

**PENGARUH PEMASARAN DAN BAGI HASIL
TERHADAP MINAT UMKM DALAM MENERIMA
PEMBIAYAAN DARI PT. BPRS GEBU PRIMA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana (SE) Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh :

NABILA AINI

NPM : 1701270098



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATRA UTARA
MEDAN
2021**

PERSEMBAHAN

*Karya Ilmiah Penulis Persembahkan Kepada
Kedua Orang Tua, Abang, Adik dan
Sahabat Penulis*

Ayahanda Alm. Ibnu Affan

Ibunda Yulina

Abangda Fadlin Syah

Kakanda Afriana Putri

Kakanda Ainun Mardiah

Adinda M. Farhan Ababil

Sahabat Eliza Rahmadani SE

*Tak Lekang Oleh Waktu Selalu Memberikan Doa Kesuksesan
dan Keberhasilan Bagi Diri Penulis*

Motto :

*Hiduplah Seolah Engkau Mati Besok,
Belajarliah Seolah Engkau Hidup
Selamanya*

SURAT KETERANGAN ORISINIL

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nabila Aini
N.P.M : 1701270098
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM
Melakukan Pembiayaan di PT BPRS GEBU Prima Medan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul di atas belum pernah diteliti di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempahkan (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 diatas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, Juli 2021

Hormat saya
Yang membuat pernyataan,



NABILA AINI

Medan, Juni 2021

Lampiran : Istimewa
Hal : Skripsi a.n. Nabila Aini
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU
Di-
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

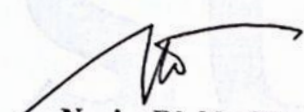
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap Skripsi Mahasiswa Nabila Aini yang berjudul "Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan di PT BPRS GEBU Prima Medan", maka kami berpendapat bahwa Skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada Sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Sarjana Strata I Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian Kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Pembimbing


NovienRialdy SE, MM

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

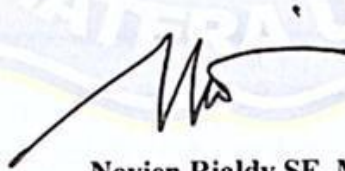
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan Bimbingan dalam Penulisan Skripsi sehingga naskah Skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam Ujian Skripsi Oleh :

Nama Mahasiswa : Nabila Aini
NPM : 1701270098
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan di PT BPRS GEBU Prima Medan"

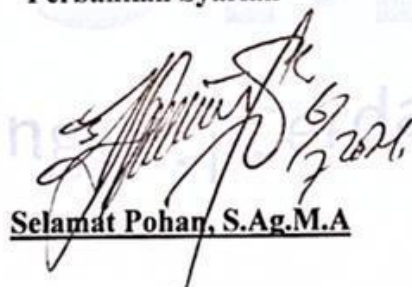
Medan, 01 juli 2021

Pembimbing Skripsi



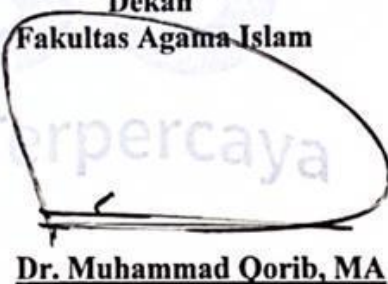
Novien Rialdy SE, MM

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Selamat Pohar, S.Ag.M.A

Dekan
Fakultas Agama Islam



Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Nabila Aini
NPM : 1701270098
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Tanggal Sidang : 23/09/2021
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr Maya Sari, SE, AK, M.Si
PENGUJI II : Dodi firman, SE, MM

PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam 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 secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— / —	fathāh	A	A
— / — /	Kasrah	I	I
و —	ḍammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
— / — ی	fathāh dan ya	Ai	a dan i
— / — و	fathāh dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba : كَتَبَ
- fa'ala : فَعَلَ
- kaifa : كَيْفَ

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
— / ا	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
— / — ی	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و —	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قَالَ
- : مَارَ
- : قِيلَ

- ramā
- qīla

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) Ta marbūtah hidup ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan «ammah, transliterasinya (t).
- 2) Ta marbūtah mati, Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لاطفاضتورل
- al-Madīnah al-munawwarah : ترولمناينهدلما
- ṭalḥah: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

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

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : لبرا
- al-hajj : لالحا
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ا, ل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: لالرجا
- as-sayyidatu: ائلسدا
- asy-syamsu: ائشمسا
- al-qalamu: ائلقلم
- al-jalalu: لالجالا

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: ن وئذئاخ
- an-nau': ائولنا
- syai'un: ائشياء
- inna: ائنا
- umirtu: ائمرتا

- akala: لكا

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), 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 dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

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, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

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 harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

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 ilmu tajwid.

ABSTRAK

Nabila Aini, 1701270098, Pengaruh Pemasaran Dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan Di PT. BPRS Gebu Prima Medan, Pembimbing Novien

Tujuan penelitian yang diteliti adalah Untuk mengetahui pengaruh pemasaran terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan, Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan, Untuk mengetahui pengaruh pemasaran dan bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan. Metode Penelitian Skripsi ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner, teknik pengumpulan data berupa kuisisioner yang disebabkan kepada 58 responden. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis data regresi berganda dengan langkah-langkah berupa uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa berdasarkan uji f, pemasaran dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan. Dan berdasarkan uji t, pemasaran dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan.

Kata kunci : Pemasaran, Bagi Hasil, Minat UMKM

ABSTRACT

Nabila Aini, 1701270098, Effect of Marketing and Profit Sharing on UMKM Interests in Financing at PT.BPRS Gebu Prima Medan, Supervisor Novien

The purpose of the research studied was to determine the effect of marketing on the interest of UMKM in financing at PT. BPRS Gebu Prima Medan, to determine the effect of profit sharing on the interest of UMKM in financing at PT. BPRS Gebu Prima Medan, to determine the effect of marketing and profit sharing on the interest of UMKM in financing at PT. BPRS Gebu Prima Medan. Research Methods This thesis is a type of quantitative research with data collection techniques in the form of questionnaires, data collection techniques in the form of questionnaires caused to 58 respondents. In analyzing the data, the researcher used multiple regression data analysis with steps in the form of testing the validity and reliability of the instrument, testing classical assumptions, testing hypotheses, and testing multiple linear regressions.

Based on the results of this study, it shows that based on the f test, marketing and profit sharing have a positive and significant effect on the interest of UMKM in financing PT. BPRS Gebu Prima Medan. And based on the t test, marketing and profit sharing have a positive and significant effect on the interest of UMKM in financing at PT. BPRS Gebu Prima Medan.

Keywords: Marketing, Profit Sharing, Interest of UMKM

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini, serta shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk melengkapi salah satu syarat program S1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orangtua tercinta yang selalu memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan juga dukungan moril dan materil kepada penulis.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I., MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I., MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag.M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riyan pradesyah, S.E.Sy.,M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Perbankan syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Novien Rialdy, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan proposal.
9. Seluruh Staff pengajar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
10. Sahabat terbaik Eliza Rahmadani Hasibuan SE , Cici Pebriani Rambe, Ega Pratiwi SH, Yogi, Adi Khoir Siregar. dan teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah kelas B1 pagi yang selalu mendukung, membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan mendukung demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua, Aamiin.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 01 Juli 2021

Penulis



NABILA AINI
1701270098

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORETIS	7
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Pembiayaan	7
a. Pengertian Pembiayaan	7
b. Tujuan Pembiayaan	8
c. Jenis - Jenis Pembiayaan	8
d. Fungsi Pembiayaan	9
e. Manfaat Pembiayaan	10
f. Prosedur Pemberian Pembiayaan	12
2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	17
a. Pengertian UMKM.....	17
b. Jenis - Jenis UMKM.....	18
c. Kelebihan dan Keunggulan Usaha Mikro Kecil menengah	18
3. Minat Nasabah.....	19
a. Pengertian Minat	19

b.	Faktor-Faktor Minat	20
c.	Indikator Minat.....	21
4.	Bagi Hasil.....	21
a.	Pengertian Bagi Hasil.....	21
b.	Tujuan dan Manfaat Bagi Hasil	21
c.	Pelaksanaan kegiatan Bagi Hasil	22
d.	Konsep Bagi Hasil.....	23
e.	Jenis – Jenis Akad Bagi hasil	24
5.	Pemasaran.....	23
a.	Pengertian Pemasaran	23
b.	Aspek Pemasaran	24
c.	Tujuan dan Manfaat Pemasaran	25
d.	Fundamental Konsep Pemasaran	26
e.	Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran.....	27
f.	Resiko Pemasaran	28
B.	Penelitian Terdahulu	29
C.	Kerangka Berfikir.....	32
D.	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III	METODE PENELITIAN	34
A.	Rancangan Penelitian	34
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C.	Populasi Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	35
D.	Jenis Data Penelitian Data	36
E.	Definisi Operasional Variabel	36
F.	Teknik Pengumpulan Data	37
G.	Teknik Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A.	Deskripsi Institusi.....	46
B.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
C.	Penyajian Data	58
D.	Analisis Data	60
E.	Interprestasi Hasil Analisis Data.....	69

BAB V	PENUTUP.....	72
	A. Simpulan	72
	B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Nomor Tabel	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Skema Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	Logo PT. BPRS Gebu Prima Medan	48
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT. BPRS Gebu Prima Medan	52
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Indikator Minat	21
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian.....	36
Tabel 3.2	Tabel Skala Likert	38
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Terakhir	58
Tabel 4.5	Skor Angket Variabel Pemasaran (X1).....	59
Tabel 4.6	Skor Angket Variabel Bagi Hasil (X2).....	59
Tabel 4.7	Skor Angket Variabel Minat Terhadap UMKM	60
Tabel 4.8	Validitas Pemasaran (X1)	61
Tabel 4.9	Validitas Bagi Hasil (X2).....	61
Tabel 4.10	Validitas Minat Terhadap UMKM (Y)	62
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Pemasaran (X1)	63
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Bagi Hasil (X2).....	63
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas Minat Terhadap UMKM (Y)	63
Tabel 4.14	One Sample Kolmogorov –Smirnov test	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolineorilitas	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.17	Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.18	Uji Secara Simulta (Uji F)	68
Tabel 4.19	Hasil Koefisien Determinasi	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di era sekarang semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Melihat perkembangan dunia usaha yang banyak bermunculan dan tumbuh dengan semakin cepat, hal ini merupakan suatu dampak yaitu yang ditandai dengan semakin meningkatnya suatu persaingan usaha yang kompetitif. Pada era globalisasi saat ini, perusahaan tidak hanya mengalami persaingan lokal melainkan juga persaingan di tingkat regional. Oleh karena itu, perlu strategi dan langkah strategis serta langkah sistematis, sosialisasi pemasaran yang efektif dan efisien terhadap produk-produk UMKM untuk mengubah potensi pasar yang cukup besar menjadi aktual. Kemampuan suatu perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya ditentukan oleh yang terkait dalam pengorganisasian perusahaan tersebut, yang salah satunya adalah bagaimana memasarkan produknya kepada konsumen

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau sekelompok orang memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkannya melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.¹ Pemerintah dan pihak swasta bekerjasama untuk berperan aktif dalam menunjang pembangunan melalui pemasaran kepada masyarakat.²

Di Indonesia, usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sangat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lembaga keuangan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan.

¹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW* (Jakarta: Gramedia, 2012), h. 6

² P Ivand C. Putra, *Prosedur Pemberian Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada PT. Pegadaian Cabang Singaraja*, dalam *Jurnal Akuntansi Profesi*, vol. III, h. 163.

Berdasarkan Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94 (selanjutnya disebut Undang-Undang Perbankan Syariah) bahwa bank umum konvensional yang juga melakukan kegiatan syariah disebut dengan Unit Usaha Syariah (UUS) dan bank syariah berfungsi juga sebagai lembaga intermediasi, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk pembiayaan.³

Pada umumnya lembaga keuangan syariah menerapkan pembiayaan dengan sistem bagi hasil. Bagi hasil (*profit sharing*) yang merupakan karakter dasar dari lembaga keuangan syariah adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemodal dengan pengelola dana dengan mengutamakan prinsip keadilan dan hubungan kerjasama investasi yang harmonis. Kedua belah pihak dituntut untuk bersungguh-sungguh dan bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya, sehingga tingkat kredit macet atau bermasalah bisa ditekan. Hasil atau keuntungan yang di dapat akan dibagi menurut nisbah yang akan disepakati bersama. Jika keuntungan yang di dapat besar maka bagi hasil yang di dapat juga besar. Berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga dalam pengambilan keuntungannya, sehingga keuntungan yang diperoleh para nasabahnya bersifat tetap, tanpa mempedulikan apakah bank tersebut memperoleh keuntungan besar atau kecil. Sehingga dengan adanya bagi hasil dalam pembiayaan syariah dapat mempengaruhi minat untuk melakukan pembiayaan mengingat bahwa bagi hasil dapat memberi keuntungan bagi nasabah dan meminimalisir adanya kerugian yang besar bagi nasabah terutama bagi pelaku UMKM di kota Medan.

Pemberian pembiayaan merupakan suatu usaha bank yang paling pokok, maka bank perlu memberikan penilaian terhadap nasabah yang mengajukan pembiayaan serta merasa yakin bahwa nasabahnya diterima. Apabila penilaian yang dilakukan oleh pihak bank tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah ditetapkan, maka akan berpengaruh kepada manajemen internal bank tersebut,

³ Trisadi P. Usanti dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2013), h. 2-3.

untuk itu sangat penting dikendalikan manajemen internal agar dalam pemberian pembiayaan tidak terjadi pembiayaan bermasalah. Banyak bank yang menyediakan pembiayaan untuk modal usaha, salah satunya adalah PT. BPRS Gebu Prima Medan memiliki komitmen untuk memberikan kemudahan penyaluran pembiayaan sebagai tambahan modal usaha bagi pengusaha kecil atau menengah. PT. BPRS Gebu Prima Medan dapat memberikan pembiayaan kepada masyarakat luas dengan tujuan ikut membantu program pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan khususnya golongan ekonomi menengah ke bawah. Pada PT. BPRS Gebu Prim Medan, salah satu produk pembiayaan yang diberikan adalah pemberian pembiayaan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu pemberian pembiayaan kepada para pengusaha mikro dan menengah (dalam rangka pengembangan usaha) dengan pengembalian pembiayaan dilakukan dengan mekanisme angsuran.

Adapun landasan hukumnya dari nash Al-Qur'an ialah :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحِلُّوْا شَعَائِرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا
 الْهَدٰى وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ
 وَرِضْوَانًا وَاِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوْا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ
 صَدَّقْتُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى الْبِرِّ
 وَالنَّقْوٰى وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدٌ
 الْعَقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : “ Dan tolong-menolonglah kamu untuk berbuat kebaikan dan taqwa dan janganlah kamu tolong-menolong untuk berbuat dosa dan permusuhan”. (Q.S. Al-Maidah : 2)

Setiap orang yang meminjam sesuatu kepada orang lain berarti peminjam memiliki utang kepada yang berpiutang. Setiap utang wajib dibayar sehingga berdosalah orang yang tidak membayar utang, bahkan melalaikan pembayaran utang juga termasuk aniaya. Perbuatan aniaya merupakan salah satu perbuatan dosa. Rasulullah SAW bersabda :⁴

⁴ Ibid, h. 96

“Orang kaya yang melalaikan kewajiban membayar utang adalah aniaya”. (Riwayat Bhukari dan Muslim).

Pemberian pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kekurangan dana modal dalam rangka mengembangkan usahanya yang produktif, halal dan menguntungkan. Pelunasan pembiayaan tersebut dapat diangsur berdasarkan proyeksi arus kas (*cash flow*) usaha nasabah.⁵ Pelunasan tersebut juga dilakukan dengan cara mengangsur setiap bulan dengan jumlah angsuran yang tetap, tetapi dalam nilai taksiran tidak sesuai dengan nilai yang semestinya, hal ini tentunya berpengaruh besar terhadap besaran uang yang akan dipinjamkan.

Permohonan pemberian Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menunjukkan bahwa masih kecilnya minat UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan mengajukan pembiayaan pada lembaga lembaga keuangan dan masih banyaknyan juga masyarakat yang belum atau kurang memahami bagaimana prosedur pemberian pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut.

Maka berdasarkan uraian di atas, menarik dilakukan suatu penelitian mengenai “**Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, adapun indentifikasi masalah yang berkaitan dengan Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap prosedur melakukan pemberian pembiayaan UMKM.
2. Kurangnya pemasaran pembiayaan syariah kepada masyarakat, khususnya masyarakat UMKM.
3. Kurangnya sistem pengawasan yang tepat dalam pemberian pembiayaan dan bagi hasil untuk UMKM .

⁵ <http://www.banksumut.com/statis-43-pembiayaanibmodalkerja.html> (diakses pada tanggal 12 Maret 2021)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh pemasaran terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan?
2. Apakah pengaruh bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan?
3. Bagaimana pengaruh pemasaran dan bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan yang dilakukan di PT. BPRS Gebu Prima Medan
2. Untuk mengetahui bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan
3. Untuk mengetahui sistem pemasaran dan bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

E. Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan seperti diatas, hasil tulisan ini juga diharapkan berguna bagi semua pihak, diantaranya:

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai referensi yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan.
 - b. Untuk melengkapi tugas akhir dalam Program Sarjana (S1) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 - a. Memperkenalkan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Kepada masyarakat luar khususnya Program Studi Perbankan Syariah.
 - b. Sebagai tambahan referensi bacaan serta informasi khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bagi PT. BPRS Gebu Prima Medan

- a. Sebagai masukan yang dijadikan informasi yang bermanfaat untuk pencacatan pengaruh pemasaran dan bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan.

F. Sistematika Penulisan

1. Bab I Pendahuluan Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bab II Kajian Pustaka Pada bab ini akan di jelaskan tentang pengertian Pemasaran, Bagi Hasil Minat UMKM dan Pembiayaan
3. Bab III Metodologi Penelitian Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, penentuan lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, teknik penarikan sampel, variable penelitian, defenisi operasional variable, teknik pengumpulan data, intrumen penelitian dan teknik analisis data.
4. Bab IV Hasil penelitian dan Pembahas Pada bab ini akan di bahas analisis data dan uji hipotesis yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji normalitas data, dan pembahasan hasil penelitian.
5. Bab V Penutup Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada penggunaan dana.⁶

Pembiayaan digunakan untuk membiayai kebutuhan-kebutuhan investasi bagi bank tersebut dalam bentuk pembelian harta tetap seperti pembelian tanah, bangunan, mesin-mesin, kendaraan atau peralatan lainnya, semua itu ditunjukkan untuk menunjang kelancaran oprasional Bank tersebut.

Dalam UUD RI No 10 tahun 1998 tentang perbankan bab 1 butir 12 dijelaskan definisi pembiayaan pada bank syari'ah yaitu : “pembiayaan berdasarkan pada prinsip syari'ah adalah pembiayaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan dengan persetujuan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil

Undang-undang Perbankan Syari'ah Nomor 21 Tahun 2008, pada Pasal 1 Angka 25 menyebutkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa :

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyrakah.
- b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk Ijarah Muntahiya Bittamlik.
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk Murabahah, Salam, dan Isthisna'.
- d. Transaksi pinjaman meminjam dalam bentuk piutang Qardh.
- e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk Ijarah untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syari'ah dan UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut dalam

⁶ Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011), h. 105.

jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan merupakan salah satu fungsi intermediasi Bank Syari'ah dalam mengeluarkan dana yang telah dikumpulkan dari surplus unit kepada defisit unit melalui suatu kesempatan dan dalam jangka waktu tertentu dikembalikan dengan imbalan bagi hasil

b. Tujuan dan Manfaat Pembiayaan

Pada dasarnya terdapat dua tujuan dari sebuah pembiayaan, yaitu sebagai berikut :

1. *Probability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah pembiayaan. Oleh karena itu, bank hanya akan menyalurkan kepada usaha-usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya. Dalam faktor kemampuan dan kemauan ini tersimpul *unsure* keamanan (*safety*) dan sekaligus juga unsur keuntungan (*profitability*) dari suatu pembiayaan, sehingga kedua unsur tersebut saling berkaitan. Dengan demikian, keuntungan merupakan tujuan dari pemberi pembiayaan yang terjelma dalam bentuk bagi hasil yang diterima.
2. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan kemampuan ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang, atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya, sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.⁷

Beberapa manfaat atas pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah kepada mitra usaha antara lain : manfaat pembiayaan bagi bank, debitur pemerintah, dan masyarakat luas.

⁷ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking : Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010), h.71.

1. Manfaat Pembiayaan Bagi Bank

- a. Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah akan mendapat balas jasa berupa bagi hasil, margin keuntungan, dan pendapatan sewa, tergantung pada akad pembiayaan yang telah diperjanjikan antara bank syariah dan mitra syariah usaha (nasabah).
- b. Pembiayaan akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas bank. Hal ini dapat tercermin pada perolehan laba. Dengan adanya peningkatan laba usaha bank akan menyebabkan kenaikan tingkat profitabilitas bank.
- c. Pemberian pembiayaan kepada nasabah secara sinergi akan memasarkan produk bank syariah lainnya seperti produk dana dan jasa. Salah satu kewajiban debitur yaitu membuka rekening (*giro*, *wadiah*, tabungan *wadiah*, atau tabungan *mudharabah*) sebelum mengajukan permohonan pembiayaan. Sehingga pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah, secara tidak langsung juga telah memasarkan produk pendanaan maupun produk pelayanan jasa bank.
- d. Kegiatan pembiayaan dapat mendorong peningkatan kemampuan pegawai untuk lebih memahami secara perinci usaha para nasabah di berbagai sektor usaha. Pegawai bank semakin terlatih untuk dapat memahami berbagai sektor usaha sesuai dengan jenis usaha yang dibiayai.

2. Manfaat Pembiayaan Bagi Debitur

- a. Meningkatkan usaha nasabah. Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah memberikan manfaat untuk memperluas volume usaha. Pembiayaan untuk membeli bahan baku, pengadaan mesin dan peralatan, dapat membantu nasabah untuk meningkatkan volume produksi dan penjualan.
- b. Biaya yang diperlukan dalam rangka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah relative murah, misalnya biaya provisi.
- c. Nasabah dapat memilih berbagai jenis pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.
- d. Bank dapat memberikan fasilitas lainnya kepada nasabah, misalnya transfer dengan menggunakan *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan oleh nasabah.

- e. Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan jenis pembiayaan dan kemampuan nasabah dalam membayar kembali pembiayaannya, sehingga nasabah dapat mengestimasi keuangannya dengan tepat.

3. Manfaat Pembiayaan Bagi Pemerintah

- a. Pembiayaan dapat digunakan sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan *sektor riil*, karena uang yang tersedia di bank menjadi tersalurkan kepada pihak yang melaksanakan usaha. Pembiayaan yang diberikan kepada perusahaan untuk investasi atau modal kerja, akan meningkatkan volume produksinya, sehingga peningkatan volume produksi akan berpengaruh pada peningkatan volume usaha dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan secara nasional.
- b. Pembiayaan bank dapat digunakan sebagai alat pengendali moneter. Pembiayaan diberikan pada saat dana bank berlebihan atau dengan kata lain pada saat peredaran uang di masyarakat terbatas. Pemberian pembiayaan ini dapat meningkatkan peredaran uang masyarakat akan bertambah sehingga arus barang juga bertambah. Sebaliknya, dalam hal peredaran uang di masyarakat meningkat, maka pemberian pembiayaan dibatasi, sehingga peredaran uang di masyarakat dapat dikendalikan, sehingga nilai uang dapat stabil.
- c. Pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan lapangan kerja terjadi karena nasabah yang mendapat pembiayaan terutama pembiayaan investasi atau modal kerja yang tujuannya ialah untuk meningkatkan volume usaha, tentunya akan menyerap jumlah tenaga kerja. Penyerapan jumlah tenaga kerja akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya secara total akan meningkatkan pendapatan nasional.
- d. Secara tidak langsung pembiayaan bank syariah dapat meningkatkan pendapatan negara, yaitu pendapatan pajak antara lain; pajak pendapatan dari bank syariah, dan pajak pendapatan dari nasabah.

4. Manfaat Pembiayaan Bagi Masyarakat Luas

- a. Mengurangi tingkat pengangguran. Pembiayaan yang diberikan untuk perusahaan dapat menyebabkan adanya tambahan tenaga kerja karena adanya peningkatan volume produksi, tentu akan menambah jumlah tenaga kerja.
- b. Melibatkan masyarakat yang memiliki profesi tertentu, misalnya akuntan, notaris, *appraisal independent*, asuransi. Pihak ini diperlukan oleh bank untuk mendukung kelancaran pembiayaan.
- c. Penyimpanan dana akan mendapat imbalan berupa bagi hasil lebih tinggi dari bank apabila bank dapat meningkatkan keuntungan atas pembiayaan yang disalurkan.
- d. Memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan pelayanan jasa perbankan misalnya *letter of credit*, bank garansi, transfer, kliring, dan layanan jasa lainnya.

c. Pelaksanaan Pembiayaan

Prosedur adalah suatu urutan-urutan pekerjaan kerani (*klerikal*), biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.⁸ Prosedur pemberian pembiayaan merupakan tahap-tahap yang harus dilakukan sebelum sesuatu pembiayaan diputuskan untuk diberikan.

Tujuan pelaksanaan prosedur pemberian pembiayaan adalah untuk mempermudah bank dalam menilai kelayakan suatu permohonan pembiayaan. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam menilai kelayakan usaha antara lain :

1) Aspek Hukum

Merupakan aspek untuk menilai keabsahan dan keaslian dokumen-dokumen atau surat-surat yang dimiliki oleh calon debitur, seperti akte notaris, izin usaha, atau sertifikat tanah dan dokumen-dokumen surat lainnya.

2) Aspek Pasar dan Pemasaran

Merupakan aspek untuk menilai prospek usaha untuk menilai kemampuan calon nasabah sekarang dan di masa yang akan datang.

⁸ Masitoh. *Analisa Komparatif Prosedur Pengajuan Pembiayaan UKM pada BMT Tamzis dan Bank Syariah Mandiri*. Skripsi, Jakarta, UIN Hidayatullah, 2010, h. 37.

3) Aspek Keuangan

Merupakan aspek untuk menilai kemampuan calon nasabah dalam membiayai dan mengelola usahanya. Dan aspek ini akan tergambar berapa besar biaya dan pendapatan. Penilaian aspek ini dengan menggunakan rasio-rasio keuangan.

4) Aspek Operasi atau Teknis

Merupakan aspek untuk menilai tata letak ruangan, lokasi usaha dan kapasitas produksi suatu usaha yang tercermin dari sarana dan prasarana yang dimilikinya.

5) Aspek Manajemen

Merupakan aspek untuk menilai sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

6) Aspek Ekonomi atau Sosial

Merupakan aspek untuk menilai dampak ekonomi sosial yang ditimbulkan dengan adanya suatu usaha terutama terhadap masyarakat, apakah lebih banyak *benefit* atau *cost* atau sebaliknya.

7) Aspek Analisa Mengenai Dampak Lingkungan

Merupakan aspek yang menilai dampak lingkungan yang akan timbul dengan adanya suatu usaha, kemudian cara-cara pencegahan terhadap dampak tersebut.

Setiap pejabat bank yang berhubungan dengan pembiayaan harus menempuh prosedur pembiayaan yang sehat, yang meliputi prosedur persetujuan pembiayaan, proses administrasi serta prosedur pengawasan. Analisis pembiayaan merupakan suatu proses analisis yang dilakukan oleh bank syariah untuk menilai suatu permohonan pembiayaan yang telah diajukan oleh calon nasabah. Dengan melakukan analisis permohonan pembiayaan, bank syariah akan memperoleh keyakinan bahwa proyek yang akan dibiayai layak.⁹

Beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan sebelum memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah antara lain dikenal dengan prinsip 5C. Penerapan prinsip dasar dalam pemberian pembiayaan serta analisis yang mendalam terhadap calon nasabah, perlu dilakukan oleh bank syariah agar bank tidak salah memilih dalam menyalurkan dananya sehingga dana yang disalurkan kepada nasabah dapat terbayar kembali sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan. Adapun analisis 5C, diantaranya adalah sebagai berikut:

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*..... h. 119.

1. *Character*

Menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah. Bank perlu melakukan analisis terhadap karakter calon nasabah dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai keinginan untuk memenuhi kewajiban membayar kembali pembiayaan yang telah diterima hingga lunas.

2. *Capacity*

Analisis terhadap *capacity* ini ditujukan untuk mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajibannya sesuai jangka waktu pembiayaan.

3. *Capital*

Capital atau modal yang perlu disertakan dalam objek pembiayaan perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam. Modal merupakan jumlah modal yang dimiliki oleh calon nasabah atau jumlah yang akan disertakan dalam proyek yang dibiayai.

4. *Collateral*

Merupakan agunan yang diberikan oleh calon nasabah atas pembiayaan yang diajukan. Agunan merupakan sumber pembayaran kedua. Dalam hal nasabah tidak dapat membayar agunannya, maka bank syariah dapat melakukan penjualan terhadap agunan.

5. *Condition of Economy*

Merupakan analisis terhadap kondisi perekonomian. Bank perlu mempertimbangkan sektor usaha calon nasabah dikaitkan dengan kondisi ekonomi. Bank perlu melakukan analisis dampak kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah di masa yang akan datang, untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap calon nasabah.

Setiap permohonan pembiayaan telah dianalisis secara mendalam sehingga hasil analisis sudah cukup memadai. Dalam analisis 5C yang dilakukan secara terpadu, maka dapat digunakan sebagai dasar untuk memutuskan permohonan pembiayaan. Analisis 5C perlu dilakukan secara keseluruhan. Namun demikian dalam praktiknya, bank syariah akan memfokuskan terhadap beberapa prinsip diantaranya adalah *character*, *capacity*, dan *collateral*. Ketiga prinsip dasar

pemberian pembiayaan ini dianggap sebagai faktor penting yang tidak dapat ditinggalkan sebelum mengambil keputusan.

Prosedur pemberian pembiayaan secara umum dapat dibedakan antara pembiayaan perseorangan dengan pembiayaan oleh suatu badan hukum, kemudian dapat pula ditinjau dari segi tujuannya apakah untuk konsumtif atau produktif.¹⁰ Secara umum prosedur pemberian pembiayaan oleh badan hukum adalah sebagai berikut :

1) Pengajuan berkas-berkas

Dalam hal ini, pemohon mengajukan permohonan pembiayaan yang dituangkan dalam bentuk proposal, yang kemudian dilampiri dengan berkas-berkas lain yang dibutuhkan.

a) Pengajuan proposal hendaknya berisi latar belakang, maksud dan tujuan, besarnya pembiayaan yang dibutuhkan, jangka waktu pembayaran dan jaminan yang digunakan.

b) Melampirkan dokumen-dokumen yang meliputi foto kopi :

1. Akte notaris
2. T.D.P (Tanda Daftar Perusahaan)
3. N.P.W.P (Nomor Pokok Wajib Pajak)
4. Neraca dan laporan laba rugi 3 tahun terakhir
5. Bukti diri dari pimpinan perusahaan
6. Sertifikat jaminan

c) Selanjutnya dilakukan penilaian sementara adalah dari neraca dan laporan laba rugi yang ada dengan menggunakan rasio-rasio.

2) Penyidikan berkas pembiayaan

Untuk mengetahui apakah berkas yang diajukan sudah lengkap sesuai persyaratan yang sudah benar, termasuk menyelidiki keabsahan berkas.

3) Wawancara awal

Penyelidikan kepada calon debitur dengan langsung berhadapan dengan calon debitur. Tujuannya adalah untuk meyakinkan bank apakah berkas-berkas tersebut sesuai dan lengkap seperti dengan yang bank inginkan.

¹⁰ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2003), h.124.

4) *On The Spot*

Merupakan kegiatan pemeriksaan ke lapangan dengan meninjau berbagai objek yang akan dijadikan usaha atau jaminan. Kemudian hasil *on the spot* dicocokkan dengan hasil wawancara awal.

5) Wawancara kedua

Merupakan kegiatan perbaikan berkas, jika mungkin ada kekurangan-kekurangan pada saat setelah dilakukan *on the spot* ke lapangan.

6) Keputusan pembiayaan

Menentukan apakah pemberian pembiayaan akan diberikan ataupun ditolak, jika diterima maka dipersiapkan administrasinya. Jika permohonan pembiayaan ditolak maka dikirim surat penolakan sesuai dengan alasannya masing-masing.

7) Penandatanganan akad pembiayaan

Setelah permohonan tersebut diterima, maka sebelum pembiayaan dicairkan terlebih dahulu calon nasabah menandatangani akad pembiayaan, mengikat jaminan dengan hipotik dan surat perjanjian atau pertanyaan yang dianggap perlu. Penandatanganan dilakukan antara bank dengan debitur secara langsung atau dengan melalui notaris.

8) Realisasi pembiayaan

Realisasi pembiayaan diberikan setelah penandatanganan akad pembiayaan dan surat-surat yang diperlukan dengan membuka rekening giro atau tabungan di bank yang bersangkutan.

9) Penyaluran atau pencairan dana

Pencairan atau pengambilan uang dari rekening sebagai realisasi pemberian pembiayaan dan dapat diambil sesuai dengan ketentuan dan tujuan pembiayaan yaitu sekaligus dan secara bertahap.

d. Jenis-Jenis Pembiayaan

Pembiayaan bank syariah dibedakan menjadi beberapa jenis antara lain :

1. Pembiayaan dilihat dari segi tujuannya.
2. Pembiayaan dilihat dari jangka waktunya.
3. Pembiayaan dilihat dari sektor usaha.
4. Pembiayaan dilihat dari segi jaminan.

5. Pembiayaan dilihat dari jumlahnya.

e. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usaha. Masyarakat merupakan individu, pengusaha, lembaga, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana.

Secara perinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain :

1. Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa.

Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar barang, hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.

2. Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund*.

Bank dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Pembiayaan merupakan salah satu cara untuk mengatasi gap antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana. Bank dapat memanfaatkan dana yang *idle* untuk disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Dana yang berasal dari golongan yang kelebihan dana, apabila disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dana, maka akan efektif, karena dana tersebut dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan dana.

3. Pembiayaan sebagai alat pengendali harga.

Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan, akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.

4. Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.

Pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang diberikan oleh bank syariah memiliki dampak pada kenaikan makro-ekonomi. Mitra (pengusaha), setelah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, akan memproduksi barang, mengolah bahan baku menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan, dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.

1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

1. Usaha Mikro

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK. 06/ 2003, usaha mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil yang penjualan mencapai angka Rp. 100.000.000,00 per tahun, dengan pengajuan kredit ke bank maksimal sebesar Rp 50.000.000.²⁹

2. Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, usaha kecil adalah usaha produktif yang bersekala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1.000.000.000 per tahun serta dapat menerima kredit bank maksimal di atas Rp 50.000.000 – 500.000.000.

3. Usaha Menengah

Menurut Inpres No. 10 tahun 1998, usaha menengah adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 sampai dengan Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp 500.000.000 sampai dengan Rp 5.000.000.000.¹¹

b. Jenis-Jenis UMKM

Pembagian jenis-jenis usaha mikro kecil menengah dilihat dari bentuk usahanya. Usaha Mikro Kecil Menengah dapat dibedakan menjadi empat jenis, diantaranya adalah sebagai berikut :¹²

- a. *Livelihood Activities*, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang masuk kategori ini pada umumnya bertujuan mencari kesempatan kerja untuk mencari nafkah. Para pelaku di kelompok ini tidak memiliki jiwa kewirausahaan. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal.

¹¹ Titik Sartika, *Ekonomi Skala Menengah dan Koperasi* (Jakarta : Ghalia Indonesai, 2004), h. 27-28.

¹²Masitoh, *Analisa Komparatif Terhadap Prosedur Pengajuan Pembiayaan UKM pada BMT Tamzis dan Bank Syariah Mandiri* Skripsi. Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2010), h.22

- b. *Micro Enterprises*, UMKM ini lebih bersifat pengrajin dan tidak bersifat wirausaha.
- c. *Smaal Dynamic Enterprises*, UMKM jenis ini cukup memiliki kewirausahaan.
- d. *Fast Moving Interprises*, ini adalah UMKM asli yang mempunyai jiwa kewirausahaan. Kelompok ini akan menghasilkan pengusaha skala menengah dan besar.

c. Kelemahan dan Keunggulan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan langkah strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Secara spesifik permasalahan mendasar yang dihadapi pengusaha kecil, yaitu :

- a. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar.
- b. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
- c. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
- d. Keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil.
- e. Iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan.
- f. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Sedangkan keunggulan yang dimiliki oleh UMKM dibandingkan dengan usaha besar adalah :

- a) Peran UMKM yang ternyata mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi angka kemiskinan.
- b) Inovasi dalam teknologi telah dengan mudah terjadi dalam pembangunan modal.
- c) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- d) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perubahan skala besar yang umumnya birokratis.
- e) Terdapatnya dinamisme manjerial dan peranan kewirausahaan.

2. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat dalam pandangan Al-Qur'an terdapat dalam surat pertama turun. Pada ayat pertama dari surat pertama turun perintahnya adalah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, aka

n tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntutan untuk membaca cakrawala jagad yang merupakan tanda kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri, sehingga dengan-Nya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini.

Jadi, berapapun bakat dan minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah Swt, kepada kita. Namun, itu bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat serta bakat tersebut berkembang dengan sendirinya.

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha untuk mendekati atau memiliki dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang.¹³

Minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu. Di samping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Gerungan menyebutkan minat merupakan pengarahan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal (ada unsur seleksi). Jika dikaitkan dengan bidang kerja, teori minat Holland lebih sesuai. Holland mengatakan, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat tidak tumbuh sendiri, ada unsure kebutuhan, misalnya minat memilih dan lain-lain¹⁴

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan yang timbul dari dalam diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain terhadap objek yang menjadi sasaran.

¹³ Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), 262–263.

¹⁴ Djali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 122

b. Faktor-faktor Minat Nasabah

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab dalam buku Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam, Crow dan Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan, dan lain-lain. Dorongan untuk makan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
2. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

c. Indikator Minat

Indikator yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk membeli terdiri dari empat indikator yaitu :¹⁵

No.	Indikator	Definisi
1.	Motivasi	dorongan seseorang untuk bertindak guna memuaskan kebutuhannya sehingga dapat mengurangi ketegangan yang dimilikinya.
2.	Persepsi	proses seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan untuk menciptakan gambaran yang bermakna
3.	Pengetahuan	pembelajaran yang meliputi perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

¹⁵ Setiawaty Nuralamy dan Farida Jafar, *Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Konsumen*, Jurnal Manajemen Trisakti Vol 2 No 1, 2015, h. 66

4.	Keyakinan dan Pendirian	yang dapat diperoleh seseorang melalui bertindak dan belajar
----	-------------------------	--

Tabel 2.1
Indikator Minat

3. Bagi Hasil

a. Pengertian Bagi Hasil

Bagi Hasil adalah rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli. Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang bermudharabah." *Mudharib* mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan *shahib al-maal* mendapat imbalan atas penyertaan modalnya. Nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.¹⁶

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (*akad*). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan

b. Tujuan dan Manfaat Bagi Hasil

Tujuan bagi hasil perbankan adalah untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

¹⁶ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) h. 62

Manfaat bagi hasil perbankan yaitu :

- 1) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat
- 2) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank hingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*
- 3) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan cash flow/ arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah
- 4) Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret¹⁷
- 5) Prinsip bagi hasil berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu

c. Pelaksanaan Bagi Hasil

Konsep bagi hasil ini sangat berbeda sekali dengan konsep bunga yang diterapkan oleh sistem ekonomi konvensional. Dalam ekonomi syariah, konsep bagi hasil dapat dijabarkan sebagai berikut: ¹⁸

- 1) Pemilik dana menanamkan dananya melalui institusi keuangan yang bertindak sebagai pengelola dana.
- 2) Pengelola mengelola dana-dana tersebut dalam sistem yang dikenal dengan sistem pool of fund (penghimpunan dana), selanjutnya pengelola akan menginvestasikan dana-dana tersebut kedalam proyek atau usaha-usaha yang layak dan menguntungkan serta memenuhi semua aspek syariah.
- 3) Kedua belah pihak membuat kesepakatan (akad) yang berisi ruang lingkup kerjasama, jumlah nominal dana, nisbah, dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut

¹⁷ <https://bankaceh.co.id> (diakses pada tanggal 26 September 2021)

¹⁸ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada.....h.63)

d. Jenis-jenis Akad Bagi Hasil

Bentuk-bentuk kontrak kerjasama bagi hasil dalam perbankan syariah secara umum dapat dilakukan dalam empat akad, yaitu *Musyarakah*, *Mudharabah*, *Muzara'ah* dan *Musaqah*. Namun, pada penerapannya prinsip yang digunakan pada sistem bagi hasil, pada umumnya bank syariah menggunakan kontrak kerjasama pada akad *Musyarakah* dan *Mudharabah*.¹⁹

1. *Musyarakah (Joint Venture Profit & Loss Sharing)*

Menurut Antonio *Musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Manan mengatakan, *musyarakah* adalah hubungan kemitraan antara bank dengan konsumen untuk suatu masa terbatas pada suatu proyek baik bank maupun konsumen memasukkan modal dalam perbandingan yang berbeda dan menyetujui suatu laba yang ditetapkan sebelumnya, Lebih lanjut Manan mengatakan bahwa sistem ini juga didasarkan atas prinsip untuk mengurangi kemungkinan partisipasi yang menjerumus kepada kemitraan akhir oleh konsumen dengan diberikannya hak pada bank kepada mitra usaha untuk membayar kembali saham bank secara sekaligus ataupun secara berangsur-angsur dari sebagian pendapatan bersih operasinya.

2. *Mudharabah*

Mudharabah adalah akad yang telah dikenal oleh umat muslim sejak zaman nabi, bahkan telah dipraktikan oleh bangsa Arab sebelum turunnya Islam. Ketika Nabi Muhammad Saw berprofesi sebagai pedagang, ia melakukan akad *mudharabah* dengan Khadijah. Dengan demikian, bagi hukum islam, maka praktik *mudharabah* ini dibolehkan. Dalam praktik *mudharabah* antara Khadijah dan Nabi Muhammad, saat itu Khadijah mempercayakan barang dagangannya untuk dijual oleh Nabi Muhammad

¹⁹ Nurul Ikhsani Nasution, *Pelaksanaan sistem bagi hasil terhadap timbulnya menggunakan akad mudharabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Mandiri*, Skripsi. Medan, Jurusan Perbankan Syariah Universitas Sumatera Utara, 2018. h. 32

Saw, ke luar negeri. Dalam kasus ini, Khadijah berperan sebagai pemilik modal (*shahibul maal*) sedangkan Nabi Muhammad Saw berperan sebagai pelaksana usaha (*mudharib*). Nah bentuk kontrak antara dua pihak dimana satu pihak sebagai pemilik modal dan mempercayakan sejumlah modalnya untuk dikelola oleh pihak kedua, yakni si pelaksana usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan disebut akad *mudharabah*. Atau secara singkatnya, akad *mudharabah* adalah persetujuan kongsi antara harta dari satu pihak dengan kerja dari pihak lain.

4. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam arti kemasyarakatan adalah setiap kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia, sedangkan dalam arti bisnis pemasaran adalah sebuah system dari kegiatan bisnis yang di rancang untuk merencanakan, member harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang – barang pemuas keinginan pasar.²⁰

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau sekelompok orang memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkannya melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.²¹ Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran maksudnya bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Definisi pemasaran itu sendiri adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.²²

Pemasaran adalah mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan relasi dengan para pelanggan dan mitra lainnya dengan mendapatkan laba, sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak bisa tercapai. dapat

²⁰ William J Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 376

²¹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW* (Jakarta: Gramedia, 2012), h. 6

²² Sa'adah Nur, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungara Semarang*, Skripsi. Semarang, Jurusan Ekonomi Islam, 2013). h.

disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses suatu kegiatan yang berhubungan dengan social, budaya dan ekonomi antara penjual dan pembeli.

b. Tujuan dan Manfaat Pemasaran

Tujuan adanya sistem pemasaran ada 4 sasaran yang dicapai, yakni:

1. Memaksimalkan konsumsi, dimana konsumen bebas mengkonsumsi atau memakai produk yang mampu dibelinya
2. Memaksimalkan pilihan konsumen, sebab produk yang memuaskanlah yang akan dibeli konsumen
3. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan
4. Memaksimalkan kualitas hidup.

Manfaat pemasaran terdiri dari 5 sasaran yaitu:

1. Kegunaan bentuk (*form utility*), Memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, dan organisasi dengan cara menciptakan dan mempertukarkan nilai satu sama yang lain
2. Kegunaan tempat (*place utility*), Pemasaran produk dibuat pada tempat yang dapat didatangi
3. Kegunaan waktu (*time utility*), Konsumen dapat memperoleh produk pada saat yang diinginkan
4. Kegunaan informasi (*informasi utility*), Melakukan promosi untuk menginformasikan produk kepada konsumen.
5. Kegunaan kepemilikan (*possession utility*), Kegunaan ini terjadi pada saat konsumen membeli produk dan kepemilikan dialihkan dari penjual kepada konsumen.

c. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran terdiri dari beberapa aspek yaitu:²³

²³ Umar Husein, *Strategi Management In Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 134

1. Aspek produk

Aspek internal bank yang melibatkan hampir semua kegiatan bank adalah aspek produk dan pengembangannya. Produk bank merupakan hasil kegiatan operasional bank dan berkaitan erat dengan pengelolaan portofolio bank. Sedang bila dilihat dari jenis-jenis produk bank, pada dasarnya jenis produk yang pokok adalah deposito dan pinjaman, kemudian muncul produk-produk turunannya.

2. Aspek Promosi

Untuk perbankan, kebijakan *public relations* dapat ditempuh antara lain dengan menyediakan brosur, memberikan penjelasan atau keterangan, dan mengambil peran sebagai sponsor. Untuk kebijakan periklanan dapat dilakukan misalnya dengan pemasangan iklan di media massa. Promosi penjualan misalnya dapat dilaksanakan dengan *fee* atau menghilangkan biaya-biaya tertentu. Sedangkan untuk kebijakan *personal selling* biasanya dilakukan secara langsung antara petugas bank dengan nasabah.

3. Aspek *Place*

Penentuan letak kantor sangat berkaitan dengan strategi penyampaian produk (*delivery strategy*). Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, system penyampaian produk dan jasa bank pun turut berkembang. Berikut adalah beberapa system penyampaian produk perbankan, yaitu: full service branch (cabang yang memberikan pelayanan penuh), limited service branch (cabang yang memberikan pelayanan terbatas), speciality branch (cabang yang memberikan pelayanan khusus). Aspek *place* masih ditentukan oleh pembagian wilayah, dimana wilayah akan dibagi atas wilayah primer (jumlah nasabah banyak), sekunder (jumlah nasabah cukup), dan tambahan (jumlah nasabah sedikit).

4. Aspek *Pricing*

Penentuan harga suatu produk bank memiliki beberapa tujuan, yaitu memaksimalkan laba, meningkatkan pangsa pasar, mencapai kepemimpinan dalam kualitas produk dan memelihara kepastian. penentuan harga dapat dilakukan dalam bentuk-bentuk penentuan bunga, *fee*, diskonto, biaya-biaya administrasi lainnya.

d. Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran

Pelaksanaan pemasaran adalah tahap kedua dari manajemen pemasaran yang berarti suatu rangkaian yang tidak terpisah dari fungsi-fungsi manajemen pemasaran. Berikut ini ada beberapa proses dalam pelaksanaan pemasaran sebagai berikut:

1. Mengutamakan aktivitas yang sudah tersusun sesuai perencanaan, Mempelajari segala keputusan yang sudah ditetapkan melihat kondisi lapangan serta melakukan aktivitas pemasaran.
2. Membuat catatan pada setiap aktivitas yang dilakukan, dengan mencatat setiap aktivitas pemasaran, maka kita sudah memberikan tanggung jawab terhadap setiap aktivitas pemasaran
3. Mengubah catatan menjadi laporan pelaksanaan pemasaran, Setiap catatan yang sudah kita buat itu kemudian kita susun kembali atau kita masukan dalam laporan pelaksanaan pemasaran. Laporan sangat penting karena akan dijadikan data dan informasi actual oleh perusahaan.²⁴

e. Pengukuran pemasaran

Kegagalan pemasaran ini tidak terlepas dari banyaknya masalah yang ada. Bagian ini akan memaparkan Sembilan macam masalah pokok pemasaran, seperti tersedia berikut ini.²⁵

1. Kebijakan pemerintah

Beberapa factor ekonomi makro yang dapat membuat perusahaan berisiko, antara lain:

- a) Kenaikan pajak, berakibat pada kenaikan pajak kekayaan atau inflasi yang menyebabkan turunnya permintaan.
- b) Peraturan pemerintah yang berdampak pada meningkatnya biaya perusahaan (seperti pelarangan memproduksi suatu produk, kebijakan limbah, serta program keselamatan dan kesehatan kerja).

²⁴ <https://www.studimanajemen.com> (diakses 26 September 2021)

²⁵ Umar Husein, *Strategi Management* h. 389

2. Perubahan pemerintah di pasar

Perusahaan dapat mengubah nasibnya dengan memprediksi masa depan, serta mengubah strategi perusahaan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi pasar dari produksi tersebut.

1) Perang harga

Perang harga dapat terjadi antar sesama produsen suatu produk sejenis karena beberapa sebab, seperti:

- a. Dampak dari kapasitas produksi.
- b. Kegiatan inovasi yang rendah di pasar.
- c. Satu perusahaan melakukan kampanye pemasaran yang agresif.
- d. Pasar berbentuk oligopoli.

2) Pemalsuan

Pemalsuan atas merek suatu produk merupakan ancaman bagi perusahaan. Merek merupakan salah satu objek pemalsuan jika merek tersebut terkenal. Selain mengurangi pendapatan, pemalsuan merek juga mengurangi reputasi perusahaan karena biasanya kualitas barang yang menggunakan merek palsu tidak sebaik yang asli.

1. *Performance* produk yang rendah

Melakukan promosi suatu produk, hambatan justru dapat juga muncul dari rendahnya kinerja produk itu sendiri. Ini berbahaya, memuaskan kebutuhannya, sehingga hanya produk yang kinerjanya terbaik saja yang akan menjadi pemimpin pasar. Kinerja produk yang dimaksudkan di sini antara lain adalah kekuatan, kemudahan operasional, dan dapat dipercaya, termasuk purna jualnya.

2. promosi yang kurang baik

promosi hendaknya dilakukan secara berencana dan berkesinambungan agar efektif sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Perlu diingat bahwa agar para konsumen potensial mau melakukan *action* pembelian, mereka perlu mendapat informasi, sedangkan konsumen yang telah melakukan pembelian perlu terus dibina agar melakukan pembelian ulang atau bahkan menjadi diinformasikan kepada orang lain.

3. kesalahan dalam merek

perusahaan yang mempromosikan merek suatu produk yang tidak sesuai dengan kenyataannya akan merugikan produk itu sendiri. Jadi, kegagalan memperkenalkan produk biasanya disebabkan oleh promosi yang lemah atau kerja produk yang juga lemah. Tetapi patut diingat, bahwa hanya mengadakan kekuatan sebuah nama merek tidaklah cukup untuk menghindarkan perusahaan dari masalah-masalah pemasaran yang lain.

4. kegagalan dalam mengembangkan produk baru

produk baru tersebut diluncurkan hendaknya bagian rised dan pengembangan perusahaan telah mantap dengan rancangan produk barunya, sehingga saat diluncurkan kelak produk baru ini dapat diterima oleh konsumen. Akan tetapi kenyataannya, perkembangan produk baru lebih berpeluang untuk gagal dari pada berhasil. Masalah utamanya terletak pada lemahnya penelitian yang telah dilakukan.

5. masalah distribusi.

Banyak perusaha hanya perpikir menjual produk secara local padahal produknya berpotensi bagus kalau dijual dalam skala nasional, atau perusahaan hanya berpikir menjual produk di dalam negeri saja padahal produk itu cocok diekspor ke luar negeri. Jadi, sebenarnya banyak cara begi perusahaan untuk mengetahui ke mana produk dapat dijual.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi dan acuan untuk menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Peneliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
----	-------------------------------------	-----------------	------------------

1.	<p>Hanafi, 2007</p> <p>Judul Penelitian: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta”</p>	<p>Deskriptif</p> <p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa factor fasilitas dan kemudahan mendapatkan jasa merupakan factor yang memberikan kontribusi yang paling besar. Faktor promosi merupakan factor yang paling rendah pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan fasilitas pembiayaan.</p>
2.	<p>Sa’adah Nur, 2013</p> <p>Judul Penelitian: “Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungara Semarang”</p>	<p>Deskriptif</p> <p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk talangan haji dari aspek diferensiasi dalam member pelayanan dan informasi cukup memuaskan untuk sasaran mitra dan nasabah produk talangan haji BSM cabang Ungaran Semarang yaitu seperti KBIH(Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), Komunitas Pengajian, Pegawai Negeri Sipil</p>

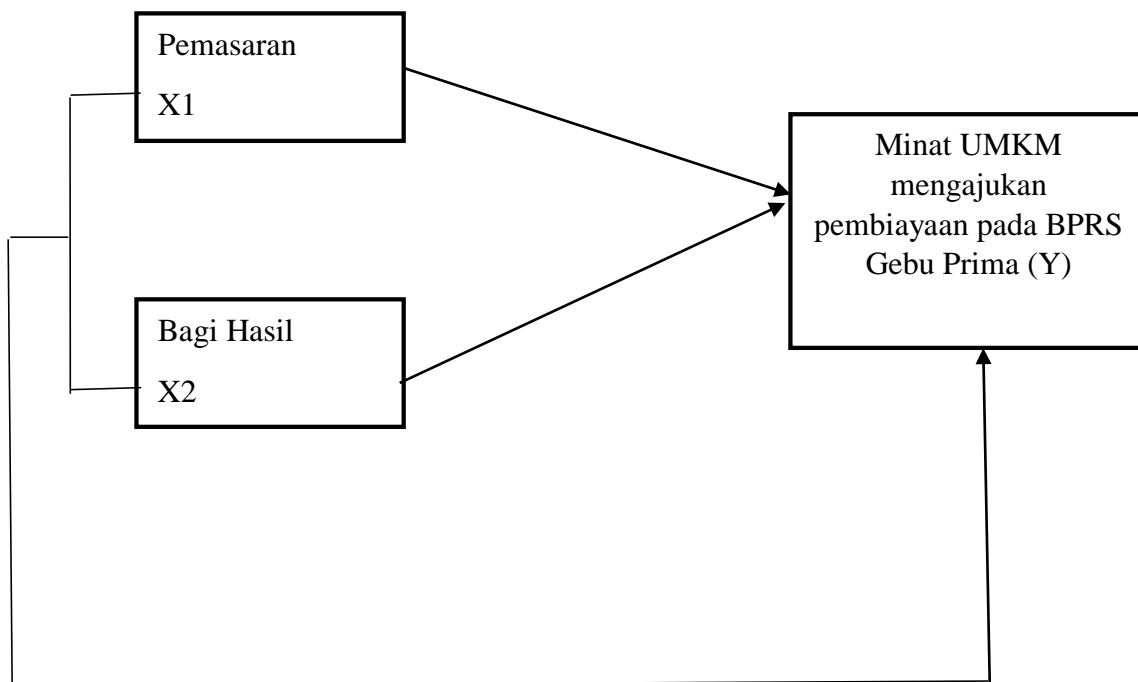
			(PNS), Puskesmas, Kepala Sekolah, Tokoh Agama dan orang-orang yang berinteraksi dengan masyarakat. secara bersama-sama atau serentak berpengaruh terhadap variabel Pembiayaan
3.	Bardaini, 2006 Judul Penelitian: “Hubungan Kredit Usaha Baitul Maal Wattamwil (BMT) Dengan Pendapatan Usaha Mikro Di Kabupaten Tegal”	Deskriptif Kuantitatif	Hasil Penelitian menyebutkan Pendapatan Usaha Mikro di Kabupaten Tegal rata-rata termasuk dalam klasifikasi baik. Ada hubungan kredit usaha Baitul Maal Wattamwil (BMT) dengan pendapatan usaha mikro di Kabupaten Tegal. Besarnya hubungan kredit usaha Baitul Maal Wattamwil (BMT) dengan pendapatan usaha mikro di Kabupaten Tegal dikategorikan cukup kuat.
4.	Hendika Wibowa dan dkk, 2011 Judul Penelitian:	Kualitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa efektifitas strategi

	“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Bank Diajeng Solo)”		pemasaran menunjukkan adanya peningkatan total penjualan dari tahun ke tahun dan dijadikan sebagai acuan efektifitas strategi pemasaran dalam persaingan antar perusahaan batik. Dimana batik diajeng solo memiliki segmentasi secara khusus lebih memfokuskan kepada konsumen usia muda (16-30 thn)
5.	Nurul Ikhsa, 2018 Judul Penelitian: Pelaksanaan sistem bagi hasil terhadap tabungan menggunakan akad mudharabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Medan.”	Kuantitatif	Hasil penelitian yang diperoleh setelah melakukan olah data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini: Nisbah/bagi hasil sudah terlaksanakan sesuai syariat Islam

Dari beberapa penelitian diatas, adapun yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang antara lain dalam menggunakan metode pendekatan kuantitatif, namun berbeda analisis. Penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti mengenai pemasaran, bagi hasil, dan minat nasabah. Sementara itu yang menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada tempat melakukan penelitian dan waktu yang digunakan dalam proses penelitian.

C. Kerangka Befikir

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan tahapan-tahapan kegiatan dengan mengikuti rencana kegiatan yang tertuang dalam kerangka pemikiran meliputi metode pengembangan sistem. Berikut ini dapat dilihat gambaran kerangka berpikir penelitian



Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori-teori dan hasil penelitian seperti yang terlihat dalam kerangka Konsep, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ho : Apakah pengaruh pemasaran terhadap minat UMKM untuk mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

H_1 : Pengaruh pemasaran terhadap minat UMKM untuk mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

2. H_0 : Apakah pengaruh bagi hasil terhadap minat UMKM untuk mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

H_1 : Pengaruh bagi hasil terhadap minat UMKM untuk mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

3. H_0 : Adakah pengaruh pemasaran bagi hasil terhadap minat UMKM untuk mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

H_1 : Pengaruh pemasaran bagi hasil terhadap minat UMKM untuk mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif, yaitu berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random.²⁶

Bagi Hasil adalah rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli

Pemasaran adalah mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan relasi dengan para pelanggan dan mitra lainnya dengan mendapatkan laba, sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak bisa tercapai

Minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu. Di samping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai

Rancangan penelitian adalah proses pengumpulan dan analisis data penelitian. Ini berarti bahwa penelitian ini meliputi perencanaan dan melakukan penelitian. Dalam implementasi rancangan penelitian juga termasuk membuat eksperimen atau pengamatan, dan juga memilih variabel pengukuran, teknik dan prosedur, pengumpulan data, instrument, analisis data telah mengumpulkan sampel dan pelaporan hasil penelitian.

Metode ini suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis, sedangkan metodologi merupakan suatu pengajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Ditinjau dari sudut filsafat, metodologi penelitian merupakan epistemology penelitian yaitu yang menyangkut kita bagaimana mengadakan penelitian.²⁷

²⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.14

²⁷ Husaini Usma, *Metodologi penelitian sosial* (Jakarta : PT Bumi Aksara) h, 41

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan penulis sebagai objek yang diperoleh dari PT. BPRS Gebu Prima di Jln. Arief Rahman Hakim, Ps. Merah Tim Kec. Medan Area, Kota Medan

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2021 sampai dengan bulan Maret 2021 diperoleh dari PT. BPRS Gebu Prima di Jln. Arief Rahman Hakim, Ps. Merah Tim Kec. Medan Area, Kota Medan

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Minggu																											
		Maret 2021				April 2021				Mei 2021				Juni 2021				Juli 2021				Agustus 2021				September 2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																											
2	Penyusunan proposal		■	■	■																								
3	Bimbingan Proposal		■	■	■																								
4	Seminar Proposal					■																							
5	Pengumpulan Data						■	■	■																				
6	Bimbingan Skripsi									■	■	■	■	■	■	■	■												
7	Sidang Meja Hijau																												■

C. Populasi, Sampel dan Tehnik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. BPRS Gebu Prima Medan yang berjumlah 140

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang diteliti.²⁸ Tidak terbuktinya hipotesis penelitian itu terjadi karena sampel yang digunakan yang tidak representatif, baik karena sampel itu yang terlalu kecil maupun karena sampel tersebut tidak diambil secara acak.

Sampel yang digunakan pada PT. BPRS Gebu Prima berjumlah 58 orang, jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh dan ditentukan dengan menggunakan rumus slovin yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

E = Error margin

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

$$n = \frac{140}{1 + 140 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{140}{1 + 1,40}$$

$$n = \frac{140}{2,40}$$

$$n = 58$$

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel. Berdasarkan perhitungan di atas dengan jumlah populasi 140 orang, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 58 responden.

²⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif edisi revisi 2*. Depok: PT Rajagrafindo 2014. h.76

D. Variabel Penelitian

Data merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu penelitian dan data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya kebenarannya untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Selama melakukan penulis menggunakan data sekunder, berupa data yang ada di perusahaan untuk melengkapi data primer data yang meliputi catatan-catatan, laporan, media, massa, dan dokumen-dokumen lainnya.

E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah penjabaran lebih lanjut tentang defenisi konsep yang diklarifikasi ke dalam bentuk variabel sebagai petunjuk untuk mengukur dan mengetahui baik buruknya pengukuran dalam suatu penelitian.

Defenisi operasional adalah penjabaran lebih lanjut tentang defenisi konsep yang diklarifikasi ke dalam bentuk variabel sebagai petunjuk untuk mengukur dan mengetahui baik buruknya pengukuran dalam suatu penelitian.

1. Variabel bebas (Independent) (X) Faktor yang mempengaruhi Pemasaran, Bagi Hasil, Minat dan Pembiayaan
2. Variabel terikat (Dependen) (Y) dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah

F. Teknik pengumpulan Data

1. Kuesioner

Yaitu menyebar angket kepada nasabah PT. BPRS Gebu Prima yang dijadikan sebagai responden. Dalam memperoleh keterangan yang berkisar pada masalah yang ingin dipecahkan maka membuat klarifikasi dan katagori tergantung pada tanggapan dan pendapat dari responden.

Tabel. 3.2

Tabel Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Netral (N)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Dengan demikian, penggunaan instrument penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun social.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan Skala *Likert*. menyatakan bahwa Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu suatu fenomena social.

H. Teknik Analisa Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Rumus pengujian validitas dengan korelasi product momet yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara x dengan y

x : Variabel x (butir pertanyaan)

y : Variabel y (skor total).

n : Jumlah individu dalam sampel

Sedangkan untuk mengetahui skor masing – masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Pengujian validitas pada penelitian ini yaitu dengan program SPSS versi 22. Kuesioner dinyatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* sama atau di atas 0,2144 maka kuesioner tersebut valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.²⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,6.³⁰

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas X dengan variabel terikat Y, yang dinyatakan dengan persamaan:³¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Usaha Mikro Kecil Menengah

a = konstanta

b_1b_2 = koefisien regresi

X_1 = Pemasaran

X_2 = Bagi Hasil

ϵ = error term

²⁹ Situmorang, Syaprizal Helmi. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis. Edisi Dua. USU Pers. Medan.* 2011. h. 25

³⁰ Ibid 29

³¹ Ibid 27

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis data menggunakan regresi berganda, maka diperlukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian *normalitas*, *multikolinearitas*, *heteroskedastisitas*.

a. Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 22. Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari grafik PP plot. Grafik PP plot akan membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu y). Apabila plot dari keduanya membentuk linier (dapat didekati oleh garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal.³²

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini uji multikolinieritas menggunakan SPSS versi 22. Menurut Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *multikolinearitas* di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *Cutoff* yang

³² Ibid 29

umum dipakai untuk menunjukkan adanya problem multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 .³³

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heterokedastisitas untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 22. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik scatterplot. Apabila titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai uji uji selanjutnya.³⁴

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual berhubungan dengan variabel dependen (Y). Langkah-langkah pengujiannya :

Menentukan formulasi H_0 dan H_a :

Jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada hubungan signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

³³ Ibid 29

³⁴ Ibid 29

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima berarti tidak ada hubungan signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

Sumber³⁵

Langkah–langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan formasi H_0 dan H_1

$H_0 : b_i = 0$,berarti variabel independen bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : b_i \neq 0$, berarti variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Level of significant

Sampel 58 pegawai, maka $t \text{ tabel} = t (\alpha = 0,05)$

- c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 gagal ditolak apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

H_a ditolak apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

Kesimpulan :

Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_a diterima, artinya ada hubungan signifikan

Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan signifikan

³⁵ Ibid 27

b. Uji F atau Uji Signifikansi Persamaan

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai hubungan secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji signifikansi dengan uji F yaitu :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{RJK_{\text{Reg(b/a)}}}{RJK_{\text{Res}}}$$

Keterangan :

RJK_{Res} = Kuadrat residual

RJK_{Reg} = Kuadrat regresi

Dengan taraf signifikan 0,05 sebagai berikut:

H_a diterima, jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

H_a ditolak, jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$

Kesimpulan :

Apabila $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada hubungan secara simultan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Semakin besar nilai determinasi maka semakin baik kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh

variabel bebas adalah besar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Jika determinasi (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat.³⁶

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D = Koefisien Determinan.

R^2 = Koefisien Korelasi yang di Kuadratkan.

Koefisien determinasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 22

³⁶ Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: 2013. h.53

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah PT. BPRS Gebu Prima Medan

Rencana untuk mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syaria^h Gebu Prima Medan sudah lama dicanangkan oleh perndiri yang saat ini telah menjadi komisaris atau pemegang saham PT. BPRS Gebu Prima Medan dengan tujuan sesuai dengan ketentuan peraturan pemerintah No. 7 Tahun 1992 yakni guna menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat serta pelayanan bagi golongan ekonomi lemah pengusaha kecil.³⁷

Tujuan ini lebih ditekankan lagi arahnya pada Bank Pembiayaan Rakyat dengan sistem bagi hasil, yang lazimnya disebut Bank Syaria^h. Bank Islam atau Bank Muamalat dan peluang untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Bagi Hasil Syaria^h ini sesuai dengan bunyi pasal 13 UU No. 7 Tahun 1992, proses pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syaria^h ini mulai dilaksanakan dengan membentuk Badan Hukumnya serta Perseroan Terbatas dibuat Rancangan Anggaran Dasar Perusahaan. Dibuat daftar calon persero, susunan Direksi, Dewan Komisaris, rencana susunan organisasi, rencana kerja, serta bukti setoran minimal 30 dari modal setor.

Hal ini dipersiapkan guna melengkapi permohonan izin prinsip persiapan pendirian. Pada tanggal 23 Juni 1994, prinsip PT. BPR Syaria^h Gebu Prima Medan dengan nomor : S-885MK.171994 dikeluarkan oleh Menteri Keuangan dan tahap selanjutnya adalah melengkapi izin usaha operasi yang harus melampirkan anggaran dasar yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman berdasarkan Akte No. 38 tanggal 12 September 1994 dengan Notaris Ny. Chairani Bustami dan selanjutnya dilengkapi juga dengan daftar persero, susunan direksi, Dewan Universitas Sumatera Utara Komisaris, susunan organisasi, sistem dan prosedur kerja dan bukti pelunasan modal setor.

Sejalan dengan persiapan pendirian BPRS Gebu Prima Medan ini, pihak pendiri mempersiapkan calon-calon karyawan dengan memberikan pelatihan 3

³⁷ ptbprsgebuprima@yahoo.co.id

bulan dengan materi yang diajarkan mengenai prosedur dan praktek perbankan syariah di Forum Kajian Ekonomi Perbankan Islam IAIN Sumatera Utara serta ditambah dengan training dan magang pada BPR Syariah Gebu Prima yang sudah beroperasi di wilayah DeliSerdang.

Adanya perubahan pada legalitas anggaran dasar ini disertai perbaikan-perbaikan permohonan izin usaha serta dengan diberlakukannya peraturan baru yang lebih selektif terhadap Bank Perkreditan Rakyat yang akan berdiri sehingga izin operasi untuk PT. BPRS Gebu Prima Medan resmi ditribitkan melalui surat keputusan menteri Keuangan No. Kep. 030KM.171996 tertanggal 23 Januari 1996 berdasarkan izin operasional yang ada. Pada tanggal 11 Maret 1996 bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima Medan pada saat ini berkantor di Jalan Garuda Ruko No. 06 Perumnas Mandala Medan, diresmikan oleh salah seorang Gebu Minang yaitu Bapak Prof. Drs., H. Harun Zein Pada saat ini berkantor pusat di Jalan Utama pada tahun 2012 No. 02A Medan telepon 7323190 –7323191 – 7323192 Hunting Fax. 7321706.

2. Visi dan Misi PT. BPRS Gebu Prima Medan

Visi

Membangun BPRS yang sehat, kuat dan besar melalui produk dan jasa layanan yang berciri khas untuk kesejahteraan masyarakat.

Misi

- Melayani nasabah dengan produk dan jasa layanan yang sesuai dengan kebutuhan
- Menyediakan lingkungan kerja yang dinamis agar dapat menunjang perkembangan tenaga professional yang berkualitas, berdedikasi dan memiliki integritas yang tinggi
- Memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi terhadap lingkungan sekitar sebagai wujud partisipasi aktif membangun daerah dan Negara
- Meningkatkan daya saing perusahaan di tengah pertumbuhan industri yang cepat untuk memberikan keuntungan yang wajar bagi para pemegang saham dan berbagai pihak yang berkepentingan

3. Logo PT. BPRS Gebu Prima Medan



Gambar 4.1
Logo PT. BPRS Gebu Prima

4. Makna Dari Warna Logo PT. BPRS Gebu Prima Medan

- a. Hitam Merupakan alim ulama yang menaungi, membimbing dan mengarahkan.
- b. Merah Merupakan menunjukan kecerdasan yang tetap dinaungi oleh alim ulama agar tetap terarah dan tidak melenceng dari koridor agama.
- c. Kuning Merupakan pekerja yang memiliki kecerdasan dan memiliki arah yang tepat agar tidak melenceng dari koridor agama karena mendapat bimbingan dan arahan dari alim ulama.
- d. Logo PT BPR Syariah Gebu Prima ini secara tidak langsung memberi dorongan untuk melaksanakan pekerjaannya dengan tanggung jawab dan memiliki kecerdasan tinggi dengan tetap dinaungi oleh alim ulama, agar tetap dalam jalur syariah.

5. Kegiatan Operasional Perusahaan

Seputar ruang lingkup bidang usaha PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Medan, menawarkan produk – produk sebagai berikut :

- a. Penghimpunan Dana terdiri dari:
 1. Tabungan
 2. Simpanan Zakiyah
 3. Deposito Prima

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tabungan

Tabungan terdiri dari beberapa jenis yaitu:

a. Tabungan Gema

Tabungan Gema merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang memiliki kelebihan dan keuntungan seperti : mendapat bagi hasil yang halal, murni, keamanan yang dijamin oleh Pemerintah serta menguntungkan dengan mendapat nisbah sebesar 20% untuk bank, Tabungan GEMA setiap saat dapat ditarik tanpa dikenakan biaya administrasi.

b. Tabungan *Tholib*

Tabungan *Tholib* merupakan tabungan pelajar khusus menampung simpanan Mahasiswa sampai dengan pelajar sekolah dasar, tabungan ini disamping mendapat bagi hasil yang menarik, juga mendapat peluang menerima beasiswa dan hadiah-hadiah yang menarik bagi Mahasiswa dan pelajar yang memiliki prestasi yang baik serta yang kurang mampu, disamping itu tabungan *Tholib* juga dijamin oleh pemerintah.

c. Tabungan Wahyu

Tabungan Wahyu merupakan tabungan Qur'an, tabungan ini khusus memfasilitasi simpanan Masyarakat yang ingin berqurban secara mudah dan terencana, tabungan wahyu disamping mendapat bagi hasil yang menarik, juga memberikan pilihan kepada nasabah terhadap teknis berqurban antara lain: Nasabah bisa membeli hewan qurban sendiri atau nasabah menyerahkan pembelian hewan qurban kepada pihak bank atau nasabah menyerahkan pelaksanaan qurban sepenuhnya kepada pihak bank dan pihak bertanggung jawab mendistribusikan daging qurban kepada yang berhak, disamping itu Tabungan Wahyu juga dijamin oleh pemerintah.

d. Tabungan *JabalRahmah*

Tabungan *Jabal Rahmah* merupakan tabungan bagi masyarakat yang berniat ingin menunaikan ibadah haji dengan aman dan terencana, Tabungan *Jabal Rahmah* disamping mendapat bagi hasil yang menarik dari pihak bank, disamping itu Tabungan *Jabal Rahmah* juga dijamin oleh pemerintah.

2. *Zakiah*

Simpanan *Zakiah* merupakan yang menampung *zakat, infaq, Sadaqah* dan *Waqaf* tunai dari kaum muslimin yang berkelebihan harta yang disalurkan kepada pengusaha kecil muslim yang *dhu'afa* dalam rangka menekan kemiskinan dan pekerjaan meminta-minta dari kaum muslimin,sertamenghindari ummat islam dari jeratan rentenir, dana tersebut akan disalurkan kepada pengusaha kecil kita dalam bentuk pembiayaan *Al-Qardul Hasan* yaitu pembiayaan kebijakan dimana tidak dipungut bagi hasil sedikitpun, Simpanan *zakiah* juga dapat disalurkan sesuai dengan permintaan *Muzaky* yangbersangkutan.

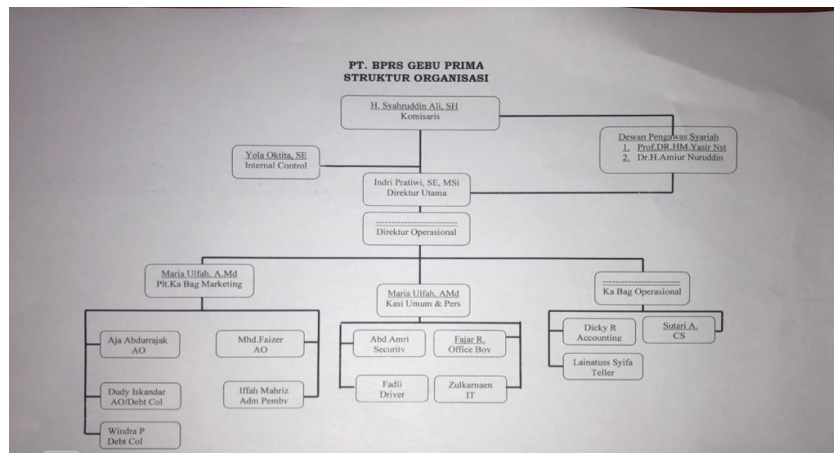
3. **Deposito Prima**

Deposito Prima merupakan simpanan berjangka waktu 1 (satu) bulan, 3 (tiga) bulan, 6 (enam) bulan, Deposito Prima tidak dapat dicairkan sebelum masa jatuh tempo, keuntungan dan kelebihan deposito prima disamping aman dan dijamin oleh pemerintah, juga mendapat bagi hasil yang menarik dengan nisbah 50% untuk deposan dan 50% untuk bank, bagi hasil diambil dari pendapatan bruto bank bulan berjalan.

Penyaluran Dana pada PT. BPRS Gebu Prima, penyaluran dana disebut dengan pembiayaan maka prinsipnya bank memberikan pembiayaan atau pinjaman kepada nasabah melalui syarat atau ketentuan kebijaksanaan bank yang berlaku. Sektor pembiayaan ini dalam bentuk modal usaha perdagangan, industri menengah dan kebawah, jasa pertanian dan perkebunan serta pembiayaan yang bersifat konsumtif. Jenis pembiayaan melampirkan produktif dan non produktif diberikan sesuai dengan batas maksimal pemberian pembiayaan (legal lending limit) setiap debitur tidak lebih dari modal setor bank. Pembiayaan terbagi atas:

- a. Pembiayaan Modal Kerja (*Mudharabah*) adalah suatu perjanjian pembiayaan antar bank dengan pengusaha, dimana pihak bank menyediakan pembiayaan modal usaha atau proyek yang dikelola oleh pihak pengusaha atas perjanjian bagi hasil.
- b. Pembiayaan *Musyarakah* adalah suatu perjanjian pembiayaan antar bank dengan pengusaha, dimana baik pihak bank maupun bidang pengusaha secara bersama membiayai suatu usaha atau proyek yang dikelola secara bersama pula atas dasar bagi hasil sesuai dengan penyertaan.
- c. Pembiayaan *Bai Baithaman Aj'il* adalah suatu perjanjian yang disepakati antar bank dengan nasabah, dimana bank menyediakan dana untuk pembelian barang atau asset yang dibutuhkan nasabah untuk mendukung suatu usaha proyek.
- d. Pembiayaan *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian setelah ada pemesan dari nasabah. Pembiayaan murabahah dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam pembiayaan murabahah secara cicilan diperkenankan adanya potongan. Bank dapat memberikan potongan apabila nasabah mempercepat pembayaran cicilan atau melunasi piutang murabahah sebelum jatuh tempo.
- e. Pembiayaan *Qordul Hasan* Adalah perjanjian pembiayaan antara bank dengan nasabah yang dianggap layak menerima yang diprioritaskan bagi pengusaha kecil yang potensial akan tetapi tidak mempunyai modal apapun, selain kemampuan berusahaserta perorangan lainnya yang berada dalam keadaan terdesak, dimana penerimaan kredit hanya diwajibkan mengambil pokok pinjaman pada waktu jatuh tempo dan bank hanya membebani nasabah atas biaya administrasi.

6. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas



Gambar 4.2

Struktur Organisasi PT.BPRS GEBU PRIMA Medan

7. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Desain struktur organisasi PT. BPRS Gebu Prima Medan didasarkan atas hal sebagai berikut:

- Besar kecilnya perusahaan.
- Karakteristik organisasi dan kepemilikan.
- Sifat kegiatannya.
- Keanekaragaman dan tingkat kompleksitas organisasi.
- Metode pengolahan data.
- Persyaratan peraturan perundang-undangan yang harus ditepati.

Berdasarkan struktur organisasi di atas, maka pembagian tugas dalam setiap jabatan adalah sebagai berikut:

1. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan perwakilan dari pemilik modal yang mewakili wewenang antara lain:

- Mewakili pemilik atau pemegang saham untuk melakukan pengawasan terhadap kebijaksanaan Direksi dan pelaksanaan tugas direksi.

- b. Memberikan arahan mengenai kebijaksanaan dan pelaksanaan tugas direksi serta selalu memperhatikan setiap pertimbangan ekonomi serta keuangan dan perbankan.
- c. Mengawasi direksi dalam melaksanakan tugas.
- d. Meminta pertanggungjawaban direksi serta memberikan bantuan pengawasan kepada direksi atas kebijakan yang diambil.

2. Dewan Syari'ah

Dewan Syari'ah memiliki tugas antara lain:

- a. Melakukan pengawasan atas produk perbankan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana dari dan untuk masyarakat.
- b. Mengadakan perbaikan terhadap suatu produk bank yang telah atau sedang berjalan.
- c. Memberikan pedoman dan garis-garis besar syari'ah baik untuk pengerahan dana masyarakat, penyaluran dana dan kegiatan bank lainnya.
- d. Memeriksa buku laporan tahunan dan memberikan pernyataan tentang kesesuaian syari'ah dan semua produk dan operasi selama satu tahun berjalan.

3. Direktur Utama

Tugas dan wewenang Direktur Utama adalah:

- a. Penanggungjawab pada PT. BPRS Gebu Prima Medan dalam tingkat *Top Management*.
- b. Melakukan perencanaan dalam bidang marketing dan operasional.
- c. Membuat perencanaan anggaran dana untuk rencana kerja satu tahun.
- d. Mempersiapkan sarana dan prasarana kerja, kedudukan tenaga-tenaga terampil dan melaksanakan fungsi *control*.
- e. Melaksanakan fungsi pemegang kunci ruang khasanah utama apabila direktur operasional berhalangan.
- f. Memberikan keputusan kredit (pembiayaan) kepada calon debitur, setelah melakukan analisa dan evaluasi oleh bagian kaid, *marketing* dan *account officer*.

- g. Mengeluarkan surat keputusan pengangkatan dan penghentian pegawai.
- h. Melaksanakan pendekatan kepada nasabah melalui keagamaan dan memberikan motivasi dalam rangka pengembangan usaha bank dan nasabah.
- i. Menjaga dan mempertahankan kredibilitas bank dalam bentuk perkembangan laba usaha, pengelolaan dana yang efektif dan menjaga stabilitas likuiditas bank serta menuju kepada prinsip kehati-hatian.
- j. Melaksanakan pembuatan laporan setiap bulan Bank Indonesia dan dewan komisaris.

4. Direktur Operasional

Tugas dari direktur operasional adalah:

- a. Bertanggungjawab sepenuhnya dalam kegiatan operasional bank.
- b. Membantu direktur utama dalam melaksanakan pengawasan kerja dibidang operasi antara lain : *cash and teller*, jasa nasabah, *accounting*, dan bagian umum.
- c. Mengadakan pengarah dan pembinaan serta pengawasan terhadap jalannya operasional Bank Perkreditan Syariah Gebu Prima Medan.
- d. Menyetujui tiket pembukuan dan menandatangani bilyet deposito mudharabah.
- e. Melakukan pemeriksaan kas apabila terjadi ketidaksesuaian.
- f. Melaporkan kepada direktur utama serta membuat berita acara atau hasil pemeriksaan yang dilakukan.
- g. Memeriksa dan menyetujui laporan anggaran neraca harian dan laba rugi dari bagian *accounting*

5. Kepala Bagian Marketing

Memiliki tugas antara lain:

- a. Membantu direktur utama dalam mengolah kegiatan dibidang marketing.
- b. Mengkoordinir tugas-tugas dibagian sub bidang marketing.
- c. Memeriksa kelengkapan data calon debitur.

- d. Melaksanakan proses analisa pembiayaan berdasarkan batas limit yang diberikan oleh direksi dalam pemutusan kredit.
- e. Melaksanakan peninjauan usaha calon debitur.
- f. Melaksanakan monitoring sistem kredit (pembiayaan) yang telah disetujui melalui bagian administrasi kredit.
- g. Memberikan persetujuan overdraft sesuai limit yang ditentukan oleh direksi.
- h. Memberikan persetujuan tentang penerbitan *Half Sheet* (nota persetujuan pembukuan) pinjaman yang diberikan melalui bagian administrasi kredit.
- i. Mempersiapkan jadwal *review* kredit secara tahunan

Kepala Bagian Operasioanal.

Kepala bagian operasi memiliki tugas antara lain untuk mengkoordinir tugas seluruh bagian sub operasional dan melaksanakan fungsi sebagai putusan *cheecker* dan semua tiket transaksi bank.

6. Bagian Umum dan Personalia

Memiliki tugas antara lain:

- a. Melaksanakan pemeliharaan semua barang aktiva tetap dan inventaris kantor serta biaya-biaya kantor.
- b. Melaksanakan pembelian alat-alat kantor seizing direksi.
- c. Melaksanakan pembelian barang aktiva tetap dan inventaris kantor seizindireksi.
- d. Mencatat pembelian barang aktiva tetap dan inventaris serta melakukan penyusutan berdasarkan umur ekonomis.
- e. Melaksanakan serta memelihara pembayaran uang muka. dan melakukan amortisasi biaya sesuai dengan taksiran umur ekonomis.
- f. Menerima dan memberhentikan pegawai seizin dari direksi

7. Customer Service

Adapun tugas dan wewenang dari jabatan ini adalah:

- a. Memberikan informasi kepada nasabah.

- b. Melakukan pemantuan rekening dan transaksi nasabah yang mencurigakan.
- c. Melaksanakan penerapan prinsip mengenal nasabah dikantor.
- d. Melakukan pelayanan pementuan saldorekening.

8. Jumlah Tenaga Kerja

Adapun profil pegawai pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syaria'ah Gebu Prima Medan sebagai berikut:

- a. Jumlah dewan komisaris pada PT. BPRS Gebu Prima Medan sebanyak 1 orang.
- b. Jumlah pegawai PT. BPRS Gebu Prima Medan sebanyak 12 orang yang terdiri dari karyawan 5 orang dan karyawan 7 orang tersebar dalam berbagai posisi.
- c. Rata-rata pendidikan terakhir pegawai PT. BPRS Gebu Prima Medan adalah S1.
- d. Status kepegawaian untuk berbagai posisi ada yang sudah menjadi pegawai tetap dan ada juga yang masih berstatus pegawai kontrak.

9. Jam Kerja Karyawan

Adapun jam kerja yang berlaku selama ini di PT. BPR Syariah Gebu Prima Medan adalah di mulai pada pukul 07:30 WIB dan berakhir pukul 17:10 WIB. Sebelum jam kerja dimulai pada pukul tersebut. Para karyawan harus sudah berada di kantor untuk mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas perbankan. Pada sore harinya aktivitas perubahan perbankan sudah berakhir dan karyawan harus menyusun dan merapikan berkas agar tidak hilang dan kececeran, akan tetapi ada beberapa karyawan yang harus menambah jam kerjanya (lenbur). Hal ini dikarenakan adanya tugas atau pekerjaan yang harus selesai pada saat itu juga.

10. Sistem Pengupahan dan Fasilitas

Sistem pengupahan yang ada di PT. BPRS Gebu Prima Medan di berikan dengan pembayaran upah/gaji yang di laksanakan setiap bulannya, dimana besar upah/gaji sesuai dengan tingkat jabatan masing-masing karyawan. Fasilitas yang di

dapat adalah berupa tunjangan kesehatan, bonus upah lembur, pemberian fasilitas berupa mobil dan kereta dinas untuk kegiatan operasional dan promosi produk.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah bagian dari populasi pada PT. BPRS Gebu Prima di Jln. Arief Rahman Hakim, Ps. Merah Tim Kec. Medan Area, Kota Medan dengan jumlah sampel sebanyak 58 orang pada perusahaan tersebut, yang terdiri dari beberapa karakteristik

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki - laki	25	43,1
2	Perempuan	33	56,9
Jumlah		58	100

Sumber : PT. BPRS Gebu Prima Medan

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 25 orang (43,1%), sedangkan responden perempuan sebanyak 33 orang (56,9%). Hal ini disebabkan pada saat penyebaran angket lebih banyak diterima jenis perempuan dibandingkan laki-laki.

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	23-26 Tahun	10	17,2
2	27-30 Tahun	20	34,5
3	31-40 Tahun	21	36,2
4	> 40 Tahun	7	12,1
Jumlah		58	100

Sumber : PT. BPRS Gebu Prima Medan

Dari tabel diketahui bahwa responden nasabah pada kelompok yang terbesar pada umur 31-40 tahun sebanyak 21 orang (36,2%), sedangkan kelompok terkecil berada pada umur >40 tahun sebanyak 7 orang (12,1%)

Tabel 4.3**Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	35	60,3
2	Sarjana/Diploma	20	34,5
3	S2	2	3,4
4	S3	1	1,7
Jumlah		58	100

Sumber : PT. BPRS Gebu Prima Medan

Dari tabel diketahui bahwa responden nasabah pada kelompok terbesar adalah pendidikan terakhir SMA sebanyak 35 orang (60,3%), sedangkan kelompok pendidikan paling sedikit adalah S3 sebanyak 1 orang (1,7%)

Tabel 4.4**Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	Rp. 2.000.000 - 3.000.000	8	13,8
2	Rp. 3.000.000 - 4.000.000	15	25,9
3	Rp. 4.000.000 - 5.000.000	25	43,1
4	Rp. 5.000.000 - 6.000.000	10	17,2
Jumlah		58	100

Sumber : PT. BPRS Gebu Prima Medan

Dari tabel diketahui bahwa responden nasabah pada kelompok pendapatan perbulan terbesar adalah Rp. 4.000.000 – 5.000.000 sebanyak 25 orang (43,1%), sedangkan kelompok pendapatan perbulan paling sedikit adalah Rp. 2.000.000-3.000.000 sebanyak 8 orang (13,8%).

C. Penyajian Data

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Deskriptif Variabel Penelitian**a. Variabel Pemasaran (X_1)**

Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan beberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Pemasaran.

Tabel 4.5
Skor Angket Variabel Pemasaran (X_1)

Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	43,1	22	37,9	0	0,0	7	12,1	4	6,9	58	100
2	28	48,3	15	25,9	0	0,0	13	22,4	2	3,4	58	100
3	30	51,7	17	29,3	0	0,0	8	13,8	3	5,2	58	100
4	29	50,0	11	19,0	0	0,0	15	25,9	3	5,2	58	100
5	30	51,7	17	29,3	0	0,0	10	17,2	1	1,7	58	100
6	24	41,4	16	27,6	0	0,0	14	24,1	4	6,9	58	100
7	28	48,3	16	27,6	0	0,0	9	15,5	5	8,6	58	100
8	27	46,6	13	22,4	0	0,0	14	24,1	4	6,9	58	100
9	20	34,5	18	31,0	0	0,0	16	27,6	4	6,9	58	100
10	25	43,1	13	22,4	0	0,0	18	31,0	2	3,4	58	100

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

b. Variabel Bagi Hasil (X_2)

Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan beberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Bagi Hasil

Tabel 4.6
Skor Angket Variabel Bagi Hasil (X_2)

Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	43,1	19	32,8	0	0,0	10	17,2	4	6,9	58	100
2	32	55,2	12	20,7	0	0,0	13	22,4	1	1,7	58	100
3	27	46,6	14	24,1	0	0,0	12	20,7	5	8,6	58	100
4	27	46,6	17	29,3	0	0,0	12	20,7	2	3,4	58	100
5	23	39,7	17	29,3	0	0,0	13	22,4	5	8,6	58	100
6	27	46,6	14	24,1	0	0,0	11	19,0	6	10,3	58	100
7	25	43,1	13	22,4	0	0,0	17	29,3	3	5,2	58	100
8	25	43,1	20	34,5	0	0,0	11	19,0	2	3,4	58	100
9	21	36,2	20	34,5	0	0,0	13	22,4	4	6,9	58	100
10	26	44,8	17	29,3	0	0,0	11	19,0	4	6,9	58	100

c. Variabel UMKM (Y)

Data dalam tabel yang telah di rangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan beberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel UMKM

Tabel 4.7

Skor Angket Variabel Minat Terhadap UMKM (Y)

Pertanyaan	STS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	34,5	18	31,0	0	0,0	15	25,9	5	8,6	58	100
2	24	41,4	13	22,4	0	0,0	16	27,6	5	8,6	58	100
3	31	53,4	13	22,4	0	0,0	11	19,0	3	5,2	58	100
4	21	36,2	19	32,8	0	0,0	15	25,9	3	5,2	58	100
5	29	50,0	12	20,7	0	0,0	14	24,1	3	5,2	58	100
6	30	51,7	15	25,9	0	0,0	12	20,7	1	1,7	58	100
7	24	41,4	15	25,9	0	0,0	17	29,3	2	3,4	58	100
8	27	46,6	18	31,0	0	0,0	12	20,7	1	1,7	58	100
9	32	55,2	14	24,1	0	0,0	9	15,5	3	5,2	58	100
10	29	50,0	15	25,9	0	0,0	12	20,7	2	3,4	58	100

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas angket adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalid atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang tidak valid berarti mempunyai validitas rendah.

1) Uji Validitas

a. Uji Validitas Pemasaran (X_1)

Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Pemasaran

Tabel 4.8
Validitas Pemasaran (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,474	0,2542	Valid
Item 2	0,397	0,2542	Valid
Item 3	0,388	0, 2542	Valid
Item 4	0,711	0, 2542	Valid
Item 5	0,454	0, 2542	Valid
Item 6	0,718	0, 2542	Valid
Item 7	0,418	0, 2542	Valid
Item 8	0,723	0, 2542	Valid
Item 9	0,429	0, 2542	Valid
Item 10	0,405	0, 2542	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai validitas pernyataan untuk pemasaran seluruhnya sudah valid karena seluruhnya lebih besar dari r_{tabel} (0, 2542). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel pemasaran dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

b. Uji Validitas Bagi Hasil (X₂)

Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Bagi Hasil.

Tabel 4.9
Validitas Bagi Hasil (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,665	0, 2542	Valid
Item 2	0,318	0, 2542	Valid
Item 3	0,665	0, 2542	Valid
Item 4	0,302	0, 2542	Valid
Item 5	0,753	0, 2542	Valid
Item 6	0,665	0, 2542	Valid
Item 7	0,421	0, 2542	Valid
Item 8	0,658	0, 2542	Valid
Item 9	0,760	0, 2542	Valid
Item 10	0,429	0, 2542	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai validitas pernyataan untuk bagi hasil seluruhnya sudah valid karena seluruhnya lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel bagi hasil dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

c. Uji Validitas UMKM (Y)

Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan tentang variabel Bagi Hasil.

Tabel 4.10
Validitas Minat terhadap UMKM (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,452	0,2542	Valid
Item 2	0,494	0,2542	Valid
Item 3	0,744	0,2542	Valid
Item 4	0,497	0,2542	Valid
Item 5	0,750	0,2542	Valid
Item 6	0,774	0,2542	Valid
Item 7	0,488	0,2542	Valid
Item 8	0,321	0,2542	Valid
Item 9	0,616	0,2542	Valid
Item 10	0,732	0,2542	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai validitas pernyataan untuk pemasaran seluruhnya sudah valid karena seluruhnya lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel pemasaran dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

2) Reliabilitas Instrumen

a. Uji Reliabilitas Pemasaran (X_1)

Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan variabel Pemasaran.

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Pemasaran (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,713	10

b. Uji Reliabilitas Bagi Hasil (X_2)

Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan variabel Bagi Hasil.

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas Bagi Hasil (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,739	11

c. Uji Reliabilitas UMKM (Y)

Data dalam tabel yang telah dirangkum dalam tabel frekuensi di bawah ini menunjukkan seberapa besar frekuensi yang menjawab pertanyaan variabel UMKM.

Tabel 4.13
Uji Reliabilitas Minat Terhadap UMKM (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,787	10

Jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$ dinyatakan reliabel

Jika nilai cronbach's alpha $< 0,60$ dinyatakan tidak reliabel

Maka nilai cronbach's alpha di atas $x_1 = 0,713$, $x_2 = 0,739$, $y = 0,787$ maka reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk membuktikan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (Valid) untuk mencari per amalan, maka perlu dilakukan pengujian normalitas data, multikolonieritas dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas ini merupakan data yang di pergunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan pendekatan uji normalitas klomogrov-smirnov, hasil uji normalitas terdapat dalam tabel ini.

Tabel 4.14
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,87371922
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,076
	Negative	-,099
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber :Output SPSS 22.0 Data Diolah 2021

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

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal

Maka nilai signifikan diatas 0,200 berdistribusi normal

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data tersebut, besar nilai signifikan *Kolmogrov smirnov* sebesar 0,200 maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearilitas

Uji Multikolinearilitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai factor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*)

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearilitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,036	6,150		2,282	,026		
	Pemasaran X1	,436	,169	,351	2,580	,013	,756	1,322
	Bagi Hasil X2	,197	,139	,194	1,424	,160	,756	1,322

a. Dependent Variable: Minat Terhadap UMKM Y

VIF x1 (pemasaran) = 1.322

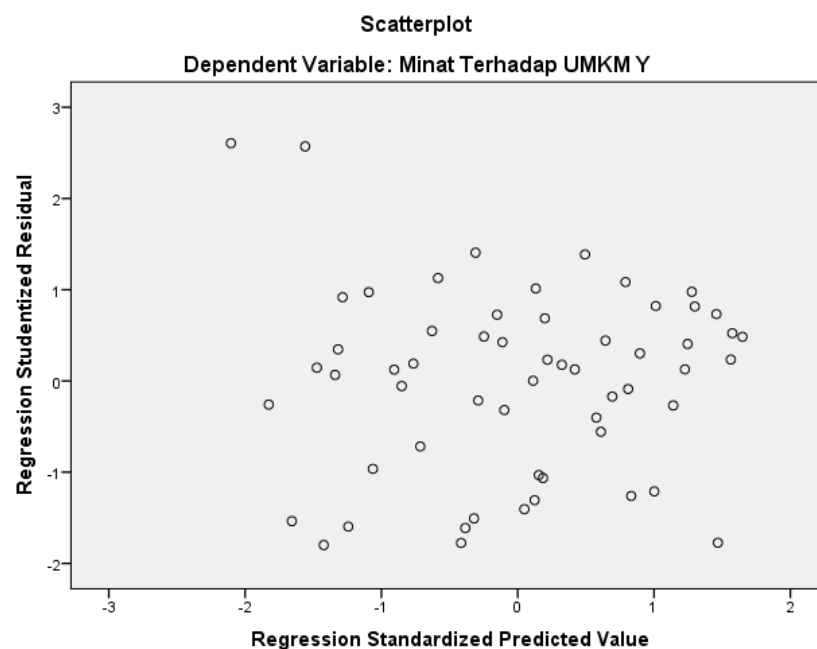
VIF x2 (bagi hasil) = 1.322

Dengan demikian ke dua variabel terbebas dari masalah multikolinearilitas, karena nilai VIF di atas kurang dari 10 maka penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai

c. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur, maka telah terjadi *heteroskedastisitas*. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Hasil dari pelaksanaan uji heteroskedastisitas terlihat pada Gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Ciri – ciri tidak terjadi gejala heteroskedastisitas :

- Titik – titik data penyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- Titik – titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- Penyebaran titik – titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- Penyebaran titik – titik data tidak berpola.

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

a. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	14,036	6,150		2,282	,026		
	Pemasaran X1	,436	,169	,351	2,580	,013	,756	1,322
	Bagi Hasil X2	,197	,139	,194	1,424	,160	,756	1,322

a. Dependent Variable: Minat Terhadap UMKM Y

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 14,036 + 0,436X_1 + 0,197X_2 + e$$

$$Y = 14,036 + 0,436 (\text{Pemasaran}) + 0,197 (\text{Bagi Hasil})$$

Hasil dapat dilihat dari keterangan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 14,036 artinya jika variabel $X_1 = 0$ dan $X_2 = 0$ dianggap besar, maka minat UMKM melakukan pembiayaan sebesar 14,036.
- 2) Nilai besaran koefisien regresi b_1 sebesar 0,436 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa ketika pemasaran mengalami peningkatan satu satuan, maka akan meningkatkan Minat UMKM sebesar 0,436 satuan.
- 3) Nilai besaran koefisien regresi b_2 sebesar 0,197 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel Bagi Hasil (X_2) sebesar 0,197 yang menunjukkan bahwa bagi hasil mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan Minat UMKM sebesar 0,2961 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t (Persial)

Tabel 4.17
Hasil Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,036	6,150		2,282	,026		
	Pemasaran X1	,436	,169	,351	2,580	,013	,756	1,322
	Bagi Hasil X2	,197	,139	,194	1,424	,160	,756	1,322

a. Dependent Variable: Minat Terhadap UMKM Y

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansinya untuk variabel Pemasaran (0,013) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 2,580 > t_{tabel} 1,672$.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel pemasaran. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

- 2) Nilai signifikansinya untuk variabel lingkungan kerja non fisik (0,160) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 1,424 > t_{tabel} 1,672$ Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel bagi hasil. dengan demikian, secara parsial bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

b. Hasil Uji F atau uji signifikansi persamaan

Tabel 4.18
Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797,087	2	398,544	8,139	,001 ^b
	Residual	2693,137	55	48,966		
	Total	3490,224	57			

a. Dependent Variable: Minat Terhadap UMKM Y

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil X2, Pemasaran X1

Pada hasil uji regresi dalam penelitian ini, diketahui nilai signifikansi 0,001. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai $F_{hitung} = 8,139 > F_{tabel} = 3,16$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu pemasaran dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan.

c. Hasil Uji koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,478 ^a	,228	,200	6,998

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil X2, Pemasaran X1

b. Dependent Variable: Minat Terhadap UMKM Y

- 1) Nilai regresi korelasi sebesar 0,228 artinya secara bersama-sama pemasaran dan bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan memiliki kontribusi pada taraf yang erat dan positif.
- 2) Untuk variabel bebas lebih dari satu baik menggunakan *adjusted R Square*. Dimana nilai (R^2) sebesar 0,228 (22,8%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 22,8% variasi variabel terikat yaitu pemasaran dan bagi hasil terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan.

E. Interpretasi Hasil Analisis Data

Dalam melakukan penelitian, peneliti secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada PT. BPRS Gebu Prima Medan selanjutnya penelitian mengolah data hasil dari angket yang telah disebarkan oleh peneliti sebarakan dengan menggunakan SPSS 22.0

Pembahasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pemasaran Terhadap Minat UMKM mengajukan pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan

Dari uji pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pemasaran terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan, Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,580$ dengan taraf signifikan 0,013 Taraf signifikan tersebut terbukti lebih kecil dari pada 0,05. Dimana hal ini

mengindikasikan bahwa dari hasil kesimpulan tersebut hipotesis diterima artinya variabel pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sa'adah Nur (2014) dengan judul penelitian Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungara Semarang dengan hasil penelitian variabel pemasaran mempunyai diferensiasi cukup memuaskan untuk sasaran mitra dan produk talangan haji dan berpengaruh positif terhadap variabel pembiayaan

2. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM mengajukan pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

Dari uji pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bagi hasil terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan, Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,424$ dengan taraf signifikan 0,160 Taraf signifikan tersebut terbukti lebih kecil dari pada 0,05. Dimana hal ini mengindikasikan bahwa dari hasil kesimpulan tersebut hipotesis diterima artinya variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ikhsa (2018) dengan judul penelitian Pelaksanaan sistem bagi hasil terhadap tabungan menggunakan akad mudharabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Dengan hasil penelitian variabel bagi hasil mempunyai nisbah/bagi sudah terlaksanakan sesuai syariat Islam yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap tabungan menggunakan akad mudharabah.

3. Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM mengajukan pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan

Hasil hipotesis yang menyatakan bahwa pemasaran, bagi hasil secara bersama mempengaruhi terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima adalah ditunjukkan pada nilai $F_{hitung} 8,139$ dengan nilai signifikan 0,001.

Berdasarkan hasil paparan penelitian, data dapat dilihat pada tabel 4.18 yang dapat disimpulkan serta dijelaskan bahwa dari kedua variabel independen dan dependent yaitu pemasaran dan bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent yaitu minat UMKM melakukan pembiayaan. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran (X_1), bagi hasil (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan (Y).

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan tentang pemasaran, bagi hasil yang mempengaruhi minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan:

1. Terlihat nilai determinasi sebesar 0,228(22,8%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 47,8% variasi variabel terikat yaitu pemasaran, bagi hasil pada model dapat menjelaskan variabel minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan sedangkan sisanya sebesar 20,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model
2. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,001. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai $F_{hitung} = 8,139 > F_{tabel} 3,16$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu pemasaran dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan.
3. Hasil uji t untuk variabel pemasaran menunjukkan bahwa nilai signifikansinya untuk variabel Pemasaran (0,013) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 2,580 > t_{tabel} 0,1672$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel pemasaran. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan
4. Hasil uji t untuk variabel bagi hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansinya untuk variabel lingkungan kerja non fisik (0,160) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 1,424 > t_{tabel} 0,1672$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel bagi hasil. dengan demikian, secara parsial bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM melakukan pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu :

1. PT. BPRS Gebu Prima dapat meningkatkan pemasaran dan bagi hasil agar masyarakat UMKM minat melakukan pembiayaan dan diharapkan dapat memperoleh *Profitabilitas* yang semakin baik bagi bank tersebut.
2. Pemasaran dan bagi hasil PT. BPRS Gebu Prima Medan dinilai positif oleh nasabah seperti: penjelasan tentang produk, bagi hasil yang transparan dan akad dalam pembiayaan jelas dan tergambar.
3. Meskipun tanggapan responden terhadap variabel pemasaran tergolong positif, hendaknya pemasaran tersebut dipertahankan dan terus ditingkatkan lagi. Mengingat pengaruh dari pemasaran yang dilakukan selain dapat mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan, juga dapat memuaskan nasabah dalam pelayanan.
4. Bagi perusahaan PT. BPRS Gebu Prima Medan berdasarkan hasil penelitian bagi hasil merupakan salah satu yang dominan mempengaruhi minat UMKM dalam pembiayaan, dalam hal ini pihak PT. BPRS Gebu Prima harus menjaga citra dan kualitas layanan ataupun produk bank tersebut agar nasabah semakin mempertahankan minat mereka terhadap keputusan memilih perbankan syariah khususnya pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darm, Hamid Adi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Bandung* : Alfabeta, 2014
- Ikhsani, Nurul Nasution, *Pelaksanaan sistem bagi hasil terhadap timbulnya menggunakan akad mudharabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Mandiri*, Skripsi. Medan, Jurusan Perbankan Syariah Universitas Sumatera Utara, 2018.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2003
- Masitoh, *Analisa Komparatif Terhadap Prosedur Pengajuan Pembiayaan UKM pada BMT Tamzis dan Bank Syariah Mandiri* Skripsi. Jakarta: Falkutas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif edisi revisi 2*. Depok: PT Rajagrafindo, 2014
- Muri, A Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan* Jakarta: Kencana, 2017
- Nur, Sa'adah. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungara Semarang*, Skripsi. Semarang, Jurusan Ekonomi Islam, 2013
- Nuralamy, Setiawaty dan Farida Jafar, "Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Konsumen" *Jurnal Manajemen Trisakti* Vol 2 No 1, 2015,
- Putra, P Ivand C. *Prosedur Pemberian Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada PT. Pegadaian Cabang Singaraja*, dalam *Jurnal Akuntansi Profesi*, vol. III No.1, h. 163.
- Rahman, Abdul Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia, 2012
- Sartika, Titik. *Ekonomi Skala Menengah dan Koperasi*. Jakarta : Ghalia Indonesai, 2004

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015

Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1999

Sri, Yati prawitasari. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing Studi Pada Dealer Honda Tunggun Sakti di Semarang*, Skripsi. Semarang, Jurusan Ekonomi, 2016

Usanti, Trisadi P dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2013

Umar Husein, *Strategi Management In Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001

Lampiran 1 Tabulasi Pertanyaan Responden

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki – Laki b. Perempuan
3. Usia :
a. 23 s/d 25 Thn c. 31 s/d 40 Thn
b. 26 s/d 30 Thn d. Diatas 40 Thn
4. Jenis Dagangan :
a. Pakaian e. Makanan / Jajanan
b. Peralatan Rumah Tangga f. Elekteronik
c. Sayur dan Buah g. Lain - lain
d. Sembako, Ayam, Ikan dan Daging
5. Pengalaman Mengajukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan
a. Pernah
b. Sedang Menerima Pembiayaan

❖ Tabel Kuesioner

Berilah tanda ceklis (✓) pada pernyataan dibawah ini sesuai dengan penilaian anda:

- ket : a. Sangat Setuju (SS)
b. Setuju (S)
c. Netral (N)
d Tidak Setuju (TS)
e. Sangat Tidak Setuju (STS)

Pemasaran (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pemasaran						
1.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan nasabah					
2.	Produk yang ditawarkan menarik bagi nasabah					
3.	Angsuran pinjaman perbulan-nya dapat disesuaikan berdasarkan kemampuan nasabah					
4.	Lokasi kantor BPRS Gebu Prima sangat strategis dan mudah dijangkau					
5.	Promosi produk yang beredar di masyarakat luas mempengaruhi minat Bapak/Ibu untuk menjadi nasabah					
6.	Karyawan BPRS Gebu Prima bersikap professional dalam melayani nasabah					
7.	Gedung kantor serta interior dan eksterior bersih dan tertata rapi					
8.	Fasilitas ruang antrian (tempat duduk, AC, dan lain-lain) yang dimiliki membuat nyaman dalam bertransaksi					
9.	Saya mengambil pembiayaan berdasarkan pengalaman teman/keluarga					
10.	Motif keinginan terhadap kebutuhan yang mendesak menimbulkan minat untuk mengambil pembiayaan.					

Bagi Hasil (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Bagi Hasil						
1.	Saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan bentuk prosentase					

2.	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan					
3.	Saya mengetahui besar nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini.					
4.	Saya mengharapkan imbalan/return yang secara akumulatif bisa memperbesar jumlah tabungan saya					
5.	Saya mengetahui bahwa return yang didapat tergantung kepada kinerja bisnis					
6.	Saya menabung di BPRS Gebu Prima karena jaminan yang diberikan oleh bank tidak merugikan saya					
7.	Saya mengetahui kontrak yang diberikan oleh bank kepada saya dalam menggunakan jasa					
8.	Saya menabung di bank karena nisbah bagi hasil yang diberikan menarik					
9.	Saya menabung di bank karena kesepakatan yang diberikan sangat menguntungkan.					
10.	Saya merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi di bank					

Minat Terhadap UMKM (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Minat terhadap UMKM						
1.	Bagi saya melakukan pembiayaan menyenangkan karena membuat tidak takut kehabisan modal usaha					
2.	Saya melakukan pembiayaan tanpa adanya paksaan					
3.	Saya mengharapkan syarat ketentuan memproses pembiayaan tidak berbelit-belit.					

4.	Melakukan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan menambah modal usaha					
5.	Tertarik melakukan pembiayaan karena adanya saran dari seseorang					
6.	Penjual usaha saya semakin meningkat karena adanya tambahan modal dari kredit/pembiayaan dari bank tersebut					
7.	UMKM membutuhkan tambahan modal untuk menjalankan usaha melalui kredit/pembiayaan bank					
8.	Responden bank dalam menerima pengajuan kredit/pembiayaan sangat cepat pelayanannya					
9.	Ketika kredit/pembiayaan telah selesai perjanjian, kami akan melakukan kredit/pembiayaan kembali					
10.	Bank melakukan pendampingan terhadap UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usaha sampai perjanjian kredit/pembiayaan selesai					

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Responden	Pemasaran X1									
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10
1	5	5	4	5	4	4	2	4	5	1
2	5	5	4	5	5	2	5	2	1	1
3	4	2	5	4	5	5	1	4	4	2
4	5	5	4	4	4	5	1	5	2	4
5	1	5	5	5	4	2	5	1	1	2
6	5	5	5	4	5	4	5	2	5	4
7	5	4	5	2	5	4	4	5	1	2
8	1	1	4	4	4	5	5	2	4	2
9	4	5	5	5	5	2	4	5	1	5
10	5	5	2	5	5	5	5	4	2	4
11	5	2	5	4	5	2	5	5	5	2
12	5	4	1	5	4	2	4	5	2	4
13	5	2	5	5	4	2	4	4	2	2
14	2	5	5	2	2	4	5	1	2	2
15	5	4	4	5	4	5	1	2	5	2
16	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
17	2	4	1	5	5	5	4	5	5	5
18	4	5	4	2	5	2	1	2	2	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
20	4	2	5	5	5	5	5	2	4	5
21	2	5	5	5	4	2	5	2	2	5
22	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2
23	1	4	5	5	4	5	4	5	2	2
24	4	5	2	4	5	4	5	2	4	5
25	5	5	2	4	4	5	5	2	5	5
26	1	5	4	4	5	5	2	5	2	5
27	4	2	5	2	4	1	5	4	2	5
28	4	5	5	5	4	5	2	4	2	4
29	5	5	5	5	5	2	5	2	4	2
30	5	5	4	2	5	4	4	5	5	2
31	5	2	2	2	5	4	2	5	5	2
32	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
33	4	4	5	4	5	4	5	5	2	5
34	5	5	5	5	2	4	2	4	4	5
35	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5
36	4	2	2	2	1	4	2	2	5	4
37	5	4	5	4	2	4	5	1	4	4
38	5	5	4	2	2	5	4	5	4	5
39	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
40	2	1	5	4	5	4	5	4	5	5
41	2	2	1	2	2	5	1	1	2	4
42	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5
43	4	2	5	5	2	5	5	5	4	2
44	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5
45	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
46	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2
47	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
48	2	5	2	5	5	5	2	2	2	5
49	5	2	2	1	2	5	2	2	5	2
50	4	5	4	4	5	2	4	4	4	5
51	5	2	5	4	2	4	5	5	5	2
52	4	5	5	1	5	4	5	5	4	5
53	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
54	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
55	4	5	2	4	5	2	2	2	4	5
56	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
58	4	2	5	4	2	5	5	5	4	2

Bagi Hasil X2									
P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
5	2	5	5	2	5	2	5	4	5
2	5	4	5	5	4	4	2	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	2	2	5	2	1	1	5	2	5
5	4	5	5	4	5	2	5	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	2
1	5	1	5	5	1	2	4	5	4
5	2	4	4	2	4	5	5	2	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	2	5	4	2	5	5	2	2	4
2	2	5	5	2	5	5	2	2	5
2	2	5	4	2	5	4	2	2	5
4	4	2	4	4	2	1	4	4	2
5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	2	4	5	2	5	5	5	5
2	5	4	5	2	4	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	2	2	5	2	2	5	5	2
2	5	2	5	2	2	2	2	2	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	2	5	5	5	5	5	5
4	5	2	2	4	2	2	4	4	4
5	5	2	5	5	2	2	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
1	2	4	2	1	4	4	2	2	2
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
2	5	2	4	2	2	2	2	2	5
4	5	5	4	4	5	5	4	4	2
4	2	5	2	4	5	5	4	4	2
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
1	5	4	2	2	4	4	1	2	5
4	5	2	4	5	2	2	4	4	5
4	2	2	5	4	2	2	4	4	2
1	4	1	4	1	1	1	1	1	4
5	5	5	2	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	1	4	1	1	4	4	4	1	4
2	5	4	2	5	4	4	2	5	5
4	5	4	2	2	4	5	4	2	1
4	2	5	2	5	5	2	4	5	5
5	5	1	4	5	1	5	5	5	1
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
2	4	4	5	5	4	2	2	5	4
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
2	5	2	2	1	2	5	2	1	2
5	5	4	4	5	4	2	5	5	4
4	2	5	2	2	5	5	4	2	5
5	5	4	5	4	4	2	5	4	4
4	5	5	1	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	2	5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	1	5	1	1	5	4	1	1
4	4	2	4	4	2	4	4	4	2
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
4	5	1	5	2	1	2	4	2	1

Minat terhadap UMKM Y									
P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10
4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
2	1	5	2	2	5	2	2	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	2	4	5	5	4	2	5	4	4
1	1	5	2	1	4	4	2	5	5
2	5	4	2	2	4	5	4	5	4
5	1	2	5	5	2	2	4	4	2
2	4	4	2	2	4	4	5	5	4
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5
4	2	5	4	4	5	2	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	2	4	4
5	2	5	5	5	5	2	2	4	5
4	2	5	4	4	5	2	2	2	5
1	2	2	1	1	2	2	4	4	2
2	5	5	2	2	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	5	2
5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
2	4	2	2	2	2	4	5	2	2
2	2	4	2	2	4	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	1	5	5	4	2	5	1	2
2	4	2	2	2	2	4	4	2	2
2	5	5	2	2	5	5	5	5	5
5	5	2	5	5	2	5	5	2	2
4	4	5	4	4	5	4	1	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
2	2	5	4	5	5	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
2	5	4	2	2	4	5	4	4	4
4	5	1	4	4	2	5	5	1	1
4	5	2	4	4	2	5	4	2	2
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	2	5	5	5	5	2	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	4	2	2
4	1	4	4	4	4	1	4	4	4
2	5	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	1	4	1	1	4	4	1	1
5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
1	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	2	2	5	2	2	2	5	2	2
2	5	5	2	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
4	2	4	4	4	4	2	2	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	5	1	5	5	2	5	5	5
4	5	2	4	2	2	5	2	2	2
4	2	5	4	5	5	2	4	5	5
1	5	5	1	5	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	2	5	2	2	4	5	2	2
4	5	4	4	4	4	5	2	4	4
2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	2	5	4	5	5	4	5	5	5

Lampiran 3 Analisis Data

Validitas Pemasaran (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,474	0,2542	Valid
Item 2	0,397	0,2542	Valid
Item 3	0,388	0, 2542	Valid
Item 4	0,711	0, 2542	Valid
Item 5	0,454	0, 2542	Valid
Item 6	0,718	0, 2542	Valid
Item 7	0,418	0, 2542	Valid
Item 8	0,723	0, 2542	Valid
Item 9	0,429	0, 2542	Valid
Item 10	0,405	0, 2542	Valid

Validitas Bagi Hasil (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,665	0, 2542	Valid
Item 2	0,318	0, 2542	Valid
Item 3	0,665	0, 2542	Valid
Item 4	0,302	0, 2542	Valid
Item 5	0,753	0, 2542	Valid
Item 6	0,665	0, 2542	Valid
Item 7	0,421	0, 2542	Valid
Item 8	0,658	0, 2542	Valid
Item 9	0,760	0, 2542	Valid
Item 10	0,429	0, 2542	Valid

Validitas Minat terhadap UMKM (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,452	0, 2542	Valid
Item 2	0,494	0, 2542	Valid
Item 3	0,744	0, 2542	Valid
Item 4	0,497	0, 2542	Valid
Item 5	0,750	0, 2542	Valid

Item 6	0,774	0, 2542	Valid
Item 7	0,488	0, 2542	Valid
Item 8	0,321	0, 2542	Valid
Item 9	0,616	0, 2542	Valid
Item 10	0,732	0, 2542	Valid

Uji Reliabilitas Pemasaran (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	10

Uji Reliabilitas Bagi Hasil (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,739	11

Uji Reliabilitas Minat Terhadap UMKM (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	10

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,87371922
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,076
	Negative	-,099
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Hasil Uji Multikolinearitas

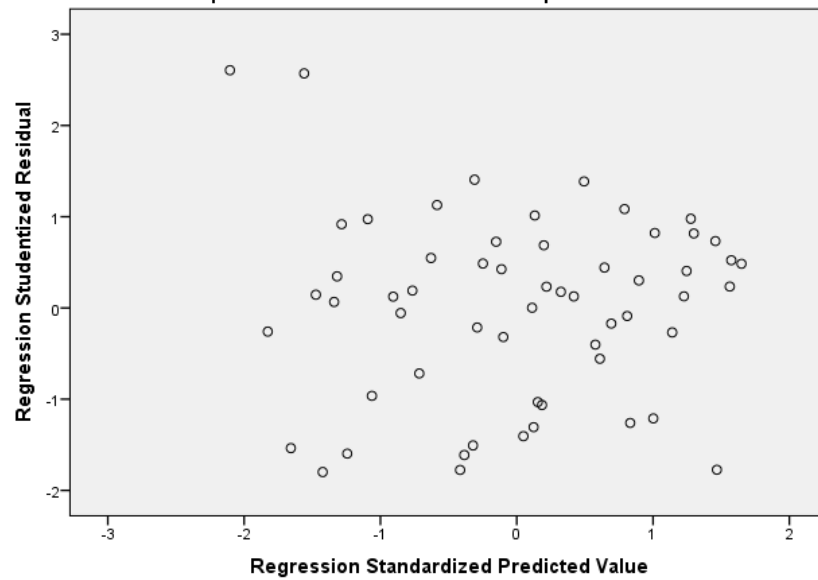
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,036	6,150		2,282	,026		
	Pemasaran X1	,436	,169	,351	2,580	,013	,756	1,322
	Bagi Hasil X2	,197	,139	,194	1,424	,160	,756	1,322

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Minat Terhadap UMKM Y



Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,036	6,150		2,282	,026		
	Pemasaran X1	,436	,169	,351	2,580	,013	,756	1,322
	Bagi Hasil X2	,197	,139	,194	1,424	,160	,756	1,322

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,036	6,150		2,282	,026		
	Pemasaran X1	,436	,169	,351	2,580	,013	,756	1,322
	Bagi Hasil X2	,197	,139	,194	1,424	,160	,756	1,322

Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797,087	2	398,544	8,139	,001 ^b
	Residual	2693,137	55	48,966		
	Total	3490,224	57			

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,478 ^a	,228	,200	6,998

DAFTAR PUSTAKA

- Darm, Hamid Adi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial* Bandung : Alfabeta, 2014
- Ikhsani, Nurul Nasution, *Pelaksanaan sistem bagi hasil terhadap timbulnya menggunakan akad mudharabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Mandiri*, Skripsi. Medan, Jurusan Perbankan Syariah Universitas Sumatera Utara, 2018.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2003
- Masitoh, *Analisa Komparatif Terhadap Prosedur Pengajuan Pembiayaan UKM pada BMT Tamzis dan Bank Syariah Mandiri* Skripsi. Jakarta: Falkutas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif edisi revisi 2*. Depok: PT Rajagrafindo, 2014
- Muri, A Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan* Jakarta: Kencana, 2017
- Nur, Sa'adah. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungara Semarang*, Skripsi. Semarang, Jurusan Ekonomi Islam, 2013
- Nuralamy, Setiawaty dan Farida Jafar, "Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Konsumen" *Jurnal Manajemen Trisakti* Vol 2 No 1, 2015,
- Putra, P Ivand C. *Prosedur Pemberian Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada PT. Pegadaian Cabang Singaraja*, dalam *Jurnal Akuntansi Profesi*, vol. III No.1, h. 163.
- Rahman, Abdul Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia, 2012

Sartika, Titik. *Ekonomi Skala Menengah dan Koperasi*. Jakarta : Ghalia Indonesai, 2004

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015

Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1999

Sri, Yati prawitasari. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing Studi Pada Dealer Honda Tunggun Sakti di Semarang*, Skripsi. Semarang, Jurusan Ekonomi, 2016

Usanti, Trisadi P dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2013

Umar Husein, *Strategi Management In Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menyalah-batal agar dibuktikan
Nomer dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

27 Rajab 1442 H
10 Maret 2021 M



Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nabila Aini
Npm : 1701270098
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumalatif : 3,54
Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Pendukung Keputusan Pemberian Pembiayaan UMKM Pada PT. BPRS Gebu Prima Medan	/	/	/
2	Analisis Teknik Pemasaran dan Daya Saing Terhadap Jumlah Nasabah di PT. BPRS Gebu Prima Medan	/	/	/
3	Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan di PT. BPRS Gebu Prima Medan	ACC 12/3/21	Novien Riady SB-M.M	ACC 12/3/21

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Nabila Aini

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag.M.A
Dosen Pembimbing : Novien Rialdy, SE, MM.

Nama Mahasiswa : Nabila Aini
Npm : 1701270098
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan pada PT BPRS Gebu Prima MEDAN

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
25 / 06 2021	Perhatikan penulisan Hasil uji dan pembahasan dipertegas dan dipertarab dengan data relevan. Hasil uji t dan uji f dengan perhitungan dan daftar tabel kesimpulan dan saran disesuaikan		
28 / 06 2021	Abstrak buat dalam dia bahasa kata pengantar Pembahasan uji t dan R2 kesimpulan dan saran disesuaikan Dengan huruf pembahasan, & disesuaikan.		

Medan, 01 Juli 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag.M.A

Pembimbing Skripsi

Novien Rialdy, SE, MM.



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag.M.A
Dosen Pembimbing : Novien Rialdy, SE, MM.

Nama Mahasiswa : Nabila Aini
Npm : 1701270098
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM
Melakukan Pembiayaan pada PT BPRS Gebu Prima MEDAN

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
30 / 06 / 2021	Perhatikan halaman pada Abstrak kata pengantar, daftar isi, Daftar tabel, dan daftar gambar Abstrak disesuaikan dengan hasil penelitian untuk uji t dan uji f		
01 / 07 / 2021	Acc Skripsi		

Medan, 01 Juli 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi

Dr. Muhammad Qorib, MA

Selamat Pohan, S.Ag.M.A

Novien Rialdy, SE, MM.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan, 20238 Telp. (061) 6622400, 7333162, Fax. (061) 6623474, 6631003

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 61/II.3/UMSU-01/F/2021
Lamp : -
Hal : Izin Riset

16 Ramadhan 1442 H
28 April 2021 M

Kepada Yth :
Pimpinan PT. BPRS Gebu Prima Medan
di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Nabila Aini
NPM : 1701270098
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan Di PT. BPRS Gebu Prima Medan

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,

Wakil Dekan I

Zailani, S.Pd.I, MA

CC. File



PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah
GEBU PRIMA



Jl. Bakti / Jl. A.R. Hakim No. 139 Telp. : (061) 7323190-7323191-7334806 (Hunting) Fax. (061) 7321706 Medan - 20217

Medan, 29 April 2021

Nomor : 19 /GEMA/IV/2021
Lampiran : -
Perihal : Surat Persetujuan Riset

Kepada

Yth. **Ketua Prodi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU)**

Di-

Tempat

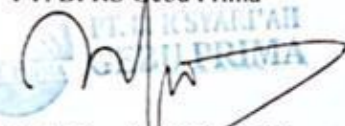
Dengan Hormat,

Bersamaan dengan ini, Kami PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima, perihal Permohonan Riset/penelitian, dengan ini disampaikan bahwa kami menyetujui pemohon dimaksud dengan keterangan sebagai berikut :

Nama : Nabila Aini
NPM : 1701270098
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran dan Bagi Hasil Terhadap Minat UMKM Melakukan Pembiayaan di PT BRPS Gebu Prima Medan

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan, atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

PT. BPRS Gebu Prima



Indri Pratiwi, SE., M.Si
Direktur Utama

Tembusan :

-File

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nabila Aini
T/T.Lahir : Indra Pura, 31 Desember 2021
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
No Telpon : 082272124811
Email : nabilaaini3112@gmail.com
Alamat : Jl. Bambu no 40

Pendidikan :

1. Tahun 2005-2010 : Lulus SDN 355 Batahan IV
2. Tahun 2010-2013 : Lulus SMPN 02 Banjar Aur
3. Tahun 2013-2016 : Lulus SMAN 01 Batahan
4. Tahun 2017-2021 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini Saya Perbuat Dengan Sebenar-benarnya.

Medan, 01 Juli 2021

Hormat Saya



NABILA AINI
NPM:1701270098