

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
UMKM DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN BANK
SYARIAH DI KOTA SEMARANG**

**Saniman Widodo, S.E., M.M¹⁾, Atif Windawati, S.ST., MBA. ²⁾,
Nurseto Adhi, S.E., M.Si³⁾**

¹⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedharto, S.H., Semarang, 50275

²⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedharto, S.H., Semarang, 50275

³⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. Soedharto, S.H., Semarang, 50275

E-mail: korespondensi@mail.com (12 pt)

Abstract

Small and mid-scaled bussiness were indonesian economy's frontline. The existence of this sector donate 60,34 percent on Indonesian GDP, and it's also absorb 97 percent labor in Indonesia (Merdeka.com, 6/12/2018). Small and mid-scaled bussiness was also proved can survive from recession. However, this doesn't mean that this sector without facing problem. The result of Worldbank research found that the main obstacle for growth of Small and mid-scaled bussiness is the absence of fund access, while the developing this sector need extra fund. This problem indicate that there is huge opportunities for financial institution including Syariah Bank. The existence Syariah Bank as a real sectors driver expected can be a real solution for developong Small and mid-scaled bussiness. However, the distribution of Islamic people's bussiness credit (KUR Syariah) was just 0.6 percent. If it's seen from Small and mid-scaled bussiness perspective there is some factors that have influence to decision of using Syariah Bank's fund products, such as procedure, faith and services (Lubis and Mahalli, 2014). Yuliawan (2011) said that knowledge has significant influence to customer's decision on using Syariah Bank products. This four factors that consist of procedure, faith, services and knowledge will used as independent variables and decision Small and mid-scaled bussiness as dependent variable on this research

This research found that costumer knowledge has significant impact on Small and mid-scaled bussiness to using Syariah Bank's fund Product. On the other hand, procedure and service do not have significant effect on Small and mid-scaled bussiness to using Syariah Bank's fund Product. This found implies that better costumer knowledge lead to bigger posibility Small and mid-scaled bussiness taking Syariah Bank's fund Product. Service and procedure do not have effect most likely because there is no significant different between one Syariah Bank to another.

Keywords: Costumer Decision , procedure, faith, service, dan knowledge

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor andalan bagi perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM menyumbang 60,34% persen terhadap Produk Domestik Bruto dan persentase penyerapan tenaga kerja oleh UMKM tercatat sebesar 97 persen (Merdeka.com, 6/12/2018). Selain itu, UMKM terbukti mampu bertahan pada guncangan krisis ekonomi. Kendati demikian bukan berarti tidak ada hambatan bagi sektor UMKM dalam perkembangannya. Hasil riset Worldbank menyatakan bahwa hambatan utama pertumbuhan UMKM di Indonesia adalah tidak adanya akses pembiayaan sedangkan UMKM membutuhkan modal tambahan untuk berkembang. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi lembaga keuangan termasuk Bank Syariah. Keberadaan Bank Syariah sebagai penggerak sektor riil diharapkan bisa menjadi solusi nyata bagi pertumbuhan UMKM. Namun, tercatat porsi penyaluran Kredit Usaha Rakyat Syariah (KUR Syariah) baru 0.6 persen. Jika dilihat dari sudut pandang UMKM ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah antara lain faktor prosedur, keyakinan, dan pelayanan (Lubis dan Mahalli, 2014). Yuliawan (2011), mengemukakan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah. Keempat faktor tersebut yaitu prosedur, keyakinan, pelayanan, dan

pengetahuan akan digunakan sebagai variabel independen dan keputusan UMKM sebagai variabel dependen dalam penelitian ini.

Penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh terhadap UMKM untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Disisi lain, prosedur dan pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Temuan ini mengimplikasikan bahwa semakin baik pengetahuan nasabah terhadap produk makan semakin besar kemungkinan nasabah tersebut akan memutuskan menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Prosedur dan pelayanan tidak memiliki pengaruh kemungkinan disebabkan karena tidak ada perbedaan pelayanan dan prosedur antara bank yang satu dengan yang lainnya.

Kata Kunci: keputusan nasabah pembiayaan, prosedur, keyakinan, pelayanan, dan pengetahuan.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan penggerak utama perekonomian bangsa Indonesia. Pada tahun 2018 tercatat UMKM menyumbang 60 persen terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM pun mampu menyerap tenaga kerja secara fantastis yaitu sebesar 97 persen. Berkaitan dengan Produk Domestik Brutto, sektor UMKM mampu menyumbang sebesar hingga 60.34 persen di tahun 2018. Selain itu, ketahanan UMKM sudah terbukti pada guncangan krisis ekonomi tahun 1998 yang mana perusahaan-perusahaan raksasa runtuh (merdeka.com, 6/7/2018).

Mengingat pentingnya keberadaan sektor UMKM maka keberadaanya harus diperkuat. Riset Worldbank menyatakan bahwa faktor utama penghambat pertumbuhan UMKM adalah kurangnya modal. Minimnya modal yang dimiliki UMKM disebabkan karena tidak adanya akses terhadap pembiayaan. Hal tersebut merupakan peluang besar bagi lembaga keuangan khususnya Bank Syariah. Pembiayaan modal kerja Bank Syariah bisa mejadi solusi untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM.

Bank Syariah sebagai penggerak sektor riil diharapkan mampu mendorong pertumbuhan UMKM. Per November 2018, realisasi KUR Syariah mencapai 717,51 miliar. Jumlah tersebut hanya sekitar 0.6 persen dari total realisasi penyaluran KUR yang mencapai Rp. 118,2 triliun. Hal ini hendaknya menjadi perhatian serius bagi lembaga perbankan Syariah.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pengusaha UMKM dalam menggunakan pembiayaan Bank Syariah sebagai sumber pendanaan. Lubis dan Mahalli (2014), mengungkapkan bahwa prosedur pembiayaan, keyakinan, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pengusaha UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah. Yuliawan (2011) serta Manuarang dan Mawardi (2018), menambahkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhdap keputusan konsumen dalam menggunakan produk.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah menganalisis dan menguji secara empiris mengenai signifikasi pengaruh faktor prosedur terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank

Syariah di Kota Semarang, menganalisis dan menguji secara empiris mengenai signifikansi pengaruh faktor keyakinan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang, menganalisis dan menguji secara empiris mengenai signifikansi pengaruh faktor pelayanan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang, menganalisis dan menguji secara empiris mengenai signifikansi pengaruh faktor pengetahuan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi prosedur-prosedur apa saja yang memiliki dampak dalam pengambilan keputusan UMKM dalam menggunakan produk Bank Syariah di kota Semarang, menilai keyakinan pengambilan keputusan UMKM dalam menggunakan produk Bank Syariah di kota Semarang, mengidentifikasi jenis pelayanan yang berdampak pada pengambilan keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang, dan menilai seberapa besar pengetahuan UMKM pada produk bank syariah memiliki dampak pada pengambilan keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM yang menjadi nasabah pembiayaan Bank Syariah di kota Semarang. Penelitian ini mengambil 30 sampel sebagai responden. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa studi pustaka, wawancara, dan kuesioner. Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi terkait penelitian ini berupa jurnal-jurnal penelitian, surat kabar offline maupun online, buku dan website resmi lembaga terkait. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung secara lisan kepada UMKM responden dan Bank Syariah di kota Semarang. Fungsinya adalah sebagai data dukung dalam analisis hasil penelitian ini. Kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertutup kepada UMKM responden dengan menggunakan skala *likert* setuju dan tidak setuju dengan skor 1-5.

Teknik analisis analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan *SPSS for Window 24* sebagai alat analisis. Tahapan-tahapan dalam analisis regresi linier berganda untuk data primer adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Kelayakan model

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan didapatkan dan pengolahan data pada kuesioner yang disebar, maka dapat digambarkan terkait gambaran umum responden pada penelitian ini. Total responden yang didapatkan adalah sebesar 52 responden, mayoritas adalah pengusaha UMKM di bidang fashion dengan 17 responden, dengan mayoritas usia pada rentang 18-30 tahun dengan 39 responden, mayoritas pengusaha perempuan, mayoritas lama usaha 2-5 tahun, mayoritas berpendidikan sarjana, dengan penghasilan UMKM sebesar 2-3 juta perbulan.

Untuk mengetahui tingkat keabsahan pertanyaan perlu dikakukan uji validitas data terhadap item-item pernyataan pada kuesioner penelitian dan uji reliabilitas untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Berikut adalah hasil uji validitas dan Reliabilitas untuk variabel prosedur, keyakinan, pelayanan, pengetahuan dan keputusan yang akan disajikan dalam tabel 1

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Variabel	Validitas	Reliabilitas
Keputusan	Valid	Reliabel
Prosedur	Valid	Reliabel
Keyakinan	Valid	Tidak Reliabel
Pelayanan	Valid	Reliabel
Pengetahuan	Valid	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2019.

Dari tabel 1 diatas tersebut diketahui bahwa pada penelitian ini semua item pernyataan dinyatakan Valid. Dari Tabel 1 diatas Terlihat mengindikasikan bahwa variabel keyakinan tidak reliabel. Oleh karena itu, variabel keyakinan tidak akan diuji lebih lanjut pada penelitian ini.

Hasil pengolahan Uji Normalitas data dan asumsi klasik Penelitian ini akan menggunakan Uji Normalitas Uji normalitas pada penelitian ini akan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov Test. Berikut Tabel 3 menunjukkan hasil uji normalitas pada penelitian ini :

Tabel 2 Uji Normalitas

<i>Test statistic uji Kolmogorov Smirnov</i>	0,285
--	-------

Sumber: data primer diolah, 2019

Dari hasil uji tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa nilai dari *test statistic Kolmogorov Smirnov* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,285 (0,285

> 0,005). Hal ini mengindikasikan bahwa data pada penelitian ini telah terdistribusi secara normal sehingga dapat dilanjutkan ke uji asumsi klasik. Uji Asumsi klasik pada penelitian ini akan terdiri dari uji multikolinearitas dan uji Heterkedastisitas. Berikut adalah hasil pengujian asumsi klasik pada penelitian ini:

Tabel 3 Uji Multikolinearitas dan Uji heterokedastisitas

Model	Uji Multikolinearitas	Uji heterokedastisitas
Prosedur	Tidak terjadi multikolinieritas	Tidak terdapat heterokedastisitas
Pelayanan	Tidak terjadi multikolinieritas	Tidak terdapat heterokedastisitas
Pengetahuan	Tidak terjadi multikolinieritas	Tidak terdapat heterokedastisitas

Sumber: data primer diolah, 2019

Tabel 3 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terdapat heterokedastisitas pada model penelitian ini. Selanjutnya, akan dilakukan uji kelayakan model yang terdiri dari koefisien determinasi, uji F dan uji t. Berikut adalah hasil uji F:

Tabel 4 Uji F

Nilai Uji F	10,156
Taraf signifikansi	0,000

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 10,156 dengan signifikansi 0,000. Taraf signifikansi $0.000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi tingkat keputusan UMKM dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah. Berikut adalah hasil Uji t yang telah dilakukan

Tabel 5 .15 Uji t

Variabel	Koefisien	t- statistik	Sig.	Hasil
Konstanta	0.005	0.002	0.999	
Prosedur	-. 075	-.305	0.762	Tidak signifikan
Pelayanan	0.302	1.565	0.124	Tidak signifikan
Pengetahuan Konsumen	0.558	0.435	0.009	Signifikan

Sumber: data primer diolah, 2019

Hasil uji statistik t pada Tabel 5.15 menunjukkan bahwa hanya variabel Pengetahuan Konsumen yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan UMKM dalam menggunakan produk Bank Syariah karena memiliki signifikansi 0.009

$< 0,05$. UMKM merasa perlu mengetahui tentang atribut produk, manfaat, dan nilai-nilai yang diterima sebelum memutuskan untuk menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah. Sedangkan Prosedur dan Pelayanan masing-masing secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan karena nilai signifikansi masing-masing variabel $> 0,05$ yaitu sebesar 0.762 dan 0.124. variabel prosedur dan pelayanan tidak berpengaruh dapat dikarenakan bahwa prosedur dan layanan tiap bank sejatinya tidak jauh berbeda. Perbedaan tersebut tidak menjadi pertimbangan utama UMKM dalam memutuskan menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Hal ini disebabkan karena UMKM lebih mempertimbangkan biaya dan manfaat yang didapatkan dari menggunakan produk pembiayaan terhadap bisnisnya dibandingkan prosedur dan pelayanan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan variabel Prosedur secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan Produk Pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pertama **ditolak**, variabel Pelayanan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan Produk Pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ketiga **ditolak**, Variabel Pengetahuan Konsumen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan Produk Pembiayaan Bank Syariah di Kota Semarang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis keempat **diterima**.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Sebaiknya perlu dilakukan penambahan dan perluasan demografi responden sehingga hasil penelitian dapat lebih mewakili populasi dalam penelitian, perlu ditambahkan variabel dan indikator guna mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi variabel-variabel terkait sehingga dapat meningkatkan hasil dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*
Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*
EDISI 5. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*
Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kauripan, C.M. 2013. Sikap, Keyakinan,, dan Efektifitas Iklan Pengaruhnya terhadap
Keputusan Penggunaan Produk Kartu AS Konsumen di Manado Town Square.
Jurnal Riset Ekonomu, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, 1(3): 1100-1110,
- Lubis, R dan Mahalli, L, 2014. Analisi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengusaha
UMK untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Modal Kerja pada Bank Syariah
di kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(2).
- Manuarang dan Mawardi, 2018. Pengaruh *Product Knowledge* terhadap Purchased
Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55 (3)
- Nababan dan Hamoraon, 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan
Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia dalam Memilih Lembaga Keuangan
Sebagai Sumber pendanaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(6).
- Othman, A. And L. Owen, 2001. *Adopting And Measuring Customer Service Quality*
SQ In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House. International
Journal Of Islamic Financial Services, 3(1): 100 -126.
- Yuliawan, eko, 2011. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah
terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang
Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1(1).
- Republika.co.id diakses pada 16 januari 2019
Suaramerdeka.com diakses pada 17 januari 2019
FATWA DSN MUI