5	4	5	5	5	29
53	5	5	4	5	5	4	28
54	4	4	3	4	4	4	23
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	5	5	5	4	28
57	4	2	5	5	5	4	25
58	4	4	5	5	4	5	27
59	5	5	4	4	5	4	27
60	5	5	4	5	4	5	27
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	35
63	4	5	5	4	5	4	32
64	4	3	4	4	5	4	24
65	5	4	5	5	5	5	29
66	5	5	4	5	5	5	29
67	5	4	4	4	5	4	26
68	4	4	5	4	5	4	26
69	3	4	4	5	4	5	25
70	3	4	4	4	4	4	23
71	3	2	4	4	5	2	20
72	4	5	5	5	5	5	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	3	4	4	3	4	4	22
75	4	5	5	4	5	5	28
76	5	5	5	4	5	4	28
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	35
79	4	5	5	4	5	4	32
80	4	3	4	4	5	4	24
81	5	4	5	5	5	5	29
82	5	5	4	5	5	5	29
83	5	5	4	4	5	4	27
84	5	5	5	4	5	5	29

Lampiran Tabulasi Angket Pengetahuan (X₂)

No.	Pengetahuan (X ₂)						Total X ₂
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	5	4	4	3	25
2	3	2	5	3	3	2	18
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	2	5	3	2	5	20
5	3	5	1	5	3	1	18
6	3	4	2	3	4	3	19
7	3	2	3	3	2	2	15
8	4	3	4	4	4	3	22
9	3	4	5	3	4	4	23
10	4	3	1	4	1	3	16
11	4	2	4	3	2	3	18
12	3	2	5	3	4	5	22
13	1	5	2	1	2	5	16
14	4	4	4	3	3	3	21
15	4	4	1	5	5	2	21
16	5	2	4	4	2	5	22
17	4	3	4	3	4	3	21
18	3	3	3	3	4	2	18
19	2	3	5	3	4	3	20
20	4	1	5	2	4	2	18
21	3	2	3	3	4	3	18
22	4	3	3	4	4	3	21
23	4	3	3	4	4	3	21
24	4	3	4	4	5	4	24
25	5	4	4	5	5	5	28
26	5	3	5	4	5	3	25
27	3	3	3	4	4	4	21
28	2	2	1	2	2	2	11
29	4	2	5	3	4	4	22
30	4	2	4	2	2	2	16
31	4	3	5	4	4	2	22
32	4	3	2	4	4	3	20
33	4	2	4	2	2	2	16
34	4	1	3	2	4	2	16
35	4	3	1	4	4	3	19
36	5	5	1	5	5	5	26
37	5	2	4	3	4	3	21
38	4	4	3	4	4	2	21
39	4	3	2	3	4	2	18
40	4	3	5	4	4	3	23
41	4	3	3	3	4	2	19
42	5	4	2	4	4	4	23
43	3	2	4	3	4	3	19

44	4	5	4	5	5	4	27
45	3	2	2	3	3	2	15
46	4	3	5	3	4	4	23
47	5	3	1	5	5	3	22
48	4	3	4	4	4	4	23
49	5	5	5	4	4	5	28
50	4	4	3	5	5	4	25
51	1	2	4	3	4	3	17
52	1	2	4	3	3	3	16
53	4	4	5	4	4	5	26
54	2	2	3	3	3	1	14
55	4	4	5	2	4	3	22
56	4	3	1	4	4	3	19
57	3	4	3	2	3	2	17
58	3	4	2	3	3	2	17
59	4	2	5	4	4	5	24
60	3	2	4	3	4	1	17
61	2	2	2	4	4	2	16
62	3	2	3	2	3	1	14
63	2	2	1	2	3	1	11
64	3	4	2	4	3	4	20
65	5	3	4	3	4	5	24
66	5	4	3	4	3	5	24
67	4	3	2	5	4	4	22
68	5	5	5	3	5	3	26
69	4	3	3	4	4	4	22
70	4	3	3	4	4	3	21
71	3	5	5	3	4	3	23
72	4	3	2	4	4	3	20
73	4	2	3	3	2	2	16
74	3	2	3	3	4	3	18
75	1	5	5	3	1	1	16
76	4	4	4	3	3	3	21
77	4	4	3	5	5	4	25
78	5	2	3	4	5	5	24
79	4	3	3	3	4	3	20
80	4	2	2	4	4	5	21
81	3	2	3	3	4	1	16
82	2	2	2	4	4	2	16
83	3	2	2	2	3	1	13
84	1	3	2	2	5	4	17

Lampiran Tabulasi Angket Motivasi (X₃)

No.	Motivasi (X ₃)				
	Pernyataan				Total X ₃
	1	2	3	4	
1	4	2	4	4	14
2	5	5	5	5	20
3	1	4	4	4	13
4	3	4	3	1	11
5	5	4	4	2	15
6	5	4	5	5	19
7	5	5	4	4	18
8	1	4	4	4	13
9	4	4	4	4	16
10	4	4	3	3	14
11	5	3	3	4	15
12	5	5	5	5	20
13	5	3	2	2	12
14	4	3	3	2	12
15	4	3	4	3	14
16	4	3	4	3	14
17	4	2	4	4	14
18	5	5	5	5	20
19	5	5	4	5	19
20	4	3	4	4	15
21	5	2	2	1	10
22	4	2	4	4	14
23	4	3	4	4	15
24	5	5	5	5	20
25	4	2	4	4	14
26	5	4	3	5	17
27	3	4	3	1	11
28	5	2	4	3	14
29	5	2	4	4	15
30	4	2	4	2	12
31	5	3	3	4	15
32	5	5	4	4	18
33	5	5	5	5	20
34	3	4	3	1	11
35	4	4	3	3	14
36	5	3	5	4	17
37	4	3	5	2	14
38	5	5	4	5	19
39	4	2	4	4	14
40	4	3	5	4	16
41	4	5	3	5	17
42	4	4	3	3	14
43	5	3	3	4	15

44	1	4	4	4	13
45	5	5	4	4	18
46	5	5	5	5	20
47	4	2	4	4	14
48	3	2	3	4	12
49	4	3	4	3	14
50	4	4	4	4	16
51	5	2	4	2	13
52	4	3	4	3	14
53	4	3	4	4	15
54	5	2	4	4	15
55	5	4	5	5	19
56	4	4	3	5	16
57	5	5	4	5	19
58	5	3	3	2	13
59	4	3	5	3	15
60	5	4	5	5	19
61	4	3	4	3	14
62	4	3	4	4	15
63	4	3	4	4	15
64	5	4	4	3	16
65	5	4	5	5	19
66	3	4	3	1	11
67	5	5	5	5	20
68	4	3	4	3	14
69	3	4	4	4	15
70	4	4	3	3	14
71	4	3	4	3	14
72	5	4	5	5	19
73	4	2	4	4	14
74	5	5	5	5	20
75	1	4	4	4	13
76	5	5	5	4	19
77	5	5	5	5	20
78	4	4	5	5	18
79	5	5	4	4	18
80	5	5	4	5	19
81	4	5	5	4	18
82	5	5	3	3	16
83	4	5	4	5	18
84	5	5	5	4	19

Lampiran Tabulasi Angket Minat (Y)

No.	Minat (Y)								Total Y
	Pernyataan								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	5	4	4	4	4	3	33
2	3	5	5	5	4	3	3	2	30
3	4	5	5	5	5	4	4	4	36
4	3	5	5	4	5	3	2	5	32
5	3	4	5	4	5	5	3	1	30
6	3	3	5	5	4	3	4	3	30
7	3	5	4	5	5	3	2	2	29
8	4	5	5	4	5	4	4	3	34
9	3	5	5	5	5	3	4	4	34
10	4	3	4	5	5	4	1	3	29
11	4	4	5	5	5	3	2	3	31
12	3	5	5	5	4	3	4	5	34
13	1	4	4	4	5	1	2	5	26
14	4	5	4	4	4	3	3	3	30
15	4	5	5	5	4	5	5	2	35
16	5	5	5	5	5	4	2	5	36
17	4	5	5	5	5	3	4	3	34
18	3	4	5	5	4	3	4	2	30
19	2	4	5	4	4	3	4	3	29
20	4	4	5	5	4	2	4	2	30
21	3	4	4	4	4	3	4	3	29
22	4	2	5	4	5	4	4	3	31
23	4	5	5	5	5	4	4	3	35
24	4	5	5	5	5	4	5	4	37
25	5	3	4	5	4	5	5	5	36
26	5	5	5	4	5	4	5	3	36
27	3	4	3	5	5	4	4	4	32
28	2	5	4	4	4	2	2	2	25
29	4	4	5	5	5	3	4	4	34
30	4	4	5	4	5	2	2	2	28
31	4	5	5	5	5	4	4	2	34
32	4	4	5	5	4	4	4	3	33
33	4	4	5	5	4	2	2	2	28
34	4	3	4	4	4	2	4	2	27
35	4	3	2	4	4	4	4	3	28
36	5	4	5	5	5	5	5	5	39
37	5	5	5	5	5	3	4	3	35
38	4	3	4	4	3	4	4	2	28
39	4	4	5	5	4	3	4	2	31
40	4	5	5	5	4	4	4	3	34
41	4	5	4	5	5	3	4	2	32
42	5	5	5	5	5	4	4	4	37
43	3	3	4	4	4	3	4	3	28

44	4	4	5	5	5	5	5	4	37
45	3	5	5	5	4	3	3	2	30
46	4	4	5	4	4	3	4	4	32
47	5	4	4	4	4	5	5	3	34
48	4	5	4	5	5	4	4	4	35
49	5	5	5	5	4	4	4	5	37
50	4	5	4	5	4	5	5	4	36
51	1	3	5	4	4	3	4	3	27
52	1	5	5	4	5	3	3	3	29
53	4	5	5	4	5	4	4	5	36
54	2	4	4	3	4	3	3	1	24
55	4	5	5	5	5	2	4	3	33
56	4	5	4	5	5	4	4	3	34
57	3	4	2	5	5	2	3	2	26
58	3	4	4	5	5	3	3	2	29
59	4	5	5	4	4	4	4	5	35
60	3	5	5	4	5	3	4	1	30
61	2	5	5	5	5	4	4	2	32
62	3	5	5	5	5	2	3	1	29
63	2	4	5	5	4	2	3	1	26
64	3	4	3	4	4	4	3	4	29
65	5	5	4	5	5	3	4	5	36
66	5	5	5	4	5	4	3	5	36
67	4	5	4	4	4	5	4	4	34
68	5	4	4	5	4	3	5	3	33
69	4	3	4	4	5	4	4	4	32
70	4	3	4	4	4	4	4	3	30
71	3	3	2	4	4	3	4	3	26
72	4	4	5	5	5	4	4	3	34
73	4	5	5	5	5	3	2	2	31
74	3	3	4	4	3	3	4	3	27
75	1	4	5	5	4	3	1	1	24
76	4	5	5	5	4	3	3	3	32
77	4	5	5	5	5	5	5	4	38
78	5	5	5	5	5	4	5	5	39
79	4	4	5	5	4	3	4	3	32
80	4	4	3	4	4	4	4	5	32
81	3	5	4	5	5	3	4	1	30
82	2	5	5	4	5	4	4	2	31
83	3	5	5	4	4	2	3	1	27
84	1	5	5	5	4	2	5	4	31

A. Uji Validitas

1. Variabel persepsi (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Persepsi
X1.1	Pearson Correlation	1	.381**	.286**	.352**	.432**	.371**	.557**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.001	.000	.001	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X1.2	Pearson Correlation	.381**	1	.244*	.180	.006	.472**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.000		.025	.101	.958	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X1.3	Pearson Correlation	.286**	.244*	1	.257*	.282**	.328**	.475**
	Sig. (2-tailed)	.008	.025		.018	.009	.002	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X1.4	Pearson Correlation	.352**	.180	.257*	1	.188	.460**	.420**
	Sig. (2-tailed)	.001	.101	.018		.087	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X1.5	Pearson Correlation	.432**	.006	.282**	.188	1	.050	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000	.958	.009	.087		.654	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X1.6	Pearson Correlation	.371**	.472**	.328**	.460**	.050	1	.514**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.000	.654		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Persepsi	Pearson Correlation	.557**	.513**	.475**	.420**	.489**	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84

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

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

2. Variabel pengetahuan (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Pengetahuan
X2.1	Pearson Correlation	1	.157	.112	.462**	.340**	.372**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.154	.311	.000	.002	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X2.2	Pearson Correlation	.157	1	.013	.351**	.182	.251*	.532**
	Sig. (2-tailed)	.154		.908	.001	.098	.021	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X2.3	Pearson Correlation	.112	.013	1	-.166	.044	.213	.417**
	Sig. (2-tailed)	.311	.908		.130	.689	.051	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X2.4	Pearson Correlation	.462**	.351**	-.166	1	.460**	.356**	.630**
	Sig. (2-tailed)							
	N	84	84	84	84	84	84	84

Y.2	Pearson Correlation	.074	1	.381**	.286**	.352**	.026	.005	.077	.443**
	Sig. (2-tailed)	.501		.000	.008	.001	.813	.965	.487	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y.3	Pearson Correlation	.037	.381**	1	.244*	.180	.005	.016	-.030	.356**
	Sig. (2-tailed)	.741	.000		.025	.101	.967	.883	.783	.001
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y.4	Pearson Correlation	.227*	.286**	.244*	1	.257*	.015	.079	.029	.394**
	Sig. (2-tailed)	.038	.008	.025		.018	.891	.476	.792	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y.5	Pearson Correlation	.141	.352**	.180	.257*	1	.096	-.102	.130	.384**
	Sig. (2-tailed)	.200	.001	.101	.018		.384	.358	.237	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y.6	Pearson Correlation	.462**	.026	.005	.015	.096	1	.460**	.356**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.813	.967	.891	.384		.000	.001	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y.7	Pearson Correlation	.340**	.005	.016	.079	-.102	.460**	1	.292**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.002	.965	.883	.476	.358	.000		.007	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y.8	Pearson Correlation	.372**	.077	-.030	.029	.130	.356**	.292**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.487	.783	.792	.237	.001	.007		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Minat	Pearson Correlation	.690**	.443**	.356**	.394**	.384**	.642**	.569**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84

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

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

B. Uji Reliabilitas

1. Variabel persepsi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	6

2. Variabel pengetahuan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	6

3. Variabel motivasi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	4

4. Variabel minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.624	8

C. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi	84	14	35	27.23	3.121
Pengetahuan	84	11	28	20.06	3.759
Motivasi	84	10	20	15.68	2.716
Minat	84	24	39	31.71	3.586
Valid N (listwise)	84				

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62076926
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.065
	Negative	-.075
Test Statistic		.075

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.175	2.040		2.047	.044		
Persepsi	.430	.058	.375	7.371	.000	.989	1.011
Pengetahuan	.754	.048	.790	15.617	.000	.998	1.002
Motivasi	.045	.067	.034	.672	.503	.991	1.009

a. Dependent Variable: Minat

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.740	2.791		-.982	.329
Persepsi	-.015	.080	-.021	-.189	.850
Pengetahuan	.027	.066	.046	.412	.682
Motivasi	.126	.092	.153	1.379	.172

a. Dependent Variable: LNU2I

E. Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.175	2.040		2.047	.044
Persepsi	.430	.058	.375	7.371	.000

Pengetahuan	.754	.048	.790	15.617	.000
Motivasi	.045	.067	.034	.672	.503

a. Dependent Variable: Minat

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	849.111	3	283.037	103.851	.000 ^b
	Residual	218.032	80	2.725		
	Total	1067.143	83			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan, Persepsi

3. Uji R² (R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.788	1.651

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan, Persepsi

Lampiran Dokumentasi Pengisian Angket



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden (pelaku usaha mikro) atas nama bapak Nolong.





Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden (pelaku usaha mikro) atas nama ibu Hayana.







Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden (pelaku usaha menengah) atas nama bapak Ari Ramadhan.



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden (pelaku usaha menengah) atas nama bapak Fachrul Rozi.



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 : 748/ln.14/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

16 Januari 2022

Yth. Ibu:

1. Hamni Fadlilah Nasution : Pembimbing I
2. Zulaika Matondang : Pembimbing II

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

Nama : Shinta Nauli Pasaribu
NIM : 1840100031
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Pelaku Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.

Untuk itu, diharapkan kepada Ibu 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
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

Nomor : 3201 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/12/2022
Hal : Mohon Izin Riset

21 Desember 2022

Yth. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Labuhanbatu

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

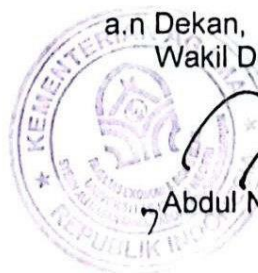
Nama : Shinta Nauli Pasaribu
NIM : 1840100031
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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 Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah".

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.

PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH

Jalan LISTRIK NO. 15 Telp. (0624) 21158
Rantauprapat-Kode Pos 21415

Nomor : 510/097 /KOP.UKM/I/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Riset

Rantauprapat, 12 Januari 2023

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
di
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nomor: 3201/Un.28/G.1/G.4c/TL.001/12/2022 tanggal 21 Desember 2022 perihal izin riset.

Berkaitan hal tersebut di atas maka disampaikan bahwa kami memberikan izin kepada :

Nama : Shinta Naulli Pasaribu
NIM : 1840100031
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Pelaku UMKM Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah.

Untuk dapat melakukan riset di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Labuhanbatu.

Demikian surat ini di perbuat dan sampaikan agar kiranya dapat dipergunakan dengan baik, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

KEPALA DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
KABUPATEN LABUHANBATU


Drs. TAUFIK SIREGAR
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19640617 199303 2 003