

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU UMKM DALAM MENGAMBIL PRODUK PEMBIAYAAN DI PERBANKAN SYARIAH

(Studi Kasus UMKM Wisata Religi Sunan Ampel Kota Surabaya)

Lembaga keuangan syariah terbagi menjadi dua jenis yaitu lembaga keuangan syariah bank dan lembaga keuangan syariah non bank. Wisata Religi Sunan Ampel merupakan salah satu wisata religi yang berlokasi di Kota Surabaya. Aspek permodalan merupakan salah satu aspek yang menjadi salah satu faktor UMKM agar dapat terus mengembangkan usahanya, sehingga perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan menyediakan produk pembiayaan yang ditujukan untuk UMKM. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam mengambil pembiayaan di perbankan syariah. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, pengetahuan, budaya, kepercayaan, dan promosi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga rumus yang digunakan untuk menentukan sampel ialah rumus *Cochran*, berdasarkan perhitungan dengan rumus tersebut maka jumlah sampel yang dibutuhkan ialah sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan penyebaran angket (kuisisioner). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan aplikasi IMB SPSS Statistik 23.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan faktor pengetahuan dan promosi menjadi faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di perbankan syariah, sedangkan faktor budaya dan kepercayaan menjadi faktor yang tidak mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di perbankan syariah. Kemudian, keempat faktor ini secara simultan mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan di perbankan syariah dan persentase pengaruh faktor pengetahuan, budaya, kepercayaan, dan promosi dalam mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk mengajukan pembiayaan di perbankan syariah ialah sebesar 35,2%.

Kata Kunci : Pengetahuan, Budaya, Kepercayaan, Promosi, Minat UMKM

ABSTRACT

ANALYSIS OF DETERMINANT FACTORS THAT INFLUENCE THE INTEREST OF UMKM ACTORS IN TAKING FINANCING PRODUCTS IN ISLAMIC BANKING

(Case Study of UMKM Religious Tourism Sunan Ampel Surabaya City)

Islamic financial institutions are divided into two types, namely bank Islamic financial institutions and non-bank Islamic financial institutions. Sunan Ampel Religious Tourism is one of the religious tours located in Surabaya City. The aspect of capital is one of the aspects that is one of the factors for MSMEs to continue to develop their business, so that Islamic banking as one of the financial institutions provides financing products aimed at MSMEs. The purpose of this study is to determine what factors influence the interest of MSME actors in taking financing in Islamic banking. The factors used in this study include knowledge, culture, trust, and promotion.

The research method used in this research is quantitative research method, with the type of research used is field research. The population used in the study is not known to be the exact number, so the formula used to determine the sample is the Cochran formula, based on calculations with this formula, the number of samples needed is 100 people. The data collection technique used is by distributing questionnaires (questionnaires). The data analysis used in this research is Multiple Linear Regression Analysis with the help of the IMB SPSS Statistics 23 application.

The results of this study indicate that knowledge and promotion factors are factors that influence the interest of MSME actors in applying for financing in Islamic banking, while cultural factors and trust are factors that do not affect the interest of MSME actors in applying for financing in Islamic banking. Then, these four factors simultaneously affect the interest of MSME actors in applying for financing in Islamic banking and the percentage of the influence of knowledge, culture, trust, and promotion factors in influencing the interest of MSME actors in applying for financing in Islamic banking is 35.2%.

Keywords: Knowledge, Culture, Trust, Promotion, MSME Interest