

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM  
MENGUNAKAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO  
SYARIAH  
( Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di  
Pasar Tradisional Sukaramai Medan )**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Perbankan Syariah*

Oleh :

**NADIA NURUL RAMADANI**  
NPM : 1501270129



**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**



Unggul Berkeadilan & Terpercaya

Sila mengawab surat ini agar disertakan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nadia Nurul Ramadani  
 Npm : 1501270129  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)  
 Ketua Program Studi : Selamat Pohan S.Ag, MA  
 Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM  
 Judul Skripsi : **Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
8/3/19	Perbaiki Sesuai Arahan - Hasil Penelitian - Pembahasan - Pengolahan Data		
11/3/19	Perbaiki Sesuai Arahan - Metodel pebaiki - Daftar Pustaka		
12/3/19	Perbaiki Sesuai Arahan - Pengolahan Data		
13/3/19	- Regresi - Analisis Data - kesimpulan dan Saran Acc Proses lanjut		

Medan, 13 Maret 2019

Diketahui/ Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

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

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*

Dilarang menyalin surat ini agar dibetulkan Nomor dan tanggalnya

**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** : Nadia Nurul Ramadani  
**Npm** : 1501270129  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)

Medan, 13 Maret 2019

Pembimbing Skripsi

Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM

Disetujui Oleh:

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Diketahui/ Disetujui  
 Dekan  
 Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
 Ketua Program  
 Studi Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S. Ag, M





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

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

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

*Unggul Cerdas & Terpercaya*

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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh:

**Nama Mahasiswa** : Nadia Nurul Ramadani

**Npm** : 1501270129

**Program Studi** : Perbankan Syariah

**Judul Skripsi** : Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 13 Maret 2019

**Pembimbing Skripsi**

**Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM**

**Diketahui/ Disetujui Oleh:**

**Dekan  
Fakultas Agama Islam**

**Ketua Program  
Studi Perbankan Syariah**

**Dr. Muhammad Qorib, MA**

**Selamat Pohan, S. Ag, MA**

**UMSU**

*Unggul | Cerdas | Terpercaya*

Medan, 13 Maret 2019

Nomor : Istimewa  
Lampiran : 3 (tiga) eksemplar  
Hal : Skripsi a.n. Nadia Nurul Ramadani  
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU  
Di-

Medan

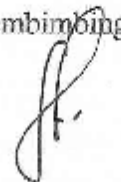
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n Nadia Nurul Ramadani yang berjudul: Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan). Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing



Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM  
MENGUNAKAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO  
SYARIAH  
( Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di  
Pasar Tradisional Sukaramai Medan )**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**NADIA NURUL RAMADANI**

**NPM: 1501270129**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing**

**Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM**

**Unggul | Cerdas | Terpercaya**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**



**PERSETUJUAN**

**Skripsi Berjudul**

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM  
MENGUNAKAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO  
SYARIAH  
( Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di  
Pasar Tradisional Sukaramai Medan )**

Oleh:


NADIA NURUL RAMADANI

NPM: 1501270129

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 14 Maret 2019

Pembimbing

  
Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM.

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

## *PERSEMBAHAN*

*Karya Ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku*

*Ayahanda Syafri*

*Ibunda Azmiati*

*Yang tak pernah lekang memberikan do'a kesuksesan &*

*Keberhasilan bagi diriku*

*Motto :*

*Dirimu harus lebih besar dari  
masalahmu*

*Keberanianmu harus lebih besar dari  
ketakutanmu*



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadia Nurul Ramadani

NPM : 1501270129

Jenjang Pendidikan : Strata satu (S1)

Program Studi : Pcrbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)** Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiatisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 13 Maret 2019

Yang Menyatakan



**Nadia Nurul Ramadani**

**NPM: 1501270129**

**BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI**



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

**NAMA MAHASISWA** : Nadia Nurul Ramadani

**NPM** : 1501270129

**PROGRAM STUDI** : Perbankan Syariah

**HARI, TANGGAL** : Selasa, 19 Maret 2019

**WAKTU** : 08.00 s.d selesai

**TIM PENGUJI**

**PENGUJI I** : Dr. Maya Sari, SE, Ak, M.Si

**PENGUJI II** : Sri Fitri Wahyuni, SE, MM

**PANITIA PENGUJI**

**Ketua**

Dr. Muhammad Qorib, MA

**Sekretaris**

Zailani, S.PdI, MA

## **ABSTRAK**

***Nadia Nurul Ramadani, 1501270129. Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan). Pembimbing Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM.***

*Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah baik secara parsial maupun simultan.*

*Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode Total Sampling dalam metode pengumpulan data dan model dengan regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar tradisional Sukaramai Medan yang menjadi anggota/nasabah BMT EL Munawar, dengan jumlah sampel 35 orang pedagang.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Faktor eksternal berpengaruh positif terhadap terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Secara simultan faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh positif terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah sebesar 57,6% sedangkan sisanya 42,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam variabel faktor internal dan faktor eksternal.*

*Kata kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Keputusan Pedagang.*



## **ABSTRACT**

***Nadia Nurul Ramadani, 1501270129. Determinants of Traders' Decisions Using Islamic Microfinance Institutions (A Case Study of Traders of BMT Members EL Munawar at the Sukaramai Traditional Market in Medan). Advisor Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM.***

*The purpose of this study is to find out how the influence of internal factors and external factors on traders' decision makers in using Islamic microfinance institutions both partially and simultaneously.*

*This type of research is quantitative research using the Total Sampling method in data collection methods and models with multiple linear regression. The population in this study were all traditional Sukaramai Medan market traders who were members / customers of BMT EL Munawar, with a sample of 35 traders.*

*The results of the study show that internal factors partially do not have a positive effect on traders' decision makers in using Islamic Microfinance Institutions. External factors have a positive effect on traders' decision makers in using Islamic Microfinance Institutions. Simultaneously internal factors and external factors have a positive effect on traders' decision makers in using Sharia Microfinance Institutions as much as 57.6% while the remaining 42.4% are influenced by other variables which are not found in internal factors and external factors.*

*Keywords: Internal Factors, External Factors, Merchant Decisions.*

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT pemilik langit dan bumi, sang Maha Penguasa Ilmu Pengetahuan, yang telah memberikan pertolongan, rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL-Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)”.

Shalawat serta salam semoga disampaikan Allah kepada Nabi Muhammad SAW kekasih Allah sang pembawa risallah Uswatun Khasanah beserta keluarga dan para sahabatnya, yang telah mengajarkan nikmatnya Iman dan nikmatnya Islam dari zaman kegelapan hingga ke zaman yang penuh keberkahan seperti sekarang ini.

Pada kesempatan ini, secara lebih khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta Ayahanda Syafri dan Ibunda Azmiati yang selalu memberikan dukungan moral dan materi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kegiatan penelitian skripsi.
2. Bapak 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 Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan pengarahan dalam menyusun skripsi.
9. Seluruh staf Dosen Pengajar Fakultas Agama Islam khususnya pada Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa belajar dan seluruh staf Biro Administrasi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan penulis kemudahan dalam segala urusan terkait akademik.
10. Bapak H. Achmad Munawar Siregar selaku Direktur Utama BMT EL Munawar Medan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan penelitian skripsi.
11. Bapak Mirza Siregar, SE selaku *Manager Area* dan Ibu Nurchairia Simatupang, S. Kom selaku *General Affair/ HRD* yang telah memberikan arahan serta nasihat untuk penulis selama melangsungkan kegiatan penelitian skripsi di BMT EL Munawar Medan.
12. Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah terkhusus kelas B2 sore yang sekarang juga berjuang bersama dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya Robbal Alamin.

Medan,     Maret 2019

**Nadia Nurul Ramadani**  
**1501270129**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penelitian .....	4
F. Manfaat Penelitian .....	4
G. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORETIS</b> .....	<b>7</b>
A. Kajian Teori .....	7
1. Keputusan Pedagang .....	7
a. Pengertian Pengambilan Keputusan .....	7
b. Tahap- tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	7
c. Tipe-tipe Pengambilan Keputusan .....	10
d. Kriteria Etika Dalam Pengambilan Keputusan .....	11
e. Faktor-faktor Pengambilan Keputusan .....	12
2. Konseptual Lembaga Keuangan Mikro Syariah .....	14
a. Pengertian Lembaga Keuangan Mikro Syariah .....	14
b. Prinsip-prinsip Operasional Lembaga Keuangan Mikro Syariah .....	16
B. Penelitian yang Relevan .....	19
C. Kerangka Berfikir .....	22
D. Hipotesis .....	24

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Metodologi Penelitian .....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
1. Tempat Penelitian .....	27
2. Waktu Penelitian .....	27
C. Populasi dan Sampel .....	27
1. Populasi .....	27
2. Sampel .....	28
D. Sumber data .....	28
E. Variabel Penelitian .....	28
F. Definisi Operasional variabel .....	29
G. Teknik Pengumpulan Data .....	31
1. Wawancara .....	31
2. Angket (Kuisioner) .....	31
3. Dokumentasi .....	31
H. Instrumen Penelitian .....	32
I. Teknik Analisis Data .....	34
1. Uji Validasi .....	34
2. Uji Reabilitas .....	35
3. Uji Asumsi Klasik .....	35
a. Uji Normalitas .....	35
b. Uji Multikolinieritas .....	36
c. Uji Heteroskedastisitas .....	36
4. Metode Analisis Data .....	37
5. Model Regresi .....	37
6. Uji Hipotesis .....	38
a. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	38
b. Uji F .....	38
c. Uji T .....	39

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum BMT EL Munawar Medan .....	36
1. Sejarah dan Kegiatan Operasional Perusahaan .....	36
2. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas .....	44
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	50
C. Penyajian Data .....	54
D. Analisis Data .....	60
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	60
2. Uji Asumsi Klasik .....	62
3. Regresi Linear Berganda .....	66
4. Uji Hipotesis .....	67
E. Interpretasi Hasil Analisis Data .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pembelian .....	8
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir .....	22
Gmabar 4.1 Logo BMT EL Munawar Medan .....	37
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BMT EL Munawar Medan .....	45
Gambar 4.3 Uji Normalitas .....	62
Gambar 4.4 Grafik Histrogram .....	63
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas .....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	22
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	27
Tabel 3.2 Skala Likert .....	32
Tabel 3.3 Indikator Instrumen Faktor Internal Keputusan Pedagang ( $X_1$ ) .....	33
Tabel 3.4 Indikator Instrumen Faktor Eksternal Keputusan Pedagang ( $X_2$ ) ..	33
Tabel 3.5 Indikator Instrumen Keputusan Pedagang dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Y) .....	33
Tabel 4.1 Bagi Hasil .....	41
Tabel 4.2 Angsuran Harian .....	42
Tabel 4.3 Angsuran Mingguan .....	43
Tabel 4.4 Angsuran Bulanan .....	43
Tabel 4.5 Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.6 Usia .....	51
Tabel 4.7 Pendidikan .....	51
Tabel 4.8 Pendapatan .....	52
Tabel 4.9 Lama Menjadi nasabah .....	53
Tabel 4.10 Skor Angket Variabel $X_1$ (Faktor Internal) .....	54
Tabel 4.11 Skor Angket Variabel $X_2$ (Faktor Eksternal) .....	56
Tabel 4.12 Skor Angket Variabel Y (Keputusan Pedagang) .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.15 Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji t .....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	69
Tabel 4.20 Uji Determinan .....	69

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan mikro dalam satu dasawarsa telah menjadi suatu wacana global yang diyakini banyak pihak akan menjadi metode untuk mengatasi kemiskinan. Munculnya banyak lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, termasuk di dalamnya lembaga keuangan mikro syariah yang lebih menarik anggota terutama mereka yang memiliki usaha menengah kebawah. Ini bisa menjadi bukti awal diterimanya dengan baik sistem ekonomi berdasarkan syariah ditengah masyarakat.

Untuk mengatasi operasionalisasi daerah dan menjangkau usaha masyarakat kecil menengah, memunculkan usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro syariah, seperti BMT (Baitul Mal wat Tamwil).<sup>1</sup> Baitul Mal wat Tamwil merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang diharapkan mampu menjangkau masyarakat yang berada di lapisan bawah. Sejak awal berdirinya, BMT dirancang sebagai lembaga ekonomi. BMT terbentuk sebagai lembaga dengan model sederhana yang mampu berfungsi sebagai jantung kegiatan ekonomi umat pada lapisan bawah. BMT berupaya membantu pengembangan usaha mikro dan usaha kecil, terutama bantuan permodalan. Perkembangannya semakin baik yang disebabkan karena lembaga keuangan mikro syariah lebih mandiri dan mengakar kepada masyarakat. Selain itu, sistem prosedur simpanan yang sederhana dan pembiayaan yang murah serta jangkauan pelayanan yang luas ini menjadikan nilai tambah bagi lembaga keuangan mikro syariah. Keberadaan BMT masih cukup strategis mengingat BMT mempunyai akses dalam menjangkau masyarakat level bawah, sehingga bisa menjadi stimulator bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Heri Sudarsono, *Lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, edisi ke 2 (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 97.

<sup>2</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 82.

BMT EL Munawar adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang pendiriannya dibantu dan dinaungi oleh Bank Muamalat, PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) dan masyarakat yang bertujuan untuk pemberdayaan usaha mikro serta sosialisasi dan implementasi ekonomi syariah di Sumatera Utara khususnya dan Indonesia pada umumnya. BMT menjalankan fungsinya sebagai Lembaga Keuangan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan khususnya pembiayaan usaha yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (bagi hasil). Hal ini ditandai dengan mulainya kegiatan pembiayaan pada pedagang-pedagang kecil yang ada di pasar tradisional Sukaramai Medan.

Menurut Imam Hanafi, ada beberapa kategori yang dapat menarik seorang anggota untuk mau menggunakan jasa pada lembaga keuangan mikro syariah.<sup>3</sup> Salah satunya adalah faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pola pikir konsumen karena dorongan dari berbagai situasi dan kondisi yang ada di sekitar. Selain itu, sedangkan dari dalam diri konsumen dapat dipengaruhi oleh dorongan faktor internal.<sup>4</sup> Seperti pada motivasi, persepsi, sikap, dan kepribadian.

Anggota BMT El Munawar disini adalah pedagang yang memiliki usaha mikro. Maka memberikan informasi yang jelas serta pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk lembaga keuangan mikro syariah. Pedagang biasanya menggunakan produk dari BMT El Munawar seperti simpanan dan pembiayaan.

Dalam rangka memberdayakan para pedagang kecil dan menengah agar perannya dalam segala kegiatan ekonomi dapat meningkat dan memperluas pangsa pasar dalam produksi, distribusi nasional serta memperkuat daya saingnya, BMT direncanakan sebagai gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan sampai bawah. Antusias masyarakat akan lembaga keuangan mikro syariah sangat besar, terbukti BMT telah

---

<sup>3</sup> Imam Hanafi, Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta (*Skripsi*, Program Studi Keuangan Islam, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2007), h. 46.

<sup>4</sup> Basu Swasta Dharmmesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPF, 2000), h. 17.

banyak berdiri di berbagai wilayah Indonesia. Sehingga BMT semakin diminati masyarakat dan semakin banyaknya pemikir ekonomi syariah di Indonesia yang terus memperjuangkan kemajuan lembaga keuangan berdasarkan syariah Islam.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah”** (Studi Kasus pada Pedagang Anggota BMT El Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Belum semua pedagang memberikan kepercayaannya untuk menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
2. BMT masih belum cukup memberikan penjelasan terhadap produk yang ditawarkan seperti simpanan dan pembiayaan.
3. Riba dan sistem bagi hasil dianggap tidak ada bedanya menurut masyarakat.
4. Masyarakat khususnya pedagang pasar tradisional menganggap bahwa sistem pencairan dana lembaga keuangan mikro syariah sangat lambat dan sulit dibandingkan dengan lembaga keuangan non-syariah mudah dan cepat.

## **C. Batasan Masalah**

Ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang berkaitan dengan faktor penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

#### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor internal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah?
2. Bagaimana pengaruh faktor eksternal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah?
3. Bagaimana pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh faktor internal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
- c. Untuk mengetahui bagaimana faktor internal dan eksternal terhadap penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang faktor penentu keputusan dalam memilih lembaga keuangan mikro syariah yang akan digunakan.



b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti (mahasiswa) yang akan meneliti tentang faktor penentu keputusan dengan variabel lain.

c. Bagi Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja pada pihak lembaga keuangan mikro syariah terkait dengan analisis target nasabah yang akan menggunakan lembaga keuangannya untuk meningkatkan eksistensi lembaga tersebut.

### **G. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar, sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, yang setiap babnya memiliki sub pembahasan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan pendahuluan yang memperkenalkan secara metodologis penelitian ini, yakni terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah penelitian, batasan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORETIS**

Yakni berisi landasan teori yang sesuai dengan pembahasan yang akan dibahas yaitu kajian teori, memuat penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berfikir dan kemudian hipotesis.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini yakni berisi tentang metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematika kemudian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

**BAB V PENUTUP**

Pada bab ini inti hasil dalam penelitian dari semua kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini dijelaskan secara ringkas.

**DAFTAR PUSTAKA**

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORETIS**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Keputusan Pedagang**

###### **a. Pengertian Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Proses tersebut meliputi penganalisaan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian dan seleksi terhadap alternatif yang ada, keputusan untuk memilih, dan perilaku setelah pemilihan.<sup>1</sup>

Pada hakekatnya, pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakekat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.<sup>2</sup>

Berdasarkan dari pernyataan diatas secara garis besar pengambilan keputusan memiliki beberapa tahap seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Untuk memahami lima tahap tersebut maka akan diuraikan sebagai berikut :

###### **b. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan**

Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. Pemasar harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya keputusan pembelian.<sup>3</sup>

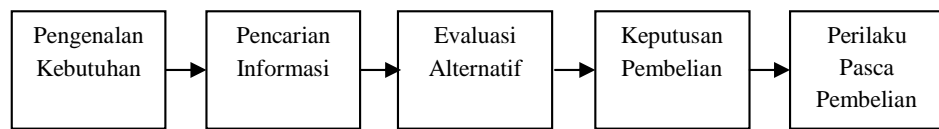
Berikut ini menggambarkan proses pengambilan keputusan nasabah :

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 83

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid Satu* (Jakarta : Erlangga, 2008), h. 267

<sup>3</sup> *Ibid* , h. 179



Gambar 2.1 (Sumber: Philip Kotler, 2008 : 179)  
Tahap-tahap proses pembelian

Gambar 2.1 memperlihatkan bahwa konsumen melewati seluruh lima tahap itu untuk semua pembelian yang dilakukannya. Tetapi dalam pembelian yang lebih rutin konsumen sering menghilangkan atau membalik urutan tahap ini. Meskipun demikian, kita menggunakan model gambar itu memperlihatkan semua pertimbangan yang timbul ketika seseorang konsumen menghadapi situasi pembelian yang baru dan kompleks.

#### 1) Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan merupakan pembeli menyadari suatu kebutuhan dan masalah. Kebutuhan dapat dipicu dengan rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang (ekonomi) timbul pada saat tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga bisa dipicu oleh rangsangan eksternal (iklan dan diskusi dengan teman). Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkannya, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu ini.<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengenalan kebutuhan proses pembelian dapat dipengaruhi oleh rangsangan internal dan rangsangan eksternal. Maka, pemasar harus meneliti untuk mengetahui jenis kebutuhan konsumen agar mengarah pada produk yang dipasarkan.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 179-180

## 2) Pencarian informasi

Konsumen yang tertarik mungkin mencari informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, konsumen akan membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk jika jenis produk yang ada dapat memenuhi kebutuhan.

## 3) Evaluasi alternatif

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.<sup>6</sup> Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah berdasarkan sumber informasi yang didapat.

## 4) Keputusan pembelian

Pada umumnya keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai atau keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli, tetapi ada dua faktor bisa berada antara niat pembeli ( sikap orang lain) dan keputusan pembelian ( faktor situasi yang tidak diharapkan seperti harga, pendapatan, dan manfaat produk yang diharapkan ).<sup>7</sup>

## 5) Perilaku pascapembelian

Pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk telah dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas dan tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yaitu tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan. Jawabnya terletak pada hubungan antara ekspektasi

---

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 180

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 180

<sup>7</sup> *Ibid*,h. 181

konsumen dan kinerja anggapan produk. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa, jika produk memenuhi ekspektasi konsumen, konsumen puas, jika produk melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas.

**c. Tipe-tipe Pengambilan Keputusan**

Para peneliti dalam bidang pengambilan keputusan telah mengembangkan beberapa klasifikasi tipe keputusan. Simon membedakan dua tipe keputusan :

- 1) Keputusan terprogram, jika bersifat berulang, rutin, dan memiliki prosedur penanganan yang baku.
- 2) Keputusan tidak terprogram, ketika benar-benar baru dan belum terstruktur. Tidak ada prosedur yang pasti dalam menangani masalah tersebut, baik karena belum pernah ditemukan situasi yang sama sebelumnya, atau karena bersifat sangat kompleks atau sangat penting.<sup>8</sup>

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa tipe keputusan memiliki sifat yang terprogram dan tidak terprogram, yaitu yang memiliki prosedur penanganan yang baku dan benar-benar terstruktur.

- 3) Keputusan-keputusan dengan kepastian, resiko, dan ketidakpastian. Para manajer membuat keputusan sekarang adalah bagi kegiatan yang akan dilaksanakan dan tujuan yang akan dicapai di waktu yang akan datang. Situasi-situasi pembuatan keputusan ini menyangkut berbagai aspek yang tidak dapat diketahui dan sulit diperkirakan, seperti reaksi pesaing tertentu, atau tingkat inflasi tiga tahun mendatang. Tingkat ketidakpastian dalam berbagai situasi akan

---

<sup>8</sup> John M. Ivancevich, Robert Konopaske,dkk, *Perilaku dan Manajemen Organisasi* ( Penerbit Erlangga, 2006), h. 159



berbeda-beda oleh karena itu, manajer akan menghadapi tiga macam situasi: kepastian, resiko, dan ketidakpastian.<sup>9</sup>

#### d. Kriteria Etika Dalam Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dalam organisasi dapat menggunakan beberapa kriteria pengambilan keputusan beretika atas paham manfaat (*utilitarianism*), fokus atas hak (*rights*), berdasarkan atas keadilan (i), fokus terhadap pemenuhan kewajiban (*obligations*), dan atas pandangan efek reputasi (*reputation effect*).<sup>10</sup>

##### 1) Paham manfaat

Kriteria yang pertama berdasarkan semata-mata atas hasil atau konsekuensi dari sebuah keputusan. Paham manfaat ini menunjukkan bahwa suatu keputusan dibuat untuk menghasilkan kebaikan/manfaat.<sup>11</sup>

##### 2) Fokus pemenuhan hak

Pengambilan keputusan yang berlandaskan atas etika menurut pandangan ini menandakan bahwa proses pengambilan keputusan, sebuah keputusan, harus memberikan tempat bagi penghargaan dan perlindungan (*respecting and protecting*) atas hak mendasar individu. Dimana hak-hak tersebut dapat berupa hak atas kebebasan pribadi, kemerdekaan untuk mengemukakan pendapat, dan hak untuk mendapatkan perlakuan dan lingkungan kerja yang layak.

##### 3) Berdasarkan pertimbangan keadilan

Proses pengambilan keputusan yang berlangsung di organisasi dilakukan dengan menekankan pada pentingnya penerapan aturan main yang jelas, adil, dan tidak memihak satu pihak tertentu. Menurut pandangan ini etika dalam pengambilan keputusan merupakan kasus penentuan posisi yang tepat mengenai bagaimana sebuah keputusan akan menghasilkan keseimbangan distribusi

---

<sup>9</sup> Ikhwani Gusri Mayanti, 2015, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Ekonomi Islam Tahun Angkatan 2014 Fakultas FEBI Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

<sup>10</sup> Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 141.

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 141.

manfaat/keuntungan dan juga biaya dan juga resiko, secara merata diseluruh organisasi.

4) Fokus pemenuhan kewajiban

Organisasi didirikan untuk memenuhi dua tujuan; pencapaian tujuan pribadi dan tujuan sosial/umum. Pandangan kedua menghasilkan konsep *social/corporate responsibility*. Organisasi yang efektif dapat dipastikan memiliki kemampuan tinggi dalam menyeimbangkan pencapaian dua tujuan. Tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat sesungguhnya sama besar nilainya dengan tanggung jawab mereka terhadap pemilik organisasi.

5) Pandangan terhadap efek reputasi

Salah satu pengaruh penting penerapan pertimbangan etika dalam pengambilan keputusan adalah untuk meraih efek reputasi organisasi. Kriteria ini tidak terlalu jauh berbeda dengan kriteria pemenuhan hak, keadilan, dan tanggung jawab sosial.<sup>12</sup>

**e. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan**

Masalah pengambilan keputusan terletak dari pengaturan tentang bagaimana tujuan yang hendak kita capai itu terwujud, dengan melalui dukungan informasi, data yang terolah secara akurat. Pengambilan keputusan menandakan kondisi dimana terdapat tujuan ( visi dan misi) yang hendak dicapai, tindakan manusia untuk mencapainya, sejumlah hambatan, kelangkaan, ketidakpastian, dan resiko, serta terdapatnya sejumlah peristiwa lain hasil tindakan pelaku lainnya, seperti konjungsi kegiatan ekonomi. Faktor tujuan dan tindakan serta kelangkaan dapat dimasukkan dalam faktor-faktor internal dari pengambilan keputusan. Sedangkan faktor lainnya dikategorikan sebagai faktor eksternal yang berasal dari lingkungan.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> *Ibid*, h 144.

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 24.

- 1) Faktor individual (internal)
  - a) Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.<sup>14</sup>
  - b) Sikap didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh, intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap. Pencarian informasi dan evaluasi yang luas atas berbagai kemungkinan akan menghasilkan pembentukan suatu sikap terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.
  - c) Kepribadian diartikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi suatu produk.<sup>15</sup>
  - d) Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen bertindak. Indikator motivasi terdiri atas intrinsik (dari dalam) didefinisikan sebagai tenaga pendorong konsumen yang berasal dari diri konsumen.<sup>16</sup>
- 2) Faktor lingkungan (eksternal)
  - a) Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan institusi utama lainnya, setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang

---

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga,2008).h. 179.

<sup>15</sup> *Ibid*, h.174.

<sup>16</sup> Rifaatul Mahmudah, Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Lima-Lima Benowo Surabaya Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang.

dipelajari yang mampu mengarahkan perilaku konsumen para masyarakat tertentu.<sup>17</sup>

- b) Sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Status sosial menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.<sup>18</sup>
- c) Demografi, karakteristik demografi seperti usia, pendapatan dan pendidikan juga membedakan bagaimana seseorang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen.<sup>19</sup>

## 2. Konseptual Lembaga Keuangan Syariah

### a. Pengertian Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan lembaga usaha dapat berupa menghimpun dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema atau melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana sekaligus, dimana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa. Sesuai dengan sistem yang ada, maka dalam operasionalnya lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah.<sup>20</sup>

Lembaga keuangan mikro syariah adalah lembaga keuangan yang menyalurkan uang kepada masyarakat dengan menepati hukum yang ada dalam islam yaitu menghindari riba pada proses transaksinya sehingga dengan adanya lembaga keuangan mikro syariah ini sangat membantu khususnya bagi kaum muslim agar terhindar dari bunga. Lembaga keuangan mikro syariah hanya melakukan kegiatan dalam bentuk

---

<sup>17</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga,2008).h. 166.

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 170.

<sup>19</sup> *Ibid*, h. 236.

<sup>20</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet. 1 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), h. 52-53.

pembiayaan, bukan simpanan. Lembaga keuangan mikro syariah dalam menjalankan usahanya harus merujuk kepada fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Disamping itu, lembaga keuangan mikro syariah juga wajib membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas memberi nasihat dan saran kepada direksi atau pengurus, dan mengawasi kegiatan lembaga keuangan mikro sesuai dengan prinsip syariah yang terdapat dalam Pasal 12 dan 13 Undang-Undang Lembaga Keuangan Mikro.<sup>21</sup>

Baitul Mal wat Tamwil merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang diharapkan mampu menjangkau masyarakat yang berada di lapisan bawah. BMT berupaya membantu pengembangan usaha mikro dan usaha kecil, terutama bantuan permodalan. Perkembangannya semakin baik yang disebabkan karena lembaga keuangan mikro syariah lebih mandiri dan mengakar kepada masyarakat. Selain itu, sistem prosedur simpanan yang sederhana dan pembiayaan yang murah serta jangkauan pelayanan yang luas ini menjadikan nilai tambah bagi lembaga keuangan mikro syariah. Keberadaan BMT masih cukup strategis mengingat BMT mempunyai akses dalam menjangkau masyarakat level bawah, sehingga bisa menjadi stimulator bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.<sup>22</sup>

Dalam rangka pencapaian tujuan di atas BMT juga mempunyai fungsi untuk:<sup>23</sup>

- 1) Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggotanya.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia anggotanya menjadi lebih profesional sehingga usaha dan asset usahanya semakin berkembang.

---

<sup>21</sup> Abdul Rasyid, Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia, (On-line), tersedia di: <http://business-law.binus.ac.id/2017/03/31/sekilas-tentang-lembaga-keuangan-mikro-syariah-di-indonesia/>, pukul 23.43, 12 Januari 2019.

<sup>22</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 82.

<sup>23</sup> M. Amin Aziz, *Peraturan Dasar dan Contoh AD/ART, BTM, PINBUK* (Jakarta, 2001), h. 722.

- 3) Menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

#### b. Prinsip-Prinsip Operasional Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis terkait.<sup>24</sup>

Prinsip utama yang di anut oleh lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah sebagai berikut:

- 1) Bebas *Maysir* (spekulasi). Secara bahasa maknanya judi dan secara umum maknanya adalah mengundi nasib dan setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan (spekulasi). Kata *maysir* dan derivasinya berulang sebanyak 44 kali dalam Al-Quran sedangkan kata *maysir* sendiri ditemukan pada QS. Al-Baqarah ayat 219 yang berbunyi:

﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ ۖ  
وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِنَّهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ ۗ  
قُلِ الْعَفْوَ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ۚ ۲۱۹﴾

Artinya: Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.

- 2) *Gharar* secara bahasa berarti menipu, memperdaya, ketidakpastian. *Gharar* adalah sesuatu yang memperdayakan manusia di dalam bentuk harta, kemegahan, jabatan, *syahwat*, dan lainnya.<sup>25</sup> Dalam Al-Quran kata *gharar* dan derivasinya disebut 27 kali dalam QS. Ali Imran ayat 185 yang berbunyi:

<sup>24</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit*, h. 35.

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 37.



... وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَّعُ الْعُرُورِ ۝ ١٨٥

Artinya: “...Kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan”.

Sabda Rasulullah SAW, “Janganlah kalian membeli ikan di air, karena itu gharar.” (H.R. Muttafaqun ‘alaih).<sup>26</sup>

- 3) Haram secara bahasa berarti larangan dan penegasan. Larangan bisa timbul karena beberapa kemungkinan, yaitu dilarang oleh Tuhan dan bisa juga karena adanya pertimbangan akal.<sup>27</sup> Kata haram dengan segala pecahannya disebutkan sebanyak 83 kali dalam Al-Quran antara lain QS. Al-Baqarah ayat 173 yang berbunyi:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ  
 اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ  
 غَفُورٌ رَحِيمٌ ۝ ١٧٣

Artinya: “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Haram juga menurut ayat ini daging yang berasal dari sembelihan yang menyebut nama Allah tetapi disebut pula nama selain Allah”.

Sabda Rasulullah SAW, “Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli minuman keras, bangkai, babi, dan berhala.” (H.R. Muttafaqun ‘alaih).<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Lukman Hakim. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), h. 115.

<sup>27</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit*, h. 38.

<sup>28</sup> Lukman Hakim. *Op.Cit*, h. 114.

- 4) Riba secara bahasa berarti bertambah dan tumbuh.<sup>29</sup> Kata riba dengan berbagai bentuknya disebutkan sebanyak 20 kali dalam Al-Quran QS. Al-Imran ayat 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ط  
وَأَتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ١٣٠

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Yang dimaksud Riba di sini ialah *Riba nasi'ah*. Menurut sebagian besar ulama bahwa *Riba nasi'ah* itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam: *nasiah* dan *fadhl*. *Riba nasiah* ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. *Riba fadhl* ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini *Riba nasiah* yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliah.

Diriwayatkan dari Jabir ia berkata: *Rasulullah SAW, melaknat orang yang memakan riba, orang yang memakannya, penulisnya, dan saksi-saksinya, Rasulullah melanjutkan, mereka itu sama dosanya.*<sup>30</sup>

- 5) Batil secara bahasa berarti batal, tidak sah dalam aktivitas jual beli.<sup>31</sup> Allah menegaskan manusia dilarang mengambil barang dengan cara yang batil sebagaimana tersebut dalam QS. Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

<sup>29</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit.*, h. 38.

<sup>30</sup> Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah*, Cet I (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), h. 242.

<sup>31</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit.*, h. 38.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا  
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”.

“Dari Abu Hurairah, sesungguhnya Rasulullah SAW. melarang jual beli dengan lemparan dan jual beli yang mengandung tipuan.”<sup>32</sup>

## B. Penelitian yang Relevan

Berdasarkan peninjauan pustaka mengenai penelitian yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya, penulis menemukan beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan tentang analisis faktor penentu keputusan pedagang dalam penggunaan lembaga keuangan mikro syariah. Walaupun tidak sepenuhnya sama dengan judul skripsi yang penulis akan bahas namun peninjauan dari beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya itu akan menambah dan memperkuat isi dari judul. Secara umum penelitian ini memiliki judul yang mendekati dengan penelitian sebelumnya yaitu:

**Tabel 2.2**

### Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Skripsi Chitra Dwiratih Aviza (2014)	Faktor-faktor yang mempengaruhi mitra dalam memilih menggunakan	Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dengan indikator teman, pengaruh keluarga,

<sup>32</sup> Rozalinda. *Op.Cit*, h. 73.

		produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok.	faktor produk, faktor kebutuhan dan faktor pelayanan.
2	Skripsi Herdi Jayakusumah (2011)	Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian teh celup sariwangi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor psikologis, sosial, produk, harga, dan promosi.
3	Muhammad Syaifudin (2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan.	Hasil penelitian ini adalah, dari ketiga faktor yang peneliti uji, semuanya menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, dan faktor kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa pegadaian syariah kabupaten Grobogan. <sup>33</sup>
4	Dian Puspita Rini (2013)	Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi pada	Hasil penelitian menunjukkan Faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza. <sup>34</sup>

<sup>33</sup> Muhamad Syaifudin, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan, (*Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 2, 2016, 284-299 P-ISSN: 2355-0228, E-ISSN: 2502-8316, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), Jawa Tengah, Kudus).

<sup>34</sup> Dian Puspita Rini, Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.

		Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta).	
5	Ririn Tri Ratnasari (2015)	Faktor Nasabah Memilih BMT Mandiri Sejahtera Gresik.	Hasil dari penelitian ini adalah, faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih BMT Mandiri Sejahtera Gresik Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dari semua faktor yang terbentuk dari keputusan konsumen secara tidak disadari selalu memperhatikan religiusitas termasuk didalamnya faktor dari lingkungan sosial budaya. <sup>35</sup>

Sumber: Diolah penulis (2019)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menurut Muhammad Syaifudin (2016) menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu bahwa faktor budaya, faktor sosial, dan faktor kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa pegadaian syariah kabupaten Grobogan. Sedangkan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada BMT menunjukkan faktor yang mempengaruhi penentu keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah terdapat dua faktor yaitu faktor internal yang terdiri dari indikator persepsi, motivasi, sikap, kepribadian dan faktor eksternal dengan indikator demografi, sosial, dan budaya.

---

<sup>35</sup> Ririn Tri Ratnasari, Faktor Nasabah Memilih BMT Mandiri Sejahtera Gresik, (*Jurnal Ekonomi JESTT* Vol. 2 No. 8 Agustus 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga).

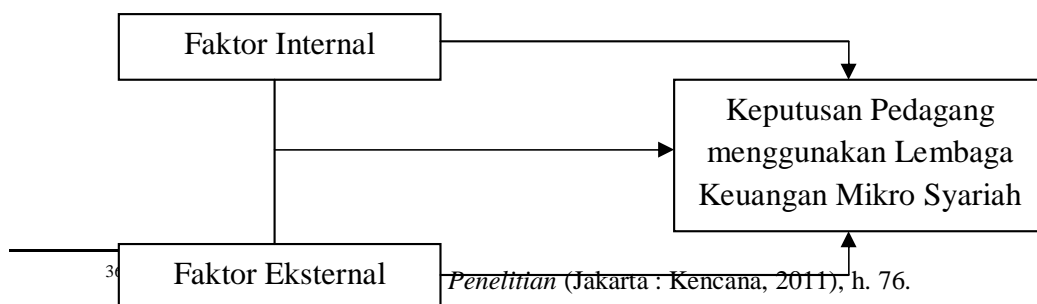
Dari berbagai temuan pada penelitian terdahulu dalam pengambilan keputusan menurut menurut Chitra Dwiratih Aviza (2014) menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dengan indikator teman, pengaruh keluarga, faktor produk, faktor kebutuhan dan faktor pelayanan. Herdi Jayakusumah (2011), “faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor psikologis, sosial, produk, harga, dan promosi”. Skripsi Dian Puspita Rini (2013), “Hasil penelitian menunjukkan Faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza.”.

Dalam penelitian ini terdapat berbagai faktor penentu keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah adalah faktor internal (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal (demografi, sosial, dan budaya).

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara lebih terperinci.<sup>36</sup> Keputusan pedagang untuk menggunakan lembaga keuangan mikro syariah dipengaruhi oleh faktor internal dengan 4 indikator (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal dengan 3 indikator (demografi, sosial, dan budaya).

Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.3.



**Gambar 2.3.**  
**Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir di atas dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi-persepsi keterkaitan antara variabel yang akan diteliti yaitu Faktor Internal ( $X_1$ ), Faktor Eksternal ( $X_2$ ), dengan keputusan pedagang menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Y).

Keterkaitan antara faktor internal berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah yaitu berada dari dalam diri konsumen yang dapat dipengaruhi oleh persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian. Dan faktor eksternal juga berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah berada dari luar konsumen yang dapat mempengaruhi pola pikir konsumen dari demografi, sosial, dan budaya. Sedangkan keterkaitannya melalui faktor internal dan eksternal sangat berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah yaitu berada dari dalam diri konsumen dan luar diri konsumen. Sehingga khususnya pedagang pasar tradisional yang menjatuhkan sebuah pilihan dan keputusannya dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

**D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya di dalam kenyataan atau praktek. Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor internal terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah..

$H_a$ : Faktor Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

$H_o$  : Faktor Internal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

2. Pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

$H_a$ : Faktor Eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

$H_o$  : Faktor Eksternal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

3. Pengaruh faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

$H_a$ : Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

$H_o$ : Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Metodologi juga merupakan analisis teoretis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan minat pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

Skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Adapun pengertian metode kuantitatif menurut Sugiono, adalah metode penelitian yang didasarkan pada realitas, gejala maupun fenomena yang dapat diamati dan diukur serta memiliki hubungan sebab akibat yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian analisis data statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Selain itu, metode ini menggunakan data penelitian berupa angka-angka dari analisis menggunakan statistik.<sup>2</sup>

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Sukaramai Medan.

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 13.

<sup>2</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet Ke-22, 2015), h.7.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan mulai bulan November 2018 sampai dengan bulan Maret 2019.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

Keterangan	Bulan dan Minggu																			
	Nov 2018				Des 2018				Jan 2019				Feb 2019				Mar 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul			■	■																
Penyusunan proposal					■	■	■	■	■	■	■	■								
Bimbingan proposal									■	■	■	■	■	■	■	■				
Seminar proposal													■	■	■	■				
Pengumpulan data																	■	■	■	■
Bimbingan skripsi																	■	■	■	■
Sidang skripsi																				■

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu.<sup>3</sup> Dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh para pedagang yang berdagang dipasar tradisional Sukaramai Medan yang telah menjadi anggota/nasabah di BMT El Munawar Medan.

<sup>3</sup> Sugiono, *Op. Cit.*, h. 80.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut,<sup>4</sup> apabila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena tenaga dan waktu, maka peneliti hanya dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Berdasarkan persetujuan pihak BMT El Munawar Medan jumlah pedagang yang telah menjadi lembaga keuangan mikro syariah BMT El Munawar penulis akan melakukan penelitian ke seluruh nasabah yang akan diteliti yaitu sebanyak 35 orang nasabah pedagang. Karena jumlah populasinya 35 maka jumlah sampel adalah semua jumlah populasi atau disebut sebagai *total sampling*.

### D. Sumber Data

Pengumpulan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Dimana semua sumber data akan didapatkan dari pedagang di pasar tradisional Sukaramai yang menjadi anggota BMT El Munawar Medan. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh penelitian sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Contoh data primer (wawancara, angket kuesioner, pengamatan observasi).

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjabaran lebih lanjut tentang definisi konsep yang diklarifikasikan dalam bentuk variabel sebagai petunjuk untuk mengukur dan mengetahui baik buruknya pengukuran dalam suatu penelitian.

Adapun variabel penelitian yang menjadi titik suatu perhatian penelitian adalah:

---

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 81

### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas.<sup>5</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah faktor penentu keputusan pedagang. Keputusan pedagang merupakan salah satu jalan dalam penyelesaian masalah dimana kita dihadapkan dengan berbagai pilihan yang harus dipilih. Keputusan merupakan hal penting yang dilakukan konsumen dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pedagang yang dapat diukur dengan faktor internal dengan empat indikator (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal (demografi, budaya, sosial).

### 2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.<sup>6</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah keputusan menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis.

Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Faktor Internal (X <sub>1</sub> )  (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008)	Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti	Kebutuhan
		Jenis Produk
	Sikap adalah pencarian informasi dan evaluasi yang luas atas	Kepuasan
		Kemudahan

<sup>5</sup> Sugiyono, *Op.Cit.* h. 142.

<sup>6</sup> M. Burhan Buhsin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Rajawali Pers. 2012), h.

	berbagai kemungkinan terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.	
	Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen bertindak.	Dorongan Kebutuhan
	Kepribadian adalah kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.	Pekerjaan
		Kondisi Ekonomi
Faktor Eksternal (X <sub>2</sub> )  (sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008 dan skripsi Rifaatul Mahmudah)	Demografi adalah bagaimana seseorang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen /nasabah.	Usia
		Minat
		Masyarakat
	Budaya adalah determinan dasar keinginan perilaku seseorang.	Kebiasaan
	Sosial adalah status sosial yang menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.	Pengaruh Rekan Kerja Pengaruh Keluarga
Keputusan Nasabah (Y)  (sumber: Jurnal, Fitrohmana Shofian)	<i>Attention</i> Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.	Perhatian
	<i>Interest</i> Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang sesuatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.	Minat
	<i>Desire</i> Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.	Keinginan
	<i>Decision</i> Kepercayaan untuk	Keputusan

	melakukan suatu hal.	
	<i>Action</i> Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.	Tindakan

Sumber: Diolah Penulis (2019)

## F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi atau ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>7</sup>

Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur, artinya dalam melakukan wawancara, peneliti membawa pedoman yang hanya garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan tapi wawancara tersebut tidak terikat sepenuhnya terhadap pedoman yang telah disiapkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggali data dari pimpinan BMT El Munawar Medan guna mengetahui populasi dan sampel yang akan diteliti.

### 2. Angket (Kuesioner)

Angket adalah instrumen atau alat perantara berupa pertanyaan dari peneliti yang biasanya ditujukan kepada responden untuk dijawab.<sup>8</sup>

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Dalam angket ini berisi tentang pertanyaan-pertanyaan untuk responden yang berkaitan dengan faktor penentu keputusan pedagang dalam penggunaan lembaga keuangan mikro syariah BMT El Munawar Medan.

---

<sup>7</sup> Soeratno, Arsyad. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. (Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2008), h. 231.

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 84.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan dengan pengumpulan data-data atau dokumen-dokumen baik berbentuk *file* (data) maupun gambar. Selain itu dokumentasi dapat juga diartikan sebagai mengumpulkan data yang tersedia yaitu biasanya berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, foto, dan dapat juga berbentuk di server dan flashdisk serta data yang tersimpan diwebsite. Data ini bersifat tidak terbatas pada ruang dan waktu.<sup>9</sup>

### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>10</sup> Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket yang digunakan adalah angket tertutup (angket berstruktur), yaitu angket yang disajikan sedemikian rupa, selanjutnya responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan tersebut dengan tanda silang atau tanda *check list*. Patokan untuk menyusun instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki gradasi dari sangat negatif sampai dengan sangat positif dengan 5 (Lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor Masing-masing Jawaban
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
N : Netral	3
TS : Tidak Setuju	2
STS : Sangat Tidak Setuju	1

<sup>9</sup> Wiratna Sujarweni, *Op. Cit*, h. 104.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, h. 102.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian di olah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling untuk pengambilan sampel dengan probabilitas yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel, kemudian peneliti menggunakan teknik random sampling sederhana, yaitu dengan cara sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai subjek.

### 1. Uji Validasi

Uji validasi adalah ukuran yang sebenarnya, untuk mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas yaitu ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya.<sup>12</sup> Validitas juga merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid atau sah mempunyai validitas yang rendah.<sup>13</sup>

Dalam melakukan uji validitas ini peneliti akan menggunakan metode komputersasi SPSS dengan teknik pengujian dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

---

<sup>11</sup> Ibid, h. 121.

<sup>12</sup> Eti Rochaety, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), h. 7.

<sup>13</sup> Suharsimi Arikanto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.211.



Keterangan:

R = Koefisien korelasi antar variabel x dan variabel y

N = Jumlah sampel

$\Sigma X$  = Jumlah skor x

$\Sigma Y$  = Jumlah skor y

XY = Skor rata-rata dari x dan y

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.<sup>14</sup> Uji reliabilitas dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$R = \frac{k}{k-1} \times \frac{\{1 - \sum S_i\}}{S_i}$$

Keterangan:

R = Realibilitas istrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan/soal

$\Sigma S_i$  = Jumlah varian skor tiap-tiap item

$S_i$  = Varian item

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan otokorelasi. Adapun pengujian masing-masing dapat dijabarkan sebagai berikut:

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya

---

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 195.

mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

Langkah-langkah pengujian normalitas data adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Model normal

Ha : Model tidak normal

**b) Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model redresi yang baik adalah tidak terjadi multikolinearitas.<sup>15</sup> Adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi atau nilai *variance inflation factor* (VIF). Batas nilai toleransi adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10. Apabila nilai toleransi  $< 0,1$  atau  $VIF < 10$  = tidak terjadi multikolinearitas.

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas.<sup>16</sup> Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Salah satu yang harus dipenuhi agar taksiran parameter dalam model regresi bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Efficient*) maka  $\text{var}(\mu 1)$  harus sama dengan  $\delta$  (konstanta) atau bisa dikatakan semua residual atau error mempunyai varian yang sama, kondisi ini disebut sebagai homoskedastisitas. Sedangkan bila varian tidak konstan atau berubah-ubah disebut dengan heteroskedastisitas.

---

<sup>15</sup> Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h. 92.

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 92.

#### d) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah suatu model linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan periode  $t-1$  (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah bebas dari otokorelasi.<sup>17</sup> Untuk mendeteksi masalah korelasi dapat digunakan dengan pengujian uji Durbin Watson.

#### 4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis statistik deskriptif. Metode analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>18</sup>

#### 5. Model Regresi

Analisis regresi adalah salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua perubah atau lebih untuk perubah kuantitatif.<sup>19</sup> Analisis regresi linier berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 92.

<sup>18</sup> Wiratja Sujarweni, *Op. Cit*, h. 225.

<sup>19</sup> Ety Rochaety, *Op. Cit*, h. 135.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Penggunaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah

X<sub>1</sub> = Faktor Lingkungan Sosial Budaya

X<sub>2</sub> = Faktor Psikologis

b<sub>1</sub> = Koefisien Faktor Lingkungan Sosial Budaya

b<sub>2</sub> = Koefisien Faktor Psikologis

a = konstanta

## 6. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari suatu masalah dan merupakan penuntun untuk melakukan penelitian. Ketetapan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur melalui *Goodness Of Fit*. Secara statistik hal ini dapat diukur melalui nilai statistik t, nilai statistik f dan nilai koefisien determinan. Apabila uji statistik berada dalam daerah kritis (daerah dimana Ho ditolak), pengujian tersebut bermakna signifikan. Sedangkan disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana Ho diterima.<sup>20</sup>

### a. Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinan (*Goodness Of Fit*) yang dinotasikan dengan R<sup>2</sup> merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi determinan (R<sup>2</sup>) mencerminkan kemampuan variabel dependen.

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin

---

<sup>20</sup> En Juwita, Pengaruh Iklan dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi BMT Assyafi'iyah Cabang Tanjung Bintang, Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan), (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2016), h. 92.

tinggi nilai  $R^2$  maka besar proporsi dan total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya.<sup>21</sup>

#### b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas.

Kriteria:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### c. Uji T

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen.<sup>22</sup>

Langkah-langkah pengujiannya:

- 1) Menentukan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$ , hipotesis:
  - a)  $H_a$ : Adanya pengaruh positif dan signifikan faktor internal, faktor eksternal, serta faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
  - b)  $H_0$ : Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan faktor internal, faktor eksternal, serta faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
- 2) Kesimpulan:
  - a) Cara ke 1
    - Jika  $sig > 0,01$  maka  $H_0$  diterima.
    - Jika  $sig < 0,01$  maka  $H_0$  ditolak.
  - b) Cara ke 2
    - Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak.
    - Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 92.

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 92.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BMT EL Munawar Medan**

##### **1. Sejarah dan Kegiatan Operasional Perusahaan**

KOPSYAH BMT EL MUNAWAR adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang diinisiasi pendiriannya oleh Bank Muamalat, PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) dan masyarakat yang bertujuan untuk pemberdayaan usaha mikro serta sosialisasi dan implementasi ekonomi syariah di Sumatera Utara khususnya dan Indonesia pada umumnya.

Dengan memohon karunia dan hidayah serta ridho Allah SWT, Alhamdulillah atas izin-Nya pada hari Senin tanggal 10 November 2008 telah hadir di tengah – tengah kita “KOPERASI SYARI’AH BAITUL MAAL WAT TAMWIL EL MUNAWAR” disingkat KOPSYAH BMT EL MUNAWAR, beralamat di Jalan AR. Hakim No. 274 Medan, Telp. (061) 7367225, Kelurahan Pasar Merah Timur, Kecamatan Medan Area, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Berdirinya KOPSYAH BMT EL MUNAWAR melalui Rekomendasi PINBUK Perwakilan Provinsi Sumatera Utara dengan Surat Rekomendasi PINBUK No. 17/PINBUK-SU/BP/SK/X/2008 tanggal 28 Oktober 2008 kemudian dilengkapi dan diperkuat dengan Akte Notaris No. 17 tanggal 5 Maret 2009 dan izin Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Sumatera Utara No. 518.503/21/BH/II/KUK/2009.

Berdirinya KOPSYAH BMT EL MUNAWAR Medan diharapkan dapat membantu serta meningkatkan taraf hidup yang lebih baik bagi anggota, calon anggota, masyarakat Sumatera Utara khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya yang bertekad merubah cara hidup untuk keluar dari kemiskinan serta mengembangkan usaha dengan cara bekerja keras dan bekerja cerdas.

**Motto BMT EL MUNAWAR Medan**

“Melayani dengan Tulus Aman dan Nyaman”

**Azas BMT EL MUNAWAR Medan**

“Kopsyah BMT EL MUNAWAR Medan berazaskan Islam ( berazaskan Al-Qur’an dan As-sunnah )”.

**Visi BMT EL MUNAWAR Medan**

“Lembaga Keuangan Syariah sehat, kuat, dan terpercaya pilihan umat”.

**Misi BMT EL MUNAWAR Medan**

“Memberi solusi dan hasil terbaik, membangun umat berkembang, berkah dan sejahtera”.

**Program BMT EL MUNAWAR Medan**

- ü Menerima Zakat dan menyalurkan Infaq dan Shadaqah ( ZIS )
- ü Mengelola berbagai jenis simpanan dari pihak ketiga.
- ü Memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang berhak dan layak.



**Gambar 4.1**  
**Logo BMT EL MUNAWAR Medan**

Adapun makna yang terkandung dalam gambar 4.1. Logo BMT EL MUNAWAR Medan adalah:

- a. Tulisan “bem” di tengah logo yaitu “b” merupakan singkatan dari “*baitul maal wat tamwil*” yang artinya rumah harta atau pengembangan harta, sedangkan “e” dan “m” merupakan singkatan dari nama perusahaan yakni “el munawar” yang merupakan nama

dari pendiri BMT EL MUNAWAR Medan yaitu Bapak H. Achmad Munawar Siregar.

- b. Warna ungu merupakan ketegasan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan.
- c. Gambar melengkung berwarna orange kemerahan bermakna bahwa BMT EL MUNAWAR Medan merangkul semua usaha mikro syariah kecil dan menengah, sehingga usaha masyarakat kecil dan menengah tersebut dapat berkembang semakin kuat seperti warna merah dan bersinar secerah warna orange tersebut,

Tujuan Didirikan:

- a. Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota BMT EL MUNAWAR Medan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dengan menyalurkan pembiayaan modal usaha.
- b. Menjadi gerakan ekonomi rakyat serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional.
- c. Mendukung pertumbuhan usaha mikro dalam rangka peningkatan kesejahteraan umat.
- d. Mensosialisasikan prinsip – prinsip ekonomi syariah.
- e. Bersifat terbuka, independen dan tidak partisan.

Berperan sebagai:

- a. Penggerak ekonomi mikro di tengah masyarakat.
- b. Pelopor penerapan sistem ekonomi syariah di masyarakat.
- c. Lembaga intermediasi antara masyarakat ( pelaku usaha ) dengan pemilik modal ( *investor* ).

Sedangkan untuk kegiatan pemasaran ( *marketing* dan *tranding* ) BMT EL MUNAWAR Medan memiliki dua unit pemasaran, yaitu:

- a. *Marketing Operation Region I*, berkantor pusat di Medan Jl. AR. Hakim No. 274 Kel. Pasar Merah Timur Kec. Medan Area Kota Medan Sumatera Utara.



- b. *Marketing Operation Region II*, berkantor cabang di Jl. M. Nawiharahap No. 8 A Medan.

BMT ( *Baitul Maal wat Tamwil* ) suatu usaha yang bergerak di bidang jasa yang berupa simpan pinjam mikro syariah yang di mana dapat berfungsi sebagai tabungan juga dapat sebagai pinjaman ( pembiayaan ). BMT juga merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan mikro bukan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip – prinsip syariah Islam. Lembaga keuangan berfungsi sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang memiliki kelebihan dana ( *investor* ) dengan pihak yang memerlukan dana ( pelaku usaha ).

BMT ringkasan dari nama *Baitul Maal wat Tamwil*. Istilah *Baitul Maal wat Tamwil* berasal dari *khazanah* peradapan Islam yang terdiri dari *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Secara etimologis pengertian *baitul maal* adalah rumah usaha ( sosial ), sedangkan *baitul tamwil* adalah rumah niaga/ pengembangan harta.

BMT secara umum mempunyai misi dan fungsi dalam penerapan prinsip – prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan pengusaha mikro, serta membina keperdulian aghnia kepada dhuafa secara berpola dan berkesinambungan. BMT juga bertujuan untuk memberi manfaat kepada anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya serta meningkatkan kekuatan dan posisi tawar pengusaha mikro.

Model kelembagaan yang cocok dengan visi dan misi BMT adalah koperasi. Terdapat beberapa kenyataan yang memberikan landasan yang kuat pada BMT sebagai gerakan koperasi antara lain:

- a. BMT didirikan dengan idealisme pemberdayaan ekonomi masyarakat bawah. BMT didirikan dengan motivasi moral keagamaan yang mendorong adanya komitmen moral dan para pendirinya.
- b. BMT didirikan dengan semangat kemandirian untuk memperkuat lembaga keuangan masyarakat bawah.

- c. BMT didirikan dengan semangat kekeluargaan untuk meningkatkan kualitas masyarakat.
- d. BMT lebih menyebar ke akar rumput dengan skala ekonomi yang kecil.
- e. BMT memiliki potensi dana pendukung sosial yaitu dana zakat, infaq, dan shadaqah yang memiliki prospek untuk pengembangan ekonomi kecil.

Berdasarkan karakteristik yang dimiliki oleh BMT, maka badan hukum yang sesuai adalah Koperasi Jasa Keuangan Syariah ( KJKS ). BMT EL MUNAWAR Medan melakukan kegiatan operasionalnya sehari – hari yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dengan menerapkan prinsip syariah melalui pembiayaan dan bagi hasil. Adapun beberapa produk di KJKS BMT EL MUNAWAR Medan diantaranya yaitu:

- 1) Produk tabungan diantaranya yaitu:
  - a) Tabungan TAMARA ( Tabungan Mandiri Sejahtera )  
Tabungan yang wajib dimiliki oleh setiap anggota BMT atau calon anggota BMT.  
Mekanisme :
    - Fotocopy KTP (Kartu Identitas, SIM, Passport, dll)
    - Setoran awal minimal Rp. 25.000,-
    - Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
    - Setoran/Penarikan dapat dilakukan setiap jam kerja
    - Bebas biaya buku dan administrasi bulanan
    - Saldo akhir minimal Rp. 25.000,-
    - Biaya tutup tabungan Rp. 10.000,-
  - b) Tabungan TADIKA ( Tabungan Pendidikan Anak )  
Tabungan untuk biaya persiapan pendidikan anak mulai dari TK sampai Perguruan Tinggi.

Mekanisme :

- Fotocopy KTP (Karu Identitas, SIM, Passport, dll)
- Setoran awal minimal Rp. 100.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
- Setoran/Penarikan dapat dilakukan setiap semester
- Bebas biaya buku dan administrasi bulanan
- Saldo akhir minimal Rp. 25.000,-
- Biaya tutup tabungan Rp. 10.000,-

c) Tabungan TAJAKA ( Tabungan Berjangka )

Tabungan yang memiliki jangka waktu setelah / jatuh tempo setelah penarikan yang disepakati bersama.

Mekanisme :

- Fotocopy KTP (Kartu Identitas, SIM, Passport, dll)
- Membuka tabungan Tamara minimal Rp. 25.000,-
- Tabungan Tajaka minimal Rp. 3.000.000,- berlaku kelipatan Rp. 1.000.000,-
- Penarikan dapat dilakukan pada saat jatuh tempo;

**Tabel 4.1**  
**Bagi Hasil**

Bagi Hasil Setara 12% Per Tahun 1% Per Bulan	
Jangka Waktu	Nisbah
3 Bulan	35% : 65%
6 Bulan	37% : 63%
12 Bulan	40% : 60%

2) Produk pembiayaan diantaranya yaitu:

a) Pembiayaan Mudharabah (Modal Kerja)

BMT bertindak selaku pemilik modal ( *Shahibul Maal* ) dan anggota sebagai pelaku usaha ( *Mudharib* ), bagi hasil berdasarkan nisbah yang disepakati oleh kedua belah pihak.

b) **Pembiayaan Musyarakah (Pembiayaan Bersama)**

Pembiayaan yang dilakukan bersama antara dua orang atau lebih untuk melakukan kerja sama, bagi hasil berdasarkan nisbah yang disepakati oleh kedua belah pihak.

c) **Pembiayaan Murabahah (Pembiayaan barang yang jatuh tempo)**

Pembiayaan barang yang jatuh tempo harga perolehan dan keuntungan disetujui oleh kedua belah pihak.

Syarat – syarat pembiayaan (pinjaman) diantaranya yaitu:

- a) Aplikasi permohonan pembiayaan.
- b) Foto copy KTP ( Kartu Tanda Penduduk ) pemohon ( suami/istri yang masih berlaku ) masing – masing 1 lembar.
- c) Foto copy KK ( Kartu Keluarga ) 1 lembar.
- d) Pasfoto suami/istri ( 4 x 6 ) masing – masing 1 lembar.
- e) Foto copy Rekening listrik/ telepon/ air bulan akhir.
- f) Angunan/ jaminan berupa ( BPKB/ sertifikat tanah ) milik sendiri.

Pembiayaan Sistem Anguran:

- 1) Angsuran Harian ( 100 x berturut – turut hari kalender ).

**Tabel 4.2**  
**Angsuran Harian**

Pembiayaan	Angsuran Pokok	Bagi Hasil	Setor Sendiri	Dijemput
1.000.000	10.000	2.000	11.000	12.000
1.500.000	15.000	3.000	17.000	18.000
2.000.000	20.000	3.000	22.000	23.000
2.500.000	25.000	4.000	28.000	29.000
3.000.000	30.000	4.000	33.000	34.000
4.000.000	40.000	5.000	44.000	45.000
5.000.000	50.000	6.000	55.000	56.000

- 2) Angsuran Mingguan ( 14 x berturut – turut ).

**Tabel 4.3**  
**Angsuran Mingguan**

Pembiayaan	Tiap Kali Angsuran	Total 14 x Angsuran
1.000.000	86.000	1.204.000
1.500.000	125.000	1.750.000
2.000.000	165.000	2.310.000
2.500.000	204.000	2.856.000
3.000.000	243.000	3.402.000
4.000.000	322.000	4.508.000
5.000.000	400.000	5.600.000

- 3) Angsuran Bulanan.

Contoh angsuran bulanan dalam jangka waktu 4 bulan (120 hari)

**Tabel 4.4**  
**Angsuran Bulanan**

Pembiayaan	Angsuran Pokok	Bagi Hasil	Jumlah	Tabungan Wajib	Setoran Minimum	Dijemput
1.000.000	8.333	1.000	9.333	5.667	15.000	1.000
2.000.000	16.667	2.000	18.667	11.333	30.000	1.000
3.000.000	25.000	3.000	28.000	17.000	45.000	1.000
4.000.000	33.333	4.000	37.333	22.667	60.000	1.000
5.000.000	41.667	5.000	46.667	28.333	75.000	1.000
6.000.000	50.000	6.000	56.000	24.000	80.000	1.000
7.000.000	58.333	7.000	65.333	34.667	100.000	1.000
8.000.000	66.667	8.000	74.667	40.333	115.000	1.000
9.000.000	75.000	9.000	84.000	41.000	125.000	1.000
10.000.000	83.333	10.000	93.333	46.667	140.000	1.000

Beberapa berkas penunjang perusahaan:

1. Aplikasi simpanan.
2. Aplikasi pembiayaan.
3. Slip setoran.
4. Slip penarikan.
5. Buku TAMARA.
6. Kartu pembiayaan.
7. Sertifikat tabungan TAJAKA.
8. Kwitansi pembiayaan.

9. Persetujuan pembiayaan.
10. *Software* ( penyimpanan data berupa penarikan, pemasukan, dan lainnya ).

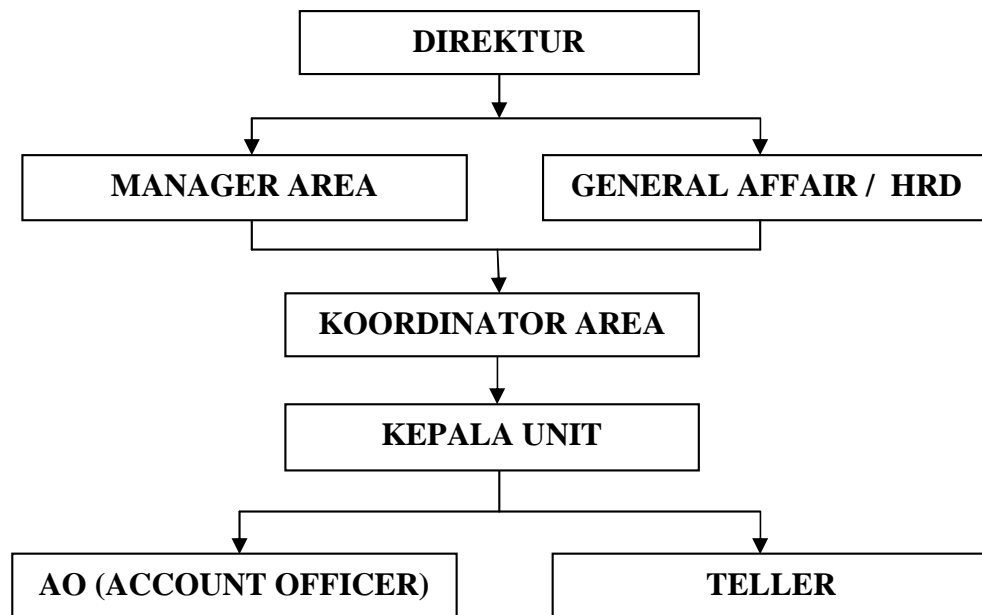
## 2. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas

### a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran skematis hubungan dan kerjasama dengan orang – orang yang terdapat dalam rangka usaha mencapai tujuan. Secara sederhana struktur organisasi menyatakan alat dan cara kerja mengatur sumber daya manusia bagi kegiatan – kegiatan ke arah mencapai tujuan. Oleh karena itu, struktur organisasi perlu dirancang sedemikian rupa, sehingga sumber daya manusia yang tersedia dapat dimanfaatkan sebaik – baiknya sekaligus sebagai sarana pengendalian intern melalui suatu sistem pembagian kerja yang serasi dan menurut bagian – bagian yang ada di dalam perusahaan. Belum ada struktur organisasi yang ideal bentuknya yang dapat digunakan pada sebuah badan atau lembaga usaha yang berjalan melainkan masing – masing badan usaha membuat struktur organisasi sendiri secara khususnya sesuai misi dan visi yang dibuat.

Semua bagian merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terlepas dari bagian yang lain sehingga perlu ditekankan pentingnya hubungan horizontal dalam organisasi sebagai alat koordinasi di samping hubungan vertikal serta penggunaan unit – unit organisasi yang lengkap untuk mempermudah pengorganisasian. Oleh karena itu, setiap karyawan harus mutlak memahami struktur organisasi di tempat mereka bekerja. Keharusan utama dalam sebuah keputusan – keputusan yang terintegrasi, ini berarti koordinasi terhadap kegiatan perusahaan perlu dilaksanakan dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka Struktur Organisasi BMT EL MUNAWAR Medan adalah:



**Gambar 4.2**  
**STRUKTUR ORGANISASI BMT EL MUNAWAR MEDAN**

Keterangan gambar 4.2 :

- Direktur : H. Achmad Munawar Siregar
- Manager Area : Mirza Siregar, SE
- General Affair / HRD : Nurchairia Simatupang, S.Kom
- Koordinator Area : Ilman Soleh Hasibuan
- Kepala Unit : Riyadi Yahya Simalem, SH
- Teller : 1. Adilah Yusti  
2. Diah Atika  
3. Fadillah Elfian
- AO ( Account Officer ) : 1. Firman Syahputra  
2. Kiki Adelia Putri  
3. Siska Anggreni  
4. Finka Aryani Pertiwi  
5. Suci Ramadani  
6. Trifanni Agustina Marpaung  
7. Mulia Sari Tanjung

**b. Deskripsi Tugas**

Adapun deskripsi tugas yang dimiliki BMT EL MUNAWAR MEDAN adalah sebagai berikut:

1) **Direktur**

Direktur bertanggungjawab sebagai pengelola seluruh kegiatan usaha dalam segala bidang dan mengawasi setiap laporan yang masuk melalui *manager*.

Tugas pokok:

- a) Mengawasi setiap kinerja karyawan.
- b) Menuntaskan permasalahan yang ada di dalam perusahaan.
- c) Mengatur semua kegiatan yang telah direncanakan.
- d) Mengidentifikasi masalah di dalam perusahaan.

2) ***Manager Area***

*Manager Area* bertanggungjawab mengatur semua dalam seluruh kegiatan usaha pemasaran, persetujuan, ketetapan direksi dalam rangka pelaksanaan kegiatan penunjang perusahaan.

Tugas pokok:

- a) Menyelenggarakan kegiatan usaha dalam menyediakan pelayanan dan pemasaran.
- b) Menyelenggarakan pelayanan penunjang bagi kegiatan usaha.
- c) Merencanakan pengawasan dan penentuan kegiatan.
- d) Merencanakan pengawasan dan penentuan atas pengelola keuangan berdasarkan rencana kerja dan anggaran.
- e) Membina organisasi dan sumber daya manusia dalam rangka menunjang kegiatan perusahaan.

3) ***General Affair/ HRD***

Merupakan jabatan yang sepenuhnya bertanggungjawab atas ketersediaan karyawan maupun kinerja karyawan, membuat



perencanaan kebutuhan karyawan sampai proses perekrutan dan pelatihan karyawan agar memberikan kontribusi yang maksimal pada perusahaan.

Tugas pokok:

- a) Membuat perencanaan mengenai kebutuhan karyawan perusahaan.
- b) Bertanggungjawab sebagai koordinator seluruh aktivitas perekrutan karyawan.
- c) Memberikan motivasi kepada karyawan agar dapat menunjukkan kinerja yang optimal.
- d) Mengelola mutasi dan rotasi karyawan.
- e) Menyusun program pelatihan karyawan demi memenuhi kebutuhan bisnis perusahaan.
- f) Bertanggungjawab atas kinerja seluruh karyawan perusahaan.

#### 4) Koordinator Area

Bertanggungjawab mengkoordinir atau mengawasi setiap unit dalam melaksanakan pekerjaan yang telah diperintahkan, dan melaporkan ke *manager area*.

Tugas pokok:

- a) Melaksanakan pengawasan, meneliti dan memberikan pengarahan – pengarahan teknis dalam rangka pelaksanaan pekerjaan.
- b) Memberikan petunjuk, bimbingan dan saran kepada penyedia jasa atas pelaksanaan pekerjaan yang sedang berjalan, supaya dapat mencapai hasil sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam surat perjanjian (dokumen kontrak pekerjaan).
- c) Meneliti permintaan pembayaran angsuran/ peminjam.
- d) Berwewenang menghentikan pelaksanaan pekerjaan jika penyimpangan dalam pelaksanaannya.

### 5) Kepala Unit

Bertugas merencanakan, mengorganisir, mengarahkan serta mengendalikan semua kegiatan operasional yang berhubungan dengan proses produksi.

Tugas pokok:

- a) Menyusun dan melaksanakan kebijakan umum perusahaan sesuai dengan norma pedoman dan instruksi dari pimpinan umum.
- b) Melaporkan data serta kegiatan yang ada di Direktur.
- c) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan – kegiatan kepada asisten.
- d) Membina dan mengawasi serta mempertanggungjawabkan jalannya koperasi.
- e) Mengkoordinasikan dan bertanggungjawab terhadap penyusunan rencana anggaran belanja perusahaan.
- f) Menandatangani dan mengecek dokumen, formulir dan laporan sesuai dengan sistem prosedur yang berlaku.
- g) Membina dan meningkatkan kesejahteraan sosial karyawan, membina suasana kekeluargaan dan kerja sama baik antara asisten, karyawan, serta memelihara keamanan.

### 6) *Teller*

Bertanggungjawab dalam pengendalian dan mengatur semua proses yang berkaitan dengan pembiayaan serta transaksi sampai persiapan alat bantu transaksi.

Tugas pokok:

- a) Mengatur proses pembukuan dan penutupan brankas.
- b) Mengatur proses persiapan mulai dari pengajuan uang untuk transaksi harian sampai persiapan alat bantu transaksi.
- c) Merekap data – data yang diberikan AO (*Account Officer*) kepada *teller*.

- d) Menyusun laporan atau berkas ke dalam database nasabah.
- e) Melayani anggota dalam pembayaran dan penerimaan uang tunai dan tidak tunai (cek/ giro).

7) AO (*Account Officer*)

Bertanggungjawab dalam kebutuhan nasabah yang berada di lapangan serta memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh para calon nasabah serta melakukan penagihan angsuran secara insentif kepada nasabah.

Tugas pokok:

- a) Mencari dan melayani nasabah baru ( tabungan, pembiayaan, dan deposito ).
- b) Melayani nasabah yang bertanya tentang produk di lapangan atau daerah masing – masing.
- c) Melakukan kunjungan nasabah yang ditangani berdasarkan daerah yang ditentukan setiap haknya.
- d) Pelayanan kutipan harian berupa tabungan dan angsuran yang ditangani berdasarkan daerah yang ditentukan setiap harinya dengan maksimal.
- e) Melakukan penagihan angsuran secara insentif kepada nasabah dengan kolektibilitas KLDM ( Kurang, Lancar, Diragukan, dan Macat ).
- f) Mengayomi nasabah yang tidak paham dengan bahasa yang formal sehingga nasabah benar – benar paham dengan produk yang ditawarkan.
- g) Memberikan pelayanan survey atau prospek kepada nasabah yang mengajukan pembiayaan untuk dikunjungi tim pembiayaan.
- h) Serah terima ke *teller* uang kutipan setiap harinya.
- i) Membuat rekaan dan laporan yang ditugaskan.
- j) Menggantikan AO ( *Account Officer* ) lain apabila berhalangan dengan staf apapun.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

### 1. Karakteristik Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan pengelompokan dengan karakteristik tertentu. Responden penelitian ini adalah Nasabah BMT EL Munawar Pedagang Pasar Tradisional Sukaramai Medan yang berjumlah 35 orang dengan menyebarkan kuesioner atau angket yang menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, lama menjadi nasabah di BMT EL Munawar. Berikut ini hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah di sebar.

#### a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah BMT EL Munawar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Jenis Kelamin**

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	16	45,7	45,7	45,7
	Perempuan	19	54,3	54,3	100,0
Total		35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan berjumlah 19 orang atau sebesar 54,3% dan laki-laki berjumlah 16 orang atau sebesar 45,7%. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang pasar tradisional Sukaramai Medan sebagai nasabah yang mendominasi adalah jenis kelamin perempuan.

**b. Usia**

Adapun data mengenai usia responden nasabah BMT EL Munawar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	3	8,6	8,6	8,6
	20-30 tahun	10	28,6	28,6	37,1
	31 - 50 tahun	22	62,9	62,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa banyaknya responden pada kelompok usia <20 tahun adalah sebanyak 3 orang atau 8,6%, usia 20-30 tahun adalah sebanyak 10 orang atau 28,6%, usia 31-50 tahun adalah sebesar 22 orang atau 62,9%. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar usia para pedagang pasar tradisional Sukaramai Medan sebagai nasabah yang mendominasi adalah yang berusia 31-50 tahun.

**c. Pendidikan**

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah BMT EL Munawar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Pendidikan**

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	8,6	8,6	8,6
	SMP	6	17,1	17,1	25,7
	SMA	17	48,6	48,6	74,3
	Sarjana/Diploma	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa banyaknya responden pada kelompok status pendidikan yang tamatan SD adalah sebanyak 3 orang atau 8,6%, SMP adalah sebanyak 6 orang atau 17,1%, SMA adalah sebanyak 17 orang atau 48,6%, kemudian Sarjana/Diploma adalah sebanyak 9 orang atau 25,7%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan terakhir pedagang pasar tradisional Sukaramai Medan sebagai nasabah yang mendominasi adalah yang bertamatan SMA.

#### d. Pendapatan

Adapun data mengenai pendapatan responden nasabah BMT EL Munawar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Pendapatan**

		Pendapatan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< Rp 1 jt	3	8,6	8,6	8,6
	Rp 1jt - Rp 2.5 jt	18	51,4	51,4	60,0
	Rp 3 jt - 4 jt	12	34,3	34,3	94,3
	> Rp 5 jt	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa banyaknya responden yang memiliki pendapatan sebanyak < Rp 1.000.000 adalah sebanyak 3 orang atau 8,6%, pendapatan sebanyak Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 adalah sebanyak 18 orang atau 51,4%, pendapatan sebanyak Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 adalah sebanyak 12 orang atau 34,3%, kemudian pendapatan sebanyak > Rp 5.000.000 adalah sebanyak 2 orang atau 5,7%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan pedagang pasar tradisional Sukaramai Medan sebagai nasabah menjadi responden yang mendominasi adalah sebesar Rp 1.000.000- Rp 2.500.000.

**e. Lama Menjadi Nasabah**

Adapun data mengenai lama menjadi nasabah responden nasabah BMT EL Munawar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Lama Menjadi Nasabah**

		Lama Menjadi Nasabah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	10	28,6	28,6	28,6
	1 - 2 tahun	18	51,4	51,4	80,0
	3 - 5 tahun	6	17,1	17,1	97,1
	> 5 tahun	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa banyaknya responden berdasarkan kelompok lamanya menjadi nasabah BMT EL Munawar selama < 1 tahun adalah sebanyak 10 orang atau 28,6%, menjadi nasabah selama 1-2 tahun adalah sebanyak 18 orang atau 51,4%, menjadi nasabah selama 3-5 tahun adalah sebanyak 6 orang atau 17,1%, kemudian menjadi nasabah selama > 5 tahun adalah sebanyak 1 orang atau 2,9%. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar berapa lamanya menjadi nasabah pada para pedagang pasar tradisional Sukaramai Medan yang mendominasi adalah yang selama 1-2 tahun.

### C. Penyajian Data

Untuk lebih membantu berikut penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket atau kuesioner yang penulis sebarakan yaitu :

**Tabel 4.10**  
**Skor Angket Variabel X<sub>1</sub> ( Faktor Internal)**

No Pernyataan	Jawaban											
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	16	45,7	17	48,6	2	5,7	0	0	0	0	35	100
2	19	54,3	15	42,9	1	2,9	0	0	0	0	35	100
3	17	48,6	17	48,6	1	2,9	0	0	0	0	35	100
4	15	42,9	18	51,4	1	2,9	1	2,9	0	0	35	100
5	24	68,6	10	28,6	1	2,9	0	0	0	0	35	100
6	20	57,1	14	40,0	0	0	1	2,9	0	0	35	100
7	18	51,4	15	42,9	0	0	2	5,7	0	0	35	100
8	16	45,7	16	45,7	2	5,7	1	2,9	0	0	35	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22 (diolah).

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Item Pernyataan 1 “Saya menggunakan jasa BMT EL Munawar karena adanya persepsi atas iklan produk layanan simpan/pinjam yang terdapat di brosur” menunjukkan 16 responden (45,7%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (48,6%) menyatakan setuju, dan 2 responden (5,7%) menyatakan netral.
2. Item pernyataan 2 “Saya memilih jasa BMT EL Munawar karena tabungan dan pembiayaan yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan” menunjukkan 19 responden (54,3%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (42,9%) menyatakan setuju, dan 1 responden (2,9%) menyatakan netral.
3. Item pernyataan 3 “Saya merasa puas menggunakan jasa BMT EL Munawar karena pelayanan karyawan BMT EL Munawar sangat baik” menunjukkan 17 responden (48,6%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (48,6%) menyatakan setuju dan 1 responden (2,9%) menyatakan netral.



4. Item pernyataan 4 “Saya menggunakan jasa BMT EL Munawar karena pelayanannya yang cepat” menunjukkan 15 responden (42,9%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan setuju, 1 responden (2,9%) menyatakan netral dan 1 responden (2,9%) menyatakan tidak setuju.
5. Item pernyataan 5 “Saya menggunakan jasa BMT EL Munawar karena adanya dorongan kebutuhan modal untuk menjalankan usaha” menunjukkan 24 responden (68,6%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (28,6%) menyatakan setuju dan responden (2,9%) menyatakan netral.
6. Item pernyataan 6 “Saya menggunakan jasa pembiayaan dan tabungan BMT EL Munawar karena sesuai dengan pekerjaan saya sebagai pedagang” menunjukkan 20 responden (57,1%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (40,0%) menyatakan setuju dan responden (2,9%) menyatakan tidak setuju.
7. Item pernyataan 7 “Saya mengajukan pembiayaan dan tabungan pada BMT EL Munawar karena sesuai dengan keadaan ekonomi saya” menunjukkan 18 responden (51,4%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (42,9%) menyatakan setuju dan 2 responden (5,7%) menyatakan tidak setuju.
8. Item pernyataan 8 “Kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan saya mengajukan pembiayaan dan tabungan pada BMT EL Munawar” menunjukkan 16 responden (45,7%) menyatakan sangat setuju, 16 responden (45,7%) menyatakan setuju dan 2 responden (5,7%) menyatakan tidak setuju.

**Tabel 4.11**  
**Skor Angket Variabel X<sub>2</sub> (Faktor Eksternal)**

No Pernyataan	Jawaban											
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	28,6	18	51,4	6	17,1	1	2,9	0	0	35	100
2	9	25,7	20	57,1	3	8,6	3	8,6	0	0	35	100
3	3	8,6	12	34,3	18	51,4	2	5,7	0	0	35	100
4	6	17,1	16	45,7	7	20,0	6	17,1	0	0	35	100
5	9	25,7	18	51,4	4	11,4	4	11,4	0	0	35	100
6	9	25,7	18	51,4	4	11,4	4	11,4	0	0	35	100
7	10	28,6	18	51,4	6	17,1	1	2,9	0	0	35	100
8	9	25,7	20	57,1	3	8,6	3	8,6	0	0	35	100
9	3	8,6	12	34,3	18	51,4	2	5,7	0	0	35	100
10	9	25,7	20	57,1	3	8,6	3	8,6	0	0	35	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Item pernyataan 1 “Saya memilih pembiayaan karena kemampuan saya berdagang sesuai pendapatan” menunjukkan 10 responden (28,6%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan setuju, dan 6 responden (17,1%) menyatakan netral.
2. Item pernyataan 2 “Saya menggunakan BMT EL Munawar karena dipengaruhi oleh masyarakat sekitar” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (57,1%) menyatakan setuju, 3 responden (8,6%) menyatakan netral dan 3 responden (8,6%) menyatakan tidak setuju.
3. Item pernyataan 3 “Saya menggunakan pembiayaan dan tabungan BMT EL Munawar karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya” menunjukkan 3 responden (8,6%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (34,3%) menyatakan setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan netral, dan 2 responden (5,7%) menyatakan tidak setuju.
4. Item pernyataan 4 “Saya sudah terbiasa menggunakan jasa tabungan BMT EL Munawar untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan” menunjukkan 6 responden (17,1%) menyatakan sangat setuju, 16

responden (45,7%) menyatakan setuju, 7 responden (20,0%) menyatakan netral dan 6 responden (17,1%) menyatakan tidak setuju.

5. Item pernyataan 5 “Saya ikut bergabung menjadi nasabah BMT EL Munawar karena pengaruh dari rekan sekitar” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan setuju, 4 responden (11,4%) menyatakan netral dan 4 responden (11,4%) menyatakan tidak setuju.
6. Item pernyataan 6 “Saya ikut menggunakan jasa BMT EL Munawar karena pengaruh dari rekan keluarga” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan setuju, 4 responden (11,4%) menyatakan netral dan 4 responden (11,4%) menyatakan tidak setuju.
7. Item pernyataan 7 “Angsuran yang ditagihkan sangat terjangkau dan sesuai dengan pendapatan saya” menunjukkan 10 responden (28,6%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan setuju, 6 responden (17,1%) menyatakan netral dan 1 responden (2,9%) menyatakan tidak setuju.
8. Item pernyataan 8 “Saya menabung di BMT EL Munawar karena untuk keperluan dimasa yang akan datang” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (57,1%) menyatakan setuju, 3 responden (8,6%) menyatakan netral dan 3 responden (8,6%) menyatakan tidak setuju.
9. Item pernyataan 9 “Banyak rekan yang merasa puas atas jasa BMT EL Munawar membuat mereka ingin mempromosikannya” menunjukkan 3 responden (8,6%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (34,3%) menyatakan setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan netral, dan 2 responden (5,7%) menyatakan tidak setuju.
10. Item pernyataan 10 “Minat masyarakat/pedagang yang ingin membuka usaha menjadi alasan menggunakan BMT EL Munawar” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (57,1%) menyatakan setuju, 3 responden (8,6%) menyatakan netral dan 3 responden (8,6%) menyatakan tidak setuju.

**Tabel 4.12**  
**Skor Angket Variabel Y (Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan**  
**Lembaga Keuangan Mikro Syariah)**

No Pernyataan	Jawaban											
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	25,7	23	65,7	2	5,7	1	2,9	0	0	35	100
2	6	17,1	9	25,7	10	28,6	8	22,9	2	5,7	35	100
3	10	28,6	24	68,6	0	0	1	2,9	0	0	35	100
4	11	31,4	16	45,7	6	17,1	2	5,7	0	0	35	100
5	9	25,7	21	60,0	5	14,3	0	0	0	0	35	100
6	9	25,7	20	57,1	3	8,6	3	8,6	0	0	35	100
7	3	8,6	12	34,3	18	51,4	2	5,7	0	0	35	100
8	6	17,1	16	45,7	7	20,0	6	17,1	0	0	35	100
9	9	25,7	18	51,4	4	11,4	4	11,4	0	0	35	100
10	9	25,7	18	51,4	4	11,4	4	11,4	0	0	35	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22.

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Item pernyataan 1 “Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk tabungan dan pembiayaan pada BMT EL Munawar” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 23 responden (65,7%) menyatakan setuju, 2 responden (5,7%) menyatakan netral dan 1 responden (2,9%) menyatakan tidak setuju.
2. Item pernyataan 2 “Saya tertarik untuk mencari informasi lebih jauh tentang keunggulan BMT EL Munawar dibandingkan BMT lainnya baik dari segi produk, dan lain sebagainya” menunjukkan 6 responden (17,1%) menyatakan sangat setuju, 9 responden (25,7%) menyatakan setuju, 10 responden (28,6%) menyatakan netral, 8 responden (22,9%) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (5,7%) menyatakan sangat tidak setuju.
3. Item pernyataan 3 “Saya ingin menggunakan jasa tabungan dan pembiayaan pada BMT EL Munawar karena terdapat keuntungan dan manfaat di dalamnya” menunjukkan 10 responden (28,6%) menyatakan sangat setuju, 24 responden (68,6%) menyatakan setuju dan 1 responden (2,9%) menyatakan tidak setuju.

4. Item pernyataan 4 “Saya menggunakan jasa pembiayaan dan tabungan di BMT EL Munawar karena menggunakan prinsip bagi hasil dan sesuai dengan prinsip syariah” menunjukkan 11 responden (31,4%) menyatakan setuju, 16 responden (45,7%) menyatakan setuju, 6 responden (17,1%) menyatakan netral dan 2 responden (5,7%) menyatakan tidak setuju.
5. Item pernyataan 5 “Saya menjadi nasabah tetap jasa tabungan BMT EL Munawar karena pelayanannya yang baik” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 21 responden (60,0%) menyatakan setuju, dan 5 responden (14,3) menyatakan netral.
6. Item pernyataan 6 “Jasa yang diberikan BMT EL Munawar membuat nasabah tertarik dan mau menggunakan produk jasa secara berulang” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (57,1%) menyatakan setuju, 3 responden (8,6%) menyatakan netral dan 3 responden (8,6%) menyatakan tidak setuju.
7. Item pernyataan 7 “Saya tertarik ketika pertama kali mendengar jasa BMT EL Munawar menggunakan sistem bagi hasil” menunjukkan 3 responden (8,6%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (34,3%) menyatakan setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan netral dan 2 responden (5,7%) menyatakan tidak setuju.
8. Item pernyataan 8 “Kualitas produk yang ada di dalam BMT EL Munawar dapat membangun kepercayaan nasabah dalam penggunaan produk” menunjukkan 6 responden (17,1%) menyatakan sangat setuju, 16 responden (45,7%) menyatakan setuju, 7 responden (20,0%) menyatakan netral dan 6 responden (17,1%) menyatakan tidak setuju.
9. Item pernyataan 9 “Karena pelayanannya yang baik membuat saya nyaman untuk menggunakan jasa BMT EL Munawar” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%) menyatakan setuju, 4 responden (11,4%) menyatakan netral dan 4 responden (11,4%) menyatakan tidak setuju.
10. Item pernyataan 10 “Karena jasa BMT EL Munawar sangat bermanfaat membuat saya mempromosikan ke lingkungan sekitar” menunjukkan 9 responden (25,7%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (51,4%)

menyatakan setuju, 4 responden (11,4%) menyatakan netral dan 4 responden (11,4%) menyatakan tidak setuju.

#### D. Analisis Data

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument dalam program Komputer *Statistic Programfor Social Scine (SPSS)* versi 22 yang terdiri dari uji validotas dan reliabilitas. Dari 35 daftar pernyataan (kuesioner) yang dijawab dan dikembalikan responden, penulis menginput nilai-nilainya untuk bahan pengujian. Uji validitas menggunakan pendekatan “*single trial administrasion*” yakni pendekatan sekali jalan atas data instrument yang disebar dan tidak menggunakan pendekatan ulang.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas butir. Ketentuan apakah suatu butir instrument valid dan tidak adalah melihat nilai profitabilitas koefesien korelasinya. Uji signifikan dilakukan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dengan cara lain yaitu dari nilai sig (2 tailed) dan membandingkan dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang ditentukan peneliti. Bila nilai sig (2 tailed)  $\leq 0,05$ , maka instrument valid, jika nilai sig (2 tailed)  $\geq 0,05$ , maka butir instrument tidak valid.

Hipotesisnya adalah:

$H_0$  : Korelasi skor item dengan total skor adalah tidak signifikan (tidak valid)

$H_a$  : Korelasi skor item dengan total skor adalah signifikan (valid)

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

Tolak  $H_0$  jika profitabilitas yang hitung  $\leq$  profitabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig. 2 tailed  $\leq \alpha 0,05$ ).

Terima  $H_a$  jika profitabilitas yang dihitung  $\geq$  profitabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig. 2 tailed  $\geq \alpha 0,05$ ).

Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Probabilitas	Keterangan
Faktor Internal (X1)	Item 1	0,507	0,334	0,002<0,05	Valid
	Item 2	0,481	0,334	0,003<0,05	Valid
	Item 3	0,632	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 4	0,600	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 5	0,555	0,334	0,001<0,05	Valid
	Item 6	0,565	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 7	0,618	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 8	0,565	0,334	0,000<0,05	Valid
Faktor Eksternal (X2)	Item 1	0,604	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 2	0,806	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 3	0,659	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 4	0,519	0,334	0,001<0,05	Valid
	Item 5	0,795	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 6	0,611	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 7	0,604	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 8	0,806	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 9	0,659	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 10	0,806	0,334	0,000<0,05	Valid
Keputusan Pedagang (Y)	Item 1	0,507	0,334	0,002<0,05	Valid
	Item 2	0,598	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 3	0,342	0,334	0,044<0,05	Tidak Valid
	Item 4	0,555	0,334	0,001<0,05	Valid
	Item 5	0,497	0,334	0,002<0,05	Valid
	Item 6	0,448	0,334	0,002<0,05	Valid
	Item 7	0,710	0,334	0,007<0,05	Valid
	Item 8	0,594	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 9	0,622	0,334	0,000<0,05	Valid
	Item 10	0,495	0,334	0,000<0,05	Valid

Sumber Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel Faktor Internal dan Faktor Eksternal ternyata semua pernyataan mempunyai status valid atau absah artinya setiap butir pernyataan sah untuk dijadikan instrumen penelitian. Selanjutnya butir instrument yang valid diatas diuji reliabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruh butir pertanyaan dari tiap variabel yang diteliti, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan cronbach Alpha. Menurut nunnally dalam imam ghazali dikatakan reliabel bila hasil alpha > 0,06, hasilnya seperti ditunjukan dalam table berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Hasil Reliabilitas
Faktor Internal ( $X_1$ )	0.693	0.60	Reliabel
Faktor Eksternal ( $X_2$ )	0.874	0.60	Reliabel
Keputusan Pedagang (Y)	0.722	0.60	Reliabel

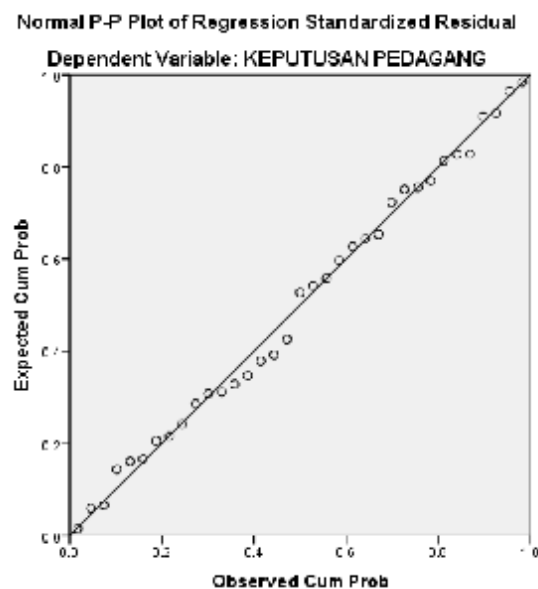
Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Dari table diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki cronbach alpha  $> 0,60$ . Hal ini mrnunjukan variabel tingkat inovasi produk, kulaitas pelayanan, dan kepuasan nasabah dapat dikatakan variabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi normalitas.

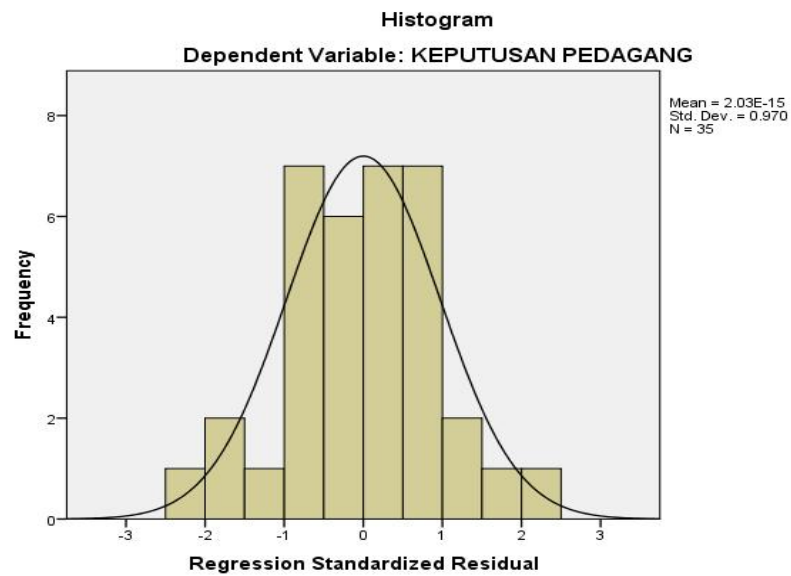


**Gambar 4.3**  
**Uji Normalitas**

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.



Gambar diatas dengan hasil uji normalitas P-P Plot Regression pada garis lurus melintang dari pojok kiri kekanan atas sehingga membentuk arah diagonal dapat disebut garis acuan normalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal.



**Gambar 4.4**  
**Grafik Histogram**

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Berdasarkan tampilan gambar 4.3 diatas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data. Kurva *dependent* dan *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 4.15**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95106230
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.050
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas hasil output menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirov signifikan pada  $0,200 > 0,05$ , dengan demikian residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas merupakan terjadinya korelasi yang sempurna antara satu variabel dependen dengan variabel independen yang lain. Apabila terjadi multikolinearitas, maka akan mengakibatkan terjadinya kesalahan standar penafsir dan probabilitas untuk menerima hipotesis yang salah semakin besar.

Untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah dengan melakukan uji VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu jika VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak berkurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengolajas SPSS atas data yang diperoleh, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.16**  
**Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	13.325	6.851		1.945	.061			
	Faktor internal	.073	.183	.047	.397	.694	.967	1.035	
	faktor eksternal	.592	.093	.749	6.391	.000	.967	1.035	

a. Dependent Variable: keputusan pedagang  
Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Berdasarkan data diatas disimpulkan bahwa:

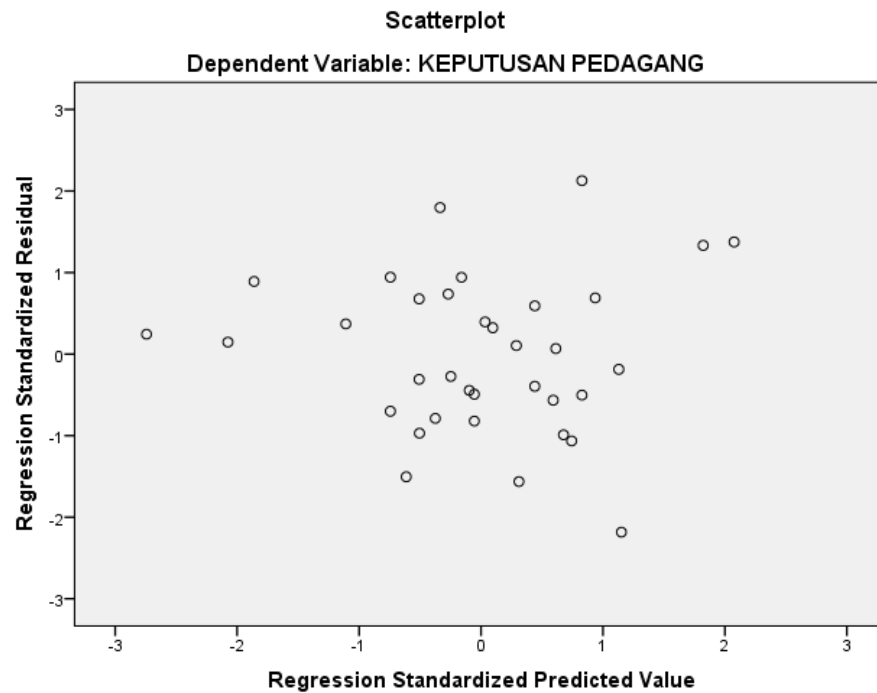
1. Hasil perhitungan toleransi menunjukkan variabel bebas yang memiliki nilai lebih dari 0,1 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas, yaitu: Faktor Internal 0.967, dan Faktor Eksternal sebesar 0.967.
2. Hasil perhitungan nilai *variance inflasi factor* (VIF) menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki VIF lebih dari 10, dimana nilai VIF Faktor Internal sebesar 1.035, dan Faktor Eksternal 1.035.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat *Scatterplot* yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS, dasar keputusan pedagang adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

Berikut ini merupakan grafik *Scatterplot* untuk menganalisa apakah dapat terjadi Heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas dengan mengamati penyebaran titik-titik pada gambar.



**Gambar 4.5**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas atau teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dengan demikian “tidak terjadi heteroskedastisitas” pada model regresi.

### 3. Regresi Linear Berganda

Dalam menganalisis data digunakan analisis regresi linier berganda dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi berganda dapat dilihat dari nilai koefisien B pada table berikut ini:

**Tabel 4.17**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	13.325	6.851	
	Faktor internal	.073	.183	.047
	faktor eksternal	.592	.093	.749

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Dari perhitungan dengan menggunakan program komputer dengan menggunakan SPSS (*statistical program for social schedule*) versi 22 didapat:

$$a = 13.325$$

$$b_1 = 0.073$$

$$b_2 = 0.592$$

Jadi persamaan regresi ganda linear untuk 2 prediktor ( Faktor Internal dan Faktor Eksternal ) adalah:

$$Y = 13.325 + 0.073 X_1 + 0.592 X_2$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa semua variabel bebas (Faktor Internal dan Faktor Eksternal) memiliki  $b_1$  yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai hubungan yang searah terhadap variabel Y (keputusan pedagang). variabel faktor internal ( $X_1$ ) memiliki kontribusi relatif yang paling besar diantara kedua variabel bebas.

#### 4. Uji Hipotesis

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

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan pedagang maka perlu dilakukan uji t. pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya  $< 0,05$   $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat dari tabel ini:

**Tabel 4.18**  
**Hasil uji t**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.325	6.851		1.945	.061		
Faktor internal	.073	.183	.047	.397	.694	.967	1.035
faktor eksternal	.592	.093	.749	6.391	.000	.967	1.035

a. Dependent Variable: keputusan pedagang  
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 22

Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel faktor internal ( $X_1$ ) terhadap keputusan pedagang (Y) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2.035 (data  $t_{tabel}$  terlampir), dan perolehan nilai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0.397 dengan artian bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.397 < 2.035$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0.694 > 0.05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah (Y).

Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel faktor eksternal ( $X_2$ ) terhadap keputusan pedagang (Y) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2.035 (data  $t_{tabel}$  terlampir), dan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.391 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.391 > 2.035$ ) dengan nilai sig sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan variabel faktor eksternal ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah (Y).

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pedagang secara bersama-sama. Berdasarkan pengujian dengan SPSS versi 22 diperoleh output ANOVA pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	401.445	2	200.722	21.693	.000 <sup>b</sup>
	Residual	296.098	32	9.253		
	Total	697.543	34			

a. Dependent Variable: keputusan pedagang

b. Predictors: (Constant), faktor eksternal, Faktor internal

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai  $F_{hitung} (21.693) > F_{tabel} (3.295)$  dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan faktor internal dan eksternal secara bersama-sama terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah.

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

Untuk mengetahui besarnya kontribusi faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama terhadap keputusan pedagang secara simultan dapat diketahui berdasarkan nilai *R Square* pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Uji Determinan**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.549	3.042

a. Predictors: (Constant), faktor eksternal, Faktor internal

Sumber: Data Penelitian Diolah SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,549 atau 54,9 % yang berarti bahwa terdapat hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan

pedagang. Pada tabel juga ditunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,576 atau 57,6% yang artinya pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pedagang sebesar 57,6% sedangkan sisanya 42,4% dipengaruhi variabel lain.

## **E. Interpretasi Hasil Analisis Data**

### **1. Pengaruh Faktor Internal terhadap Keputusan Pedagang dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor internal terhadap keputusan pedagang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah yang menyatakan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.397 < 2.035$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0.694 > 0.05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah ( $Y$ ).

### **2. Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pedagang dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor eksternal terhadap keputusan pedagang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah yang menyatakan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.035 (data  $t_{tabel}$  terlampir), dan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.391 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.391 > 2.035$ ) dengan nilai sig sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan variabel faktor eksternal ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah ( $Y$ ).

Dari hasil penelitian dilihat dari adanya persamaan dari penelitian terdahulu oleh Ririn Tri Ratnasari (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal mempunyai pengaruh yang positif



dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah.

### **3. Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah**

Berdasarkan Uji F didapat nilai  $F_{hitung}$  (21.693) >  $F_{tabel}$  (3.295) dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan faktor internal dan eksternal secara bersama-sama terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Syaifudin (2016) yang mengemukakan bahwa faktor budaya, sosial (eksternal) dan faktor kepribadian (internal) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian mengenai Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh positif variabel Faktor Internal ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Y) secara uji parsial (uji t) ditunjukkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.397 < 2.035$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0.694 > 0.05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor internal ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah (Y).
2. Terdapat pengaruh positif variabel Faktor Eksternal ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Y) secara uji parsial (uji t) yang ditunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 6.391 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.391 > 2.035$ ) dengan nilai sig sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan variabel faktor eksternal ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan mikro syariah (Y).
3. Pengujian dilakukan secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel Faktor Internal ( $X_1$ ) dan Faktor Eksternal ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Y). dengan nilai  $F_{hitung}$  ( $21.693$ )  $> F_{tabel}$  ( $3.295$ ) dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan faktor internal dan eksternal secara bersama-sama terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan lembaga keuangan

mikro syariah juga ditunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,576 atau 57,6% yang artinya pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pedagang sebesar 57,6% sedangkan sisanya 42,4% dipengaruhi variabel lain.

## **B. Saran**

1. Bagi perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pemasaran karena berdasarkan hasil penelitian ini faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Oleh karena itu, BMT EL Munawar harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pedagang yang menjadi nasabah agar lebih tertarik dan mempercayai untuk menggunakan pelayanan pembiayaan dan tabungan yang ada pada BMT EL Munawar Medan.
2. Bagi pedagang yang menjadi nasabah diharapkan untuk memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan usaha karena Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang dirasa cocok oleh peneliti karena lembaga ini yang dapat menjangkau usaha masyarakat kecil menengah dengan pelayanan tabungan dan pembiayaannya yang sangat bermanfaat bagi pedagang yang menjalankan usaha.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini pada masa yang akan datang, melalui penelitian yang lebih mendalam tentang faktor yang menjadi penentu keputusan pedagang dengan menambah variabel lainnya yang bisa mengukur penentu keputusan pedagang dalam menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2009.
- Arikanto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Aziz, M. Amin. *Peraturan Dasar dan Contoh AD/ART, BTM, PINBUK*. Jakarta. 2001.
- Dermawan, Rizky. *Pengambilan Keputusan*. Bandung : Alfabeta. 2013.
- Eti Rochaety. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2007.
- Gusri Mayanti, Ikhwani. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Ekonomi Islam Tahun Angkatan 2014 Fakultas FEBI Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi. 2015.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2012.
- Hanafi, Imam. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta*, Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Keuangan Islam, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2007.
- Juwita, En. *Pengaruh Iklan dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi BMT Assyafi'iyah Cabang Tanjung Bintang, Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan)*, Skripsi. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. 2016.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi XII, Jilid I). Jakarta : Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga. 2008.
- Mahmudah, Rifa'atul. *Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Lima-Lima Benowo*, Skripsi. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang.

- Nisfiannoor, Muhammad. *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta: Salemba Humanika. 2009.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana. 2011.
- Puspita Rini, Dian. *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta)*, Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. 2013.
- Rasyid, Abdul. “Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia.” <http://business-law.binus.ac.id/2017/03/31/sekilas-tentang-lembaga-keuangan-mikro-syariah-di-indonesia/>. (Diakses pukul 23.43, 12 Januari 2019).
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah*, Cet I. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2016.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Cet I). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2009.
- Soeratno, Arsyad. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UUP STIM YKPN. 2008.
- Sudarsono, Heri. *Lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, (edisi ke II). Yogyakarta: Ekonisia. 2004.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, Cet Ke XXII. 2015.
- Swasta Dharmmesta, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF. 2000.
- Syaifudin, Muhammad. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan.” *Jurnal Ekonomi Syariah*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), Jawa Tengah, Kudus. No. 2. Vol. 4. 2016.
- Umar, Husein. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2003.

Medan, 6 Maret 2019

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah

BMT EL Munawar Medan

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi guna memperoleh gelar sarjana saya Nadia Nurul Ramadani mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara bermaksud melakukan penelitian sebagai tugas akhir dengan judul “Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)”. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon agar Bapak/Ibu/Sdr/i berkenaan mengisi daftar pernyataan sebagai sumber informasi yang akan saya gunakan dalam penelitian. Data yang saya peroleh semata-mata hanya untuk keperluan penyusunan skripsi.

Demikianlah pengantar ini saya buat, atas bantuan dan kerja samanya saya sampaikan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah BMT EL Munawar medan.

Hormat Saya,

Peneliti

Nadia Nurul Ramadani

## I. Karakteristik Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Jenis kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia saudara saat ini :
  - a. < 20 tahun
  - b. 20 – 30 tahun
  - c. 31 – 50 tahun
  - d. > 50 tahun
3. Pendidikan terakhir saudara :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Sarjana/ Diploma
4. Pendapatan saudara saat ini :
  - a. < Rp 1.000.000
  - b. Rp 1 jt –Rp 2.500.000
  - c. Rp 3 jt-4 jt
  - d. > 5 jt
5. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah BMT EL Munawar:
  - a. < 1 tahun
  - b. 1 –2 tahun
  - c. 3 –5 tahun
  - d. > 5 tahun

## II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Mohon baca tiap-tiap pernyataan, kemudian pilih salah satu dari 5 jawaban yang paling sesuai dengan keadaan saudara , dengan memberikan tanda ceklis (  $\surd$  ) pada :

Keterangan :

- 5 = (SS) : Sangat Setuju  
4 = (S) : Setuju Setuju  
3 = (N) : Netral  
2 = (TS) : Tidak Setuju  
1 = (STS) : Sangat Tidak Setuju



### III. Daftar Pernyataan

#### a. Faktor Internal ( $X_1$ )

##### Psikolog

Indikator Variabel	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Persepsi	Saya menggunakan jasa BMT EL Munawar karena adanya persepsi atas iklan produk layanan simpan/pinjam yang terdapat di brosur.					
	Saya memilih jasa BMT EL Munawar karena tabungan dan pembiayaan yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan.					
Sikap	Saya merasa puas menggunakan jasa BMT EL Munawar karena pelayanan petugas BMT EL Munawar sangat baik.					
	Saya menggunakan jasa BMT EL Munawar karena BMT EL Munawar memberikan pelayanan dengan cepat.					
Motivasi	Saya menggunakan jasa BMT EL Munawar karena adanya dorongan kebutuhan modal untuk menjalankan usaha.					

##### Kepribadian

Pekerjaan	Saya menggunakan jasa pembiayaan dan tabungan BMT EL Munawar karena sesuai dengan pekerjaan saya sebagai pedagang.					
Keadaan Ekonomi	Saya mengajukan pembiayaan dan tabungan pada BMT EL Munawar karena sesuai dengan keadaan ekonomi saya.					
	Kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan saya mengajukan pembiayaan dan tabungan pada BMT EL Munawar					

**b. Faktor Eksternal (X<sub>2</sub>)**

**Demografi**

<b>Indikator Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS (5)</b>	<b>S (4)</b>	<b>N (3)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>STS (1)</b>
Pendapatan	Saya memilih pembiayaan karena kemampuan saya berdagang sesuai pendapatan.					
	Angsuran yang ditagihkan sangat terjangkau dan sesuai dengan pendapatan saya.					
Minat Masyarakat	Saya menggunakan BMT EL Munawar karena dipengaruhi oleh minat masyarakat sekitar.					
	Minat masyarakat/pedagang yang ingin membuka usaha menjadi alasan menggunakan jasa BMT EL Munawar.					
Usia	Saya menggunakan pembiayaan dan tabungan BMT EL Munawar karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya.					
	Saya menabung di BMT EL Munawar karena untuk keperluan dimasa yang akan datang.					

**Budaya**

Kebiasaan	Saya sudah terbiasa menggunakan jasa tabungan BMT EL Munawar untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan.					
-----------	--	--	--	--	--	--

**Sosial**

Pengaruh Rekan	Saya ikut bergabung menjadi nasabah BMT EL Munawar karena pengaruh dari rekan sekitar.					
	Banyak rekan yang merasa puas atas jasa BMT EL Munawar membuat mereka ingin mempromosikannya.					
Pengaruh Keluarga	Saya ikut menggunakan jasa BMT EL Munawar karena pengaruh dari rekan keluarga.					

**c. Keputusan Pedagang dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Y)**

<b>Indikator Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS (5)</b>	<b>S (4)</b>	<b>N (3)</b>	<b>TS (2)</b>	<b>STS (1)</b>
Attention	Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk tabungan dan pembiayaan pada BMT EL Munawar.					
	Jasa yang diberikan BMT EL Munawar membuat nasabah tertarik dan mau menggunakan produk pembiayaan secara berulang.					
Interest	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih jauh tentang keunggulan BMT EL Munawar dibandingkan BMT lainnya baik dari segi produk, dan lain sebagainya.					
	Saya tertarik ketika pertama kali mendengar jasa tabungan menggunakan sistem bagi hasil.					
Desire	Saya ingin menggunakan jasa tabungan dan pembiayaan pada BMT EL Munawar karena terdapat keuntungan dan manfaat di dalamnya.					
	Kualitas produk yang ada didalam BMT EL Munawar dapat membangun kepercayaan nasabah dalam memutuskan penggunaan produk.					
Decition	Saya menggunakan jasa pembiayaan dan tabungan di BMT EL Munawar karena menggunakan prinsip bagi hasil dan sesuai dengan prinsip syariah.					
	Karena pelayanannya yang baik membuat saya nyaman untuk menggunakan jasa BMT EL Munawar.					
Action	Saya menjadi nasabah tetap jasa tabungan pada BMT EL Munawar karena pelayanannya yang baik.					
	Karena jasa BMT EL Munawar sangat bermanfaat membuat saya mempromosikan ke lingkungan sekitar.					

## LAMPIRAN

**Tabel Jawaban Identitas Responden**

No Responden	Karakteristik Responden				
	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pendapatan	Lama menjadi nasabah
1	1	3	3	2	2
2	2	3	3	2	1
3	2	2	4	3	2
4	2	3	4	2	2
5	1	1	2	2	3
6	1	3	3	2	3
7	1	3	3	4	2
8	2	2	4	4	4
9	2	3	3	2	2
10	1	2	1	3	2
11	1	3	4	2	1
12	2	3	3	2	3
13	2	2	4	2	2
14	1	2	3	1	1
15	1	2	2	2	2
16	2	3	3	3	2
17	1	1	1	3	1
18	2	1	3	2	1
19	2	3	4	2	2
20	1	3	4	3	2
21	2	2	3	3	2
22	1	3	3	3	2
23	2	3	3	3	1
24	1	3	2	3	2
25	2	3	2	2	1
26	1	2	3	2	1
27	2	3	1	3	1
28	2	3	3	1	1
29	2	2	2	2	2
30	1	2	3	2	2
31	1	3	4	3	2
32	2	3	4	2	3
33	2	3	2	3	3
34	1	3	3	2	3
35	2	3	3	1	2

## LAMPIRAN

**Tabel Jawaban Responden**  
**Variabel Faktor Internal (X<sub>1</sub>)**

No Responden	Faktor internal (X <sub>1</sub> )								Total X <sub>1</sub>
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	5	4	5	4	4	5	4	35
2	5	4	5	4	5	4	5	4	36
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	4	5	5	5	5	37
6	5	5	5	5	5	5	4	4	38
7	5	4	5	4	5	5	4	3	35
8	5	5	5	4	5	4	5	4	37
9	5	5	4	4	5	5	5	4	37
10	5	5	5	5	5	5	4	4	38
11	5	5	4	4	5	4	5	5	37
12	4	5	4	5	4	4	5	5	36
13	4	4	4	2	4	4	4	4	30
14	5	5	5	4	5	5	5	5	39
15	3	4	4	3	5	5	5	5	34
16	4	5	4	4	4	4	5	5	35
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	3	4	5	4	3	4	5	5	33
19	4	3	4	4	5	5	5	5	35
20	4	5	4	4	5	5	4	5	36
21	4	4	4	4	5	4	4	4	33
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	5	5	4	5	5	4	4	36
24	5	4	5	5	5	4	4	4	36
25	5	5	5	5	5	4	4	4	37
26	5	5	4	4	4	2	2	2	28
27	4	4	5	5	4	4	5	5	36
28	4	4	4	5	5	5	5	5	37
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	5	5	5	5	5	5	4	4	38
31	4	4	4	4	4	5	4	3	32
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	3	4	5	5	2	4	31
34	4	5	4	5	4	5	4	5	36
35	4	4	4	5	5	5	4	4	35

## LAMPIRAN

**Tabel Jawaban Responden**  
**Variabel Faktor Eksternal (X<sub>2</sub>)**

No Responden	Faktor eksternal (X <sub>2</sub> )										Total X <sub>2</sub>
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	35
2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
6	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
7	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
8	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	34
9	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
10	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	4	3	2	3	4	5	4	3	4	37
13	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
14	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
15	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	43
16	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	37
17	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	23
18	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
19	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	44
20	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	45
21	4	2	3	4	2	2	4	2	3	2	28
22	5	3	4	4	2	2	5	3	4	3	35
23	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	42
24	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
25	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	34
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	5	5	4	2	4	4	5	4	41
28	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	45
29	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	36
30	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
31	3	5	3	2	4	5	3	5	3	5	38
32	5	2	4	4	4	4	5	2	4	2	36
33	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	27
34	3	4	3	5	5	5	3	4	3	4	39
35	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	42

## LAMPIRAN

**Tabel Jawaban Responden**  
**Variabel Keputusan Pedagang (Y)**

No Responden	Keputusan pedagang (Y)										Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	3	1	4	4	4	4	3	2	4	3	32
2	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	39
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36
5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	37
6	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
7	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	37
8	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	34
9	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	36
10	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	35
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	3	4	4	5	4	3	2	3	4	37
13	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4	35
14	4	1	4	4	3	4	4	4	5	5	38
15	5	2	4	3	4	5	3	4	4	4	38
16	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
17	4	2	4	3	4	2	2	3	2	4	30
18	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	40
19	4	3	5	5	5	5	4	3	5	5	44
20	5	2	5	4	4	5	3	4	5	5	42
21	4	4	5	5	4	2	3	4	2	2	35
22	5	4	5	5	5	3	4	4	2	2	39
23	4	4	5	5	3	5	4	3	4	4	41
24	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	36
25	5	4	5	4	4	4	3	4	3	3	39
26	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
27	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	42
28	4	2	4	2	3	5	4	4	4	4	36
29	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	34
30	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
31	4	5	4	5	4	5	3	2	4	5	41
32	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	43
33	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	32
34	4	3	2	4	5	4	3	5	5	5	40
35	3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	39

**Tabel Uji Validitaas Faktor Internal (X<sub>1</sub>)**

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.503**	.486**	.371*	.524**	-.015	-.038	-.255	.507**
	Sig. (2-tailed)		.002	.003	.028	.001	.933	.830	.139	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.2	Pearson Correlation	.503**	1	.259	.370*	.114	-.020	.054	.060	.481**
	Sig. (2-tailed)	.002		.134	.029	.516	.907	.758	.733	.003
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.3	Pearson Correlation	.486**	.259	1	.346*	.242	.141	.379*	.110	.632**
	Sig. (2-tailed)	.003	.134		.041	.162	.419	.025	.531	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.4	Pearson Correlation	.371*	.370*	.346*	1	.169	.185	.122	.171	.600**
	Sig. (2-tailed)	.028	.029	.041		.333	.288	.484	.325	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.5	Pearson Correlation	.524**	.114	.242	.169	1	.511**	.056	.084	.555**
	Sig. (2-tailed)	.001	.516	.162	.333		.002	.748	.632	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.6	Pearson Correlation	-.015	-.020	.141	.185	.511**	1	.277	.421*	.565**
	Sig. (2-tailed)	.933	.907	.419	.288	.002		.107	.012	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.7	Pearson Correlation	-.038	.054	.379*	.122	.056	.277	1	.691**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.830	.758	.025	.484	.748	.107		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.8	Pearson Correlation	-.255	.060	.110	.171	.084	.421*	.691*	1	.565**
	Sig. (2-tailed)	.139	.733	.531	.325	.632	.012	.000		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
total_X1	Pearson Correlation	.507**	.481**	.632**	.600**	.555**	.565**	.618*	.565**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

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



**Tabel Uji Validitas Faktor Eksternal (X<sub>2</sub>)**

		Correlations										Total
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.275	.419*	.267	.258	.133	1.000**	.275	.419*	.275	.604*
	Sig. (2-tailed)		.110	.012	.122	.134	.447	.000	.110	.012	.110	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.2	Pearson Correlation	.275	1	.331	.108	.647*	.533*	.275	1.000**	.331	1.000**	.806*
	Sig. (2-tailed)	.110		.052	.537	.000	.001	.110	.000	.052	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.3	Pearson Correlation	.419*	.331	1	.487*	.318	.059	.419*	.331	1.000**	.331	.659*
	Sig. (2-tailed)	.012	.052		.003	.063	.736	.012	.052	.000	.052	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.4	Pearson Correlation	.267	.108	.487*	1	.424*	.226	.267	.108	.487**	.108	.519*
	Sig. (2-tailed)	.122	.537	.003		.011	.191	.122	.537	.003	.537	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.5	Pearson Correlation	.258	.647*	.318	.424*	1	.791*	.258	.647**	.318	.647**	.795*
	Sig. (2-tailed)	.134	.000	.063	.011		.000	.134	.000	.063	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.6	Pearson Correlation	.133	.533*	.059	.226	.791*	1	.133	.533**	.059	.533**	.611*
	Sig. (2-tailed)	.447	.001	.736	.191	.000		.447	.001	.736	.001	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.7	Pearson Correlation	1.000**	.275	.419*	.267	.258	.133	1	.275	.419*	.275	.604*
	Sig. (2-tailed)	.000	.110	.012	.122	.134	.447		.110	.012	.110	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.8	Pearson Correlation	.275	1.000**	.331	.108	.647*	.533*	.275	1	.331	1.000**	.806*
	Sig. (2-tailed)	.110	.000	.052	.537	.000	.001	.110		.052	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.9	Pearson Correlation	.419*	.331	1.000**	.487*	.318	.059	.419*	.331	1	.331	.659*
	Sig. (2-tailed)	.012	.052	.000	.003	.063	.736	.012	.052		.052	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.10	Pearson Correlation	.275	1.000**	.331	.108	.647*	.533*	.275	1.000**	.331	1	.806*
	Sig. (2-tailed)	.110	.000	.052	.537	.000	.001	.110	.000	.052		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_X2	Pearson Correlation	.604*	.806*	.659*	.519*	.795*	.611*	.604**	.806**	.659**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

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

**Tabel Uji Validitas Keputusan Pedagang (Y)**

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.415	.368	.204	.390	.054	.289	.227	-.028	.070	.507
	Sig. (2-tailed)		.013	.029	.239	.020	.758	.093	.191	.872	.687	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.2	Pearson Correlation	.415*	1	.375*	.578*	.357*	-.090	.436*	.164	-.034	-.061	.598**
	Sig. (2-tailed)	.013		.026	.000	.035	.609	.009	.347	.848	.728	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.3	Pearson Correlation	.368	.375	1	.388	.007	-.059	.288	-.001	-.124	-.124	.342
	Sig. (2-tailed)	.029	.026		.021	.970	.738	.093	.993	.479	.479	.044
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.4	Pearson Correlation	.204	.578*	.388*	1	.429*	-.082	.442*	.119	.041	-.071	.555**
	Sig. (2-tailed)	.239	.000	.021		.010	.641	.008	.496	.817	.683	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.5	Pearson Correlation	.390	.357	.007	.429*	1	-.111	.199	.359	.119	.068	.497
	Sig. (2-tailed)	.020	.035	.970	.010		.526	.251	.034	.497	.698	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.6	Pearson Correlation	.054	-.090	-.059	-.082	-.111	1	.331	.108	.647*	.533*	.448**
	Sig. (2-tailed)	.758	.609	.738	.641	.526		.052	.537	.000	.001	.007
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.7	Pearson Correlation	.289	.436*	.288	.442*	.199	.331	1	.487*	.318	.059	.710**
	Sig. (2-tailed)	.093	.009	.093	.008	.251	.052		.003	.063	.736	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.8	Pearson Correlation	.227	.164	-.001	.119	.359*	.108	.487*	1	.424*	.226	.594**
	Sig. (2-tailed)	.191	.347	.993	.496	.034	.537	.003		.011	.191	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.9	Pearson Correlation	-.028	-.034	-.124	.041	.119	.647*	.318	.424*	1	.791*	.622**
	Sig. (2-tailed)	.872	.848	.479	.817	.497	.000	.063	.011		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.10	Pearson Correlation	.070	-.061	-.124	-.071	.068	.533*	.059	.226	.791*	1	.495**
	Sig. (2-tailed)	.687	.728	.479	.683	.698	.001	.736	.191	.000		.003
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_Y	Pearson Correlation	.507*	.598*	.342*	.555*	.497*	.448*	.710*	.594*	.622*	.495*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.044	.001	.002	.007	.000	.000	.000	.003	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

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

**Tabel Uji Reliabilitas Faktor Internal (X<sub>1</sub>)**

**Reliability**  
**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	35	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.693	8

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel Uji Reliabilitas Faktor Eksternal (X<sub>2</sub>)**

**Reliability**  
**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	35	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.874	10

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel Uji Reliabilitas Keputusan Pedagang (Y)**

**Reliability**  
**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	35	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.722	9

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Tabel Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.549	3.042	1.332

a. Predictors: (Constant), FAKTOR EKSTERNAL, FAKTOR INTERNAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEDAGANG

### Tabel Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	401.445	2	200.722	21.693	.000 <sup>b</sup>
	Residual	296.098	32	9.253		
	Total	697.543	34			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEDAGANG

b. Predictors: (Constant), FAKTOR EKSTERNAL, FAKTOR INTERNAL

### Tabel Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.325	6.851		1.945	.061
	FAKTOR INTERNAL	.073	.183	.047	.397	.694
	FAKTOR EKSTERNAL	.592	.093	.749	6.391	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEDAGANG

### Tabel Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.549	3.042

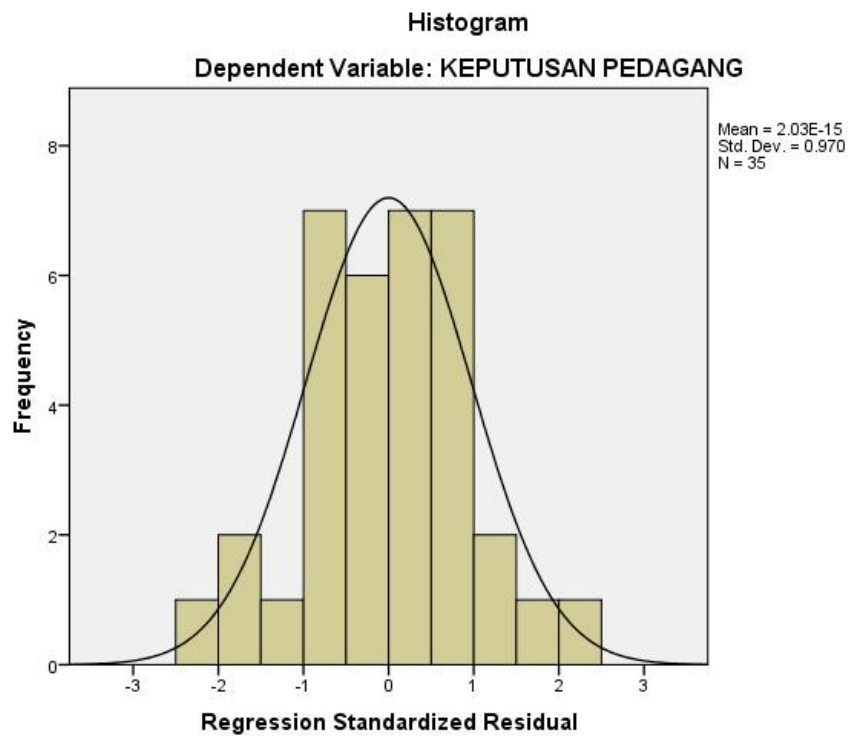
a. Predictors: (Constant), faktor eksternal, Faktor internal

## Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Faktor internal	.967	1.035
faktor eksternal	.967	1.035

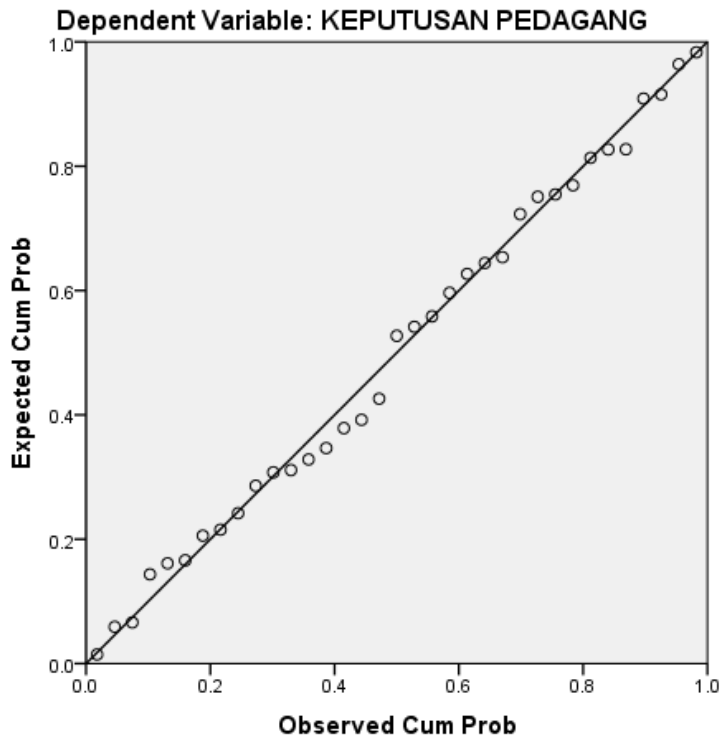
## CHARTS

### Gambar Histogram Normalitas



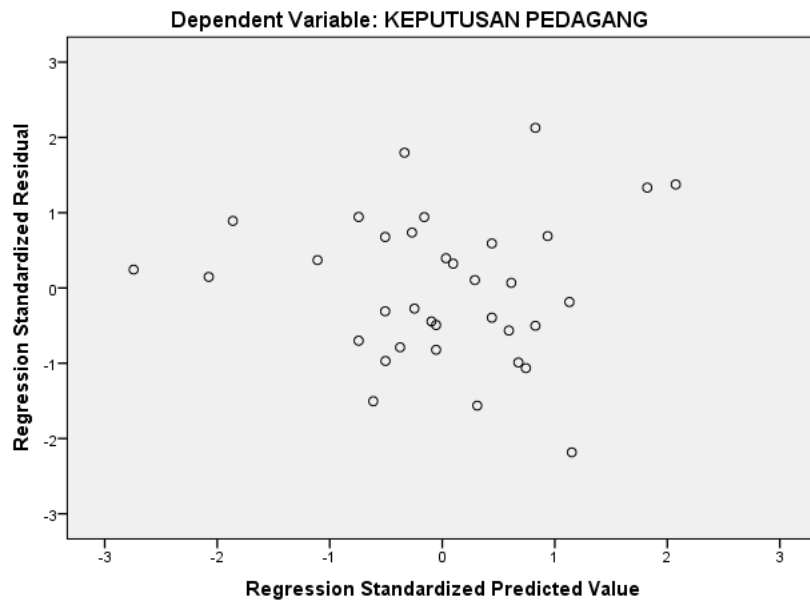
### Gambar Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Gambar Heterokedastisitas

Scatterplot



## LAMPIRAN

### Ketentuan Nilai F Tabel

n	dk pembilang= k	dk penyebut= n-k-1	F tabel
1	2	-2	-
2	2	-1	-
3	2	0	-
4	2	1	199,500
5	2	2	19,000
6	2	3	9,552
7	2	4	6,944
8	2	5	5,786
9	2	6	5,143
10	2	7	4,737
11	2	8	4,459
12	2	9	4,256
13	2	10	4,103
14	2	11	3,982
15	2	12	3,885
16	2	13	3,806
17	2	14	3,739
18	2	15	3,682
19	2	16	3,634
20	2	17	3,592
21	2	18	3,555
22	2	19	3,522
23	2	20	3,493
24	2	21	3,467
25	2	22	3,443
26	2	23	3,422
27	2	24	3,403
28	2	25	3,385
29	2	26	3,369
30	2	27	3,354
31	2	28	3,340
32	2	29	3,328
33	2	30	3,316
34	2	31	3,305
<b>35</b>	<b>2</b>	<b>32</b>	<b>3,295</b>
36	2	33	3,285
37	2	34	3,276
38	2	35	3,267
39	2	36	3,259







**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

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

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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

*Unggul Berakhlak & Berprestasi*



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

07 Rabiul awal 1440 H  
16 November 2018 M



Dengan Hormat  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : NADIA NURUL RAMADANI  
Npm : 1501270129  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Kredit Kumalatif : 3,58  
Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Sukaramai Medan)	<i>ACC 26/11/18</i>	<i>Dr. Hj. Siti Mulyandari SE, M.P.A.</i>	<i>ACC 27/11/18</i>
2	Strategi Pemasaran Iklan, Pelayanan, Kepercayaan Dan Citra Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Deposito Insani (Studi Kasus PT. BPRS Puduarta Insani)			
3	Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Arafah Kutalimbaru Deli Serdang)			

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

Wassalam  
Hormat Saya

*Nadia Nurul*  
(Nadia Nurul Ramadani)

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 1/11/18



**UMSU**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA UTARA

Dilarang menjiplak surat ini agar disebarkan  
kecuali dan tanggapannya.

**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) 6623474, 6631003  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) Email : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : *04*/II.3/UMSU-01/F/2019  
Lamp : -  
Hal : Izin Riset

16 J. Akhir 1440 H  
21 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Pimpinan BMT EL Munawar**  
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 : **Nadia Nurul Ramadani**  
NPM : **1501270129**  
Semester : **VIII**  
Fakultas : **Agama Islam**  
Program Studi : **Perbankan Syariah**  
Judul Skripsi : **Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT EL Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai 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*



# BMT EL MUNAWAR

*Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah*

Kantor : Jl. AR. Hakim No. 274 Medan - Sumatera Utara 20217

Telp. : 061 - 7367225, Fax : 061 - 7877844

Email : [bmtelmunawar@yahoo.co.id](mailto:bmtelmunawar@yahoo.co.id)



Nomor : 04/BMT\_eM/SK/III/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Persetujuan Riset

Medan, 02 Maret 2019

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu Dekan/Wakil Dekan  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Fakultas Agama Islam  
Di - Tempat

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Dengan hormat,

Menunjuk surat saudara No. 84/II.3/UMSU-01/F/2019 tanggal 21 Februari 2019 perihal Izin Riset, dengan ini kami beritahukan bahwa mahasiswa/i dibawah ini :

Nama : Nadia Nurul Ramadani  
NPM : 1501270129  
Semester : VIII (Delapan)  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah mendapatkan Izin untuk melakukan Riset dikantor KSPPS BMT EL MUNAWAR MEDAN, guna untuk menyelesaikan penyusunan Skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) yang berjudul "*Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Anggota BMT El Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)*".

Demikian kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

KSPPS BMT EL MUNAWAR



Nurchairia Simatupang, S. Kom  
General Affair





**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](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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

*Unggul, Aman & Terpercaya*  
 Kita menjahit surat ini agar disebutkan  
 Nomor dan tanggalnya



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**  
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

Pada hari ini Sabtu, Tanggal 16 Februari 2019 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa :

Nama : **Nadia Nurul Ramadani**  
 Npm : 1501270129  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Proposal : Faktor Penentu Keputusan Pedagang dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada Pedagang Anggota BMT El-Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Rumusan masalah perbaikan
Bab II	munculkan Hadist sebagai penguat landasan dan hipotesis
Bab III	Definisi operasional variabel, dan indikator variabel
Lainnya	belum muncul. kebebasan elaba
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 16 Februari 2019

**Tim Seminar**

**Ketua**

(Selamat Pohan, S.Ag, MA)

**Pembimbing**

(Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM)

**Sekretaris**

(Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI)

**Pembahas**

(Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI)



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor 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](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Pengesahan Proposal**

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Sabtu 16 Februari 2019 dengan ini menerangkan bahwa :


**Nama** : Nadia Nurul Ramadani  
**Npm** : 1501270129  
**Semester** : VII  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Judul Proposal** : Faktor Penentu Keputusan Pedagang dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada Pedagang Anggota BMT El-Munawar di Pasar Tradisional Sukaramai Medan)

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.


Medan, 16 Februari 2019

Tim Seminar

Ketua

  
Selamat Pohan, S.Ag, MA


Sekretaris

  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI

Pembimbing

  
Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM

Pembahas

  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



  
Zailani, S.PdI, MA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Nadia Nurul Ramadani  
NPM : 1501270129  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 05 Januari 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. Orde Baru Km. 12,5 Mulioorejo, Sunggal  
Nama Orangtua  
a. Ayah : Syafri  
b. Ibu : Amiati

### B. Jenjang Pendidikan

SD Negeri 066654 Medan Helvetia	Tamat Tahun 2009
SMP Negeri 4 Binjai	Tamat Tahun 2012
SMA Negeri 5 Binjai	Tamat Tahun 2015
SI UMSU	Tamat Tahun 2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dengan rasa tanggung jawab.

Medan, 13 Maret 2019

Penulis



Nadia Nurul Ramadani

NPM: 1501270129