

**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT
MASYARAKAT DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN UMKM
(USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) PADA PT. BPRS ADECO
KOTA LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

Winda Yunita
Nim : 4012019117



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
1444 H/2023 M**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat
dalam Mengambil Pembiayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil
Menengah) pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa**

Oleh:

Winda Yunita
Nim : 4012019117

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 12 Mei 2023

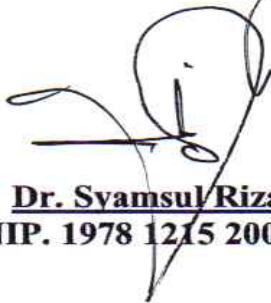
Pembimbing I


Dr. Abdul Hamid, MA 24/28
NIP. 19730731 200801 1 007

Pembimbing II


Chahayu Astina, S.E, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Dr. Syamsul Rizal, M.Si
NIP. 1978 1215 200912 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat dalam Mengambil Pembiayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa ” Atas Nama Winda Yunita Nim : 4012019117. Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 28 Juli 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 01 Agustus 2023
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I



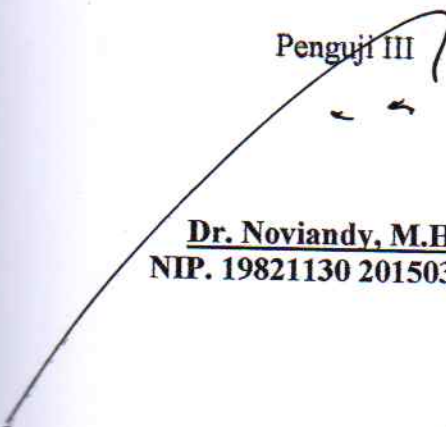
Mutia Sumarni, S.E., M.M
NIDN. 2007078805

Penguji II



Chahayu Astina, S.E, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Penguji III



Dr. Noviandy, M.Hum
NIP. 19821130 201503 1 002

Penguji IV



Nurjannah, M.E
NIP. 19880626 201908 2 000



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Yunita
NIM : 4012019117
Tempat, Tanggal Lahir : Langsa, 21-06-2001
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Dusun Kapten Lidan, Gampong Baroh, Langsa
Lama

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat dalam Mengambil Pembiayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 12 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Winda Yunita

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Jika Kau Merasa Harimu Beruntung, Percayalah Bahwa Doa Ayah Ibumu Sedang Dikabulkan Allah”.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini kupersembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan segala karunia yang tiada tara untukku dan seluruh umat-Nya”.

- ❖ Kedua orang tuaku kepada Alm. Ayah dan Ibuku, yang telah tulus dan ikhlas membesarkan serta mendoakanku selalu. Semoga Allah SWT memuliakan kalian berdua baik di dunia maupun di akhirat.
- ❖ Untuk keluargaku yang senantiasa membantu dan memberi semangat.
- ❖ Teman-temanku yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah banyak memberikan pelajaran dan pengalaman yang luar biasa.
- ❖ Serta seluruh pihak yang membantuku terutama dalam usaha penyelesaian skripsi ini .

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan secara simultan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Uji analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan hipotesis yaitu uji t dan F. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari promosi sebesar 12,910 > dari t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya semakin banyak promosi yang di buat oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa maka akan semakin tinggi minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar 2,934 > dari t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. BPRS Adeco Kota Langsa maka akan semakin besar minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (keseluruhan) promosi dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat masyarakat Kota Langsa Dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 145,817 >$ dari $F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi = 0.000

Kata Kunci : Promosi, Pelayanan, Minat,

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of promotions and services simultaneously on the interest of the people of Langsa City in taking MSME financing at PT. BPRS Adeco Langsa City. The data analysis test used multiple linear regression analysis using the hypothesis, namely the t and F tests. The results showed that partially promotion had a positive and significant effect on the Langsa City community's interest in taking MSME financing at PT. BPRS Adeco Langsa City. This is evidenced by the tcount value of the promotion of 12.910 > from the ttable of 1.660, with a significance value of 0.000 <0.05 then H01 is rejected. This means that the more promotions made by PT. BPRS Adeco, Langsa City, the higher the public's interest in taking MSME financing. The results showed partially that service had a positive and significant effect on the Langsa City Community's Interest in Taking MSME Financing at PT. BPRS Adeco Langsa City. This is evidenced by the tcount value of the service of 2.934 > from the ttable of 1.660, with a significance value of 0.004 <0.05 then H01 is rejected. This means that the better the service provided by employees of PT. BPRS Adeco Langsa City, the greater the public's interest in taking MSME financing. The results showed that simultaneously (overall) promotion and service had a joint effect on the Interests of the Langsa City Community in Taking MSME Financing at PT. BPRS Adeco Langsa City. This can be seen from the results of the F test, with a value of Fcount = 145.817 > from Ftable 2.70 with a significance value = 0.000

Keywords: Promotion, Service, Interest

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puja puji bagi Ilahi Zat Yang Maha Sempurna muara segala kerinduan dari pencinta yang haus akan kekekalan kasih sayang-Nya, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, “ **Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat dalam Mengambil Pembiayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa**” dengan baik. Shalawat beriringkan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia menuju kearah jalan kesempurnaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi A-Rauf Nasutioan., MA selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin., M.CL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Syamsul Rizal, M.SI selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

4. Bapak Dr. Abdul Hamid, MA selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
5. Ibu Chahayu Astina, S.E, M.Si selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Ibu Mastura M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan doa, moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini serta semangat dan perjuangannya yang telah menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semua teman-teman yang sama-sama lagi menyusun skripsi di Prodi Perbankan Syariah. Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam

Langsa, 12 Mei 2023

Winda Yunita

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَيَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَوَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Zakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوَّلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَا / اَ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ـِي	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُو	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

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

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

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Ṭalḥah	=	طَلْحَة

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعِمَّ

6. Kata Sandang

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

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

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

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	الْقَلَمُ
al-Badī'u	=	الْبَدِيعُ
al-Jalālu	=	الْجَلَالُ

7. Hamzah

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

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أَمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penelitian kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn	وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn	
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa auful- kaila wa-mīzān	
Ibrāhīm al-Khalīl	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ
Ibrāhīmul-Khalīl	
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

Wa mā Muhammadun illa rasūl	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan	إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an	
Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn	وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

بِهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī‘an

Lillāhil-amru jamī‘an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin ‘alīm

10. Tajwid

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

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.6. Penjelasan Istilah.....	10
1.7. Sistematika Pembahasan	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Minat	13
2.1.1 Pengertian Minat.....	13
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat	14
2.1.3 Indikator Minat	15
2.2. Promosi	16
2.2.1 Pengertian Promosi.....	16
2.2.2 Strategi Promosi.....	18
2.2.3 Tujuan Promosi.....	18
2.2.4 Indikator Promosi	19

2.3. Pelayanan	20
2.2.5 Pengertian Pelayanan.....	20
2.2.6 Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan	22
2.2.7 Indikator Kualitas Pelayanan.....	23
2.4. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	24
2.4.1 Pengertian BPRS	24
2.4.2 Prinsip BPRS.....	26
2.4.3 Tujuan BPRS.....	26
2.4.4 Fungsi BPRS	28
2.4.5 Produk-Produk BPRS.....	29
2.4.6 Kegiatan BPRS.....	31
2.5. Hubungan Antar Variabel.....	32
2.6. Penelitian Terdahulu	34
2.7. Kerangka Teori.....	38
2.8. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5. Jenis dan Sumber Data	43
3.6. Instrumen Penelitian	43
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	45
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian	46
3.9. Teknik Analisa Data.....	47
3.10. Uji Hipotesis	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	55
4.2. Pembahasan	75

4.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa	75
4.2.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa	77
4.2.3 Pengaruh Promosi dan pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.....	79

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1. Skala Likert	44
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1. Uji Validitas	64
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.3. Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.4. Uji Linearitas	68
Tabel 4.5. Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.6. Uji Autokorelasi.....	71
Tabel 4.7. Uji Analisis Regresi Berganda.....	71
Tabel 4.8. Uji R.....	72
Tabel 4.9. Uji F	73
Tabel 4.10. Uji T	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Teori.....	39
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Gambar 4.5. Histogram	67
Gambar 4.5. Normal P-Plot.....	67
Gambar 4.5. Uji Heterokedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	1
Lampiran 2 Tabel Master	5
Lampiran 3 Hasil Pengujian SPSS.....	6
Lampiran 4 Dokumentasi.....	14
Lampiran 5 Tabel R	
Lampiran 6 Tabel DW	
Lampiran 7 Tabel T	
Lampiran 8 Tabel F	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas unsur riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulatif non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkara yang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung dan rugi, besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh, bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan.¹ Larangan riba atau bunga dalam perbankan syariah sudah dijelaskan dalam surah Al- Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat). Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang

¹Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), h.

yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.”

Menurut Asy-Shiddieq menafsirkan bahwa “Orang-orang yang memakan riba tiada berdiri, melainkan sebagai berdiri orang yang dibanting syaitan (kemasukan syaitan. Yang demikian itu disebabkan perkataan mereka: hanya saja jual beli itu, sama dengan riba”. Bagaimana mereka menyamakan jual beli dengan riba padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Allah tidak menyamakan hukum keduanya. Maka barang siapa datang kepadanya pengajaran dari Tuhannya, lalu berhenti, maka menjadi kepunyaannya apa yang telah diambil. Dan urusannya terserah kepada Allah. dan barang siapa kembali lagi memakan riba maka itulah penghuni penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”²

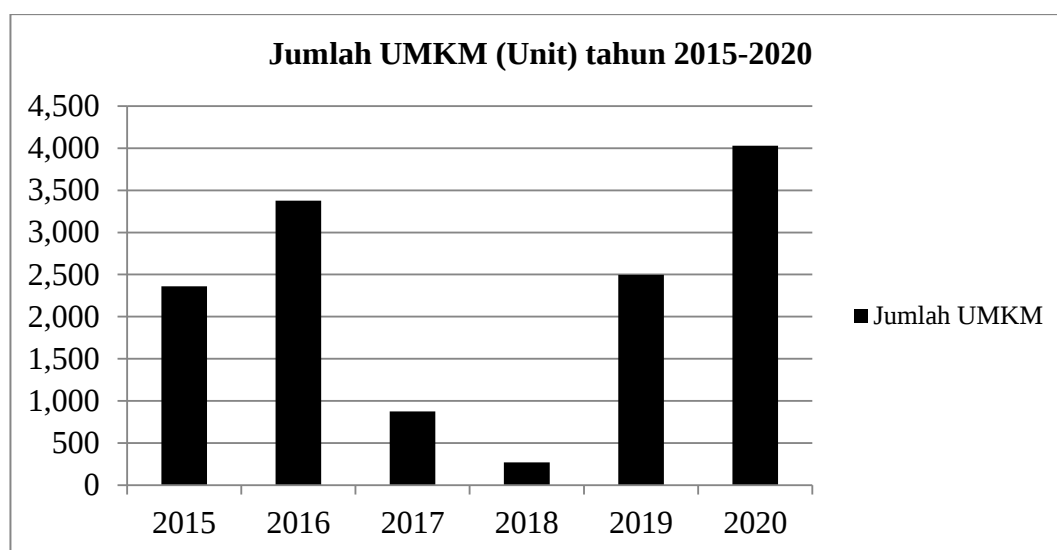
Salah satu Bank Syariah yang ada adalah BPRS. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga perbankan yang bekerja dibidang simpanan dan pembiayaan, yaitu dengan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana dari masyarakat untuk masyarakat. Namun dalam kegiatannya menghimpun dana bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) dapat menerima dalam bentuk tabungan dan deposito. Dalam kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat, dibedakan ke dalam beberapa bentuk pembiayaan dengan prinsip bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*, pembiayaan untuk transaksi jual beli berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, atau *istish'na* dan pembiayaan UMKM.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak utama sektor riil yang berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan

² Hasbi ash Shiddieqy, *Tafsir al-Bayan*, (PT Almaarif, Bandung. 2016) h .276

ekonomi nasional. Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) berperan sebagai salah satu alat pemberdayaan masyarakat untuk mengoptimalkan hasil bumi terutama masyarakat di pedesaan. Hasil bumi tidak langsung dijual secara mentah melainkan diolah terlebih dahulu untuk menambah nilai ekonomis yang kemudian diperjual-belikan melalui UMKM. Selanjutnya, UMKM diharapkan menjadi sektor usaha yang mampu memberikan terobosan dalam hal inovasi produk juga strategi pemasarannya.³ Berikut adalah data perkembangan UMKM Kota Langsa pada tahun 2015-2020.

Grafik 1.1. Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Langsa tahun 2015-2020



Sumber : Disperindagkop dan UMKM Kota Langsa, 2021

Dari tabel 1.1 dapat dilihat ada 649 UMKM yang tercatat di Disperindagkop dan UKM Kota Langsa pada tahun 2015. Perkembangan UMKM pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 3,5% dengan jumlah UMKM 2.361

³ Medriyansah, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Tempe di Desa Sumber Jaya Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan)", (*Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung*, 2017), h. 3

unit. Pada tahun 2016 berkembang sebesar 2,83% dengan jumlah UMKM 3.376 unit. Pada tahun 2017 dan 2018 menurun menjadi - 0,56% dengan jumlah UMKM 872 unit dan -6,9% dengan jumlah UMKM 2,71 unit. Selanjutnya pada tahun 2019 jumlah UMKM Kota Langsa kembali mengalami kenaikan menjadi 8,21% dengan jumlah UMKM 2.496 unit dan pada tahun 2020 UMKM Kota Langsa kembali mengalami kenaikan sebesar 2.11% dengan jumlah UMKM 4.029 unit.

UMKM terbilang penting kedudukannya terhadap perekonomian Indonesia. Namun, pada kenyataannya akses terhadap permodalan masih belum maksimal. Peran lembaga pembiayaan syariah dalam mengembangkan UMKM di Indonesia tentu ada yang berhasil ataupun tidak. Dalam pemberian pembiayaan, lembaga keuangan formal dinilai terbatas bagi kalangan UMKM. Sehingga kalangan UMKM lebih berminat terhadap lembaga-lembaga informal dikarenakan sifatnya yang fleksibel seperti syarat pinjaman dan jumlah pinjaman tidak begitu ketat serta prosesnya yang cepat. Namun, perlu dicatat bahwa hal tersebut justru akan membawa UMKM ke ranah yang mungkin memberatkan untuk keberlangsungan UMKM tersebut.⁴ Salah satu Bank yang memberikan pembiayaan UMKM adalah PT.BPRS Adeco Kota Langsa.

PT. BPR Syariah Adeco sebagai salah satu Bank di kota Langsa, Provinsi Aceh yang beroperasi berlandaskan prinsip syariah dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat setempat, dan juga sesuai dengan diberlakukannya Syariah Islam di Provinsi Aceh. Bank ini melayani seluruh elemen masyarakat, dengan

⁴ Kadeni dan Ninik Srijani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", *Jurnal Equilibrium*, Vol 8, No. 2, Juli 2020.

fokus utamanya pada pertumbuhan dan pengembangan Wirausaha Industri Kreatif dan Produktif bagi Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM). Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco menyediakan layanan pembiayaan, tabungan, dan deposito. Selama ini penilaian kelayakan pengajuan pembiayaan masih dilakukan dengan cara sederhana. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco merekrut *Account Officer* sebagai *surveyor* lapangan untuk melihat kondisi riil dari calon debitur. Kemudian data hasil survei diberikan kepada bagian pembiayaan untuk diperiksa. Kepala bagian pembiayaan memiliki kewenangan untuk memutuskan diterima atau tidaknya pengajuan pembiayaan.⁵

Salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat adalah promosi, dengan adanya promosi maka masyarakat akan mendapatkan pengetahuan tentang suatu produk yang sedang dipasarkan. Tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Promosi juga mempengaruhi masyarakat untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan jumlah nasabah dan citra PT. BPRS Adeco Kota Langsa dimata nasabahnya. Para karyawan PT. BPRS Adeco Kota Langsa seharusnya gencar dalam melakukan promosi untuk seluruh produk yang ada termasuk pembiayaan UMKM. Namun kenyataannya pihak PT. BPRS Adeco Kota Langsa hanya memberikan promosi berupa poster dan spanduk yang ada dalam dan di depan kantor PT. BPRS Adeco Kota Langsa, jadi masyarakat yang memiliki usaha yang tinggal di pedesaan kurang dijangkau oleh promosi yang dilakukan oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahui mengenai produk pembiayaan UMKM yang ada di PT. BPRS Adeco

⁵ Hasil Wawancara Anggi Salah satu Karyawan PT.BPRS Adeco Kota Langsa pada tanggal 20 Februari 2023.

Kota Langsa. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara kepada salah satu masyarakat Kota Langsa yang menyatakan bahwa:

“saya gak tau kalau di BPRS itu ada produk UMKM, saya saja baru tau Bank BPRS lokasinya dimana dari kamu karna kamu jelaskan tidak terlalu terkenal Bank BPRS Itu biasanya kan BSI Bank Aceh, kalo tau disitu ada pembiayaan UMKM yang angsurannya rendah kapan-kapan bisa juga pinjam dana disana untuk modal usaha jualan”.⁶

Hal tersebut menandakan bahwa masih ada masyarakat yang tidak mengetahui tentang PT. BPRS Adeco Kota Langsa dan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Karena kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh BPRS menyebabkan banyak pemilik UMKM terutama yang ada di pedesaan lebih memilih meminjam uang kepada lembaga keuangan non Bank dan juga rentenir yang memang lebih sering melakukan promosi ke pedesaan untuk menarik minat nasabah.

Selain promosi terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan UMKM di PT. BPRS Adeco Kota Langsa yaitu pelayanan. Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.⁷

Sedangkan menurut Moenir, pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.⁸ Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian

⁶ Hasil Wawancara Masyarakat Kota Langsa Bernama Ibu IIN Pada Tanggal 14 Desember 2021.

⁷<https://kbbi.web.id/%20pelayanan> diakses pada tanggal 19 Mei 2021

⁸Moenir, *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), h. 41.

kepada salah satu nasabah dari segi pelayanan di PT. BPRS Adeco Kota Langsa yang diberikan sangatlah baik, ramah, dan cepat.⁹ Namun pada hasil wawancara berikutnya yang peneliti lakukan kepada masyarakat yang mengetahui PT. BPRS Adeco Kota Langsa mendapatkan hasil yang berbeda, Ibu Yuni menyatakan bahwa pelayanan yang ada di Bank Adeco kurang baik, satpam kurang ramah, fasilitas kurang lengkap dan adanya keterlambatan dalam mengutip pembiayaan hal ini diketahui dari informasi yang didapatkan oleh teman yang sudah menjadi nasabah di PT. BPRS Adeco Kota Langsa sehingga beliau tidak berminat untuk menjadi nasabah disana.¹⁰

Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah sehingga usaha tersebut akan dinilai bermutu. Begitu pula sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan tidak memuaskan nasabah, maka usaha tersebut juga di nilai kurang bermutu oleh nasabah.¹¹

Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM di PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Dengan subjek, objek, dan jumlah sampel yang berbeda maka akan mendapatkan hasil yang berbeda dan diperkuat dengan adanya data prawawancara yang menyatakan adanya ketidaksamaan antara promosi dan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah yang diberikan oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

⁹Wawancara dengan Ariani Syafitri Nasabah BPRS Adeco Kota Langsa, pada tanggal 26-29 Februari 2021

¹⁰Wawancara dengan Ibu Yuni, Masyarakat Kota Langsa pada Tanggal 14 Desember 2021

¹¹Moenir, *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), h. 43.

Walaupun PT. BPRS Adeco Kota Langsa bukan Bank yang berskala nasional, namun dari hasil observasi peneliti, PT. BPRS Adeco Kota Langsa mampu bertahan selama 14 tahun ditengah-tengah perbankan nasional di Kota Langsa. Sehingga menjadi fokus utama peneliti untuk mengetahui dan menganalisis tentang **“Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat dalam Mengambil Pembiayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, ada beberapa identifikasi masalah yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Pihak PT. BPRS Adeco Kota Langsa sudah melakukan promosi secara maksimal namun masih ada masyarakat yang belum berminat untuk mengambil pembiayaan UMKM.
2. Pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan BPRS dalam melayani nasabah sudah dilakukan dengan cukup maksimal seperti bersikap sopan, ramah, cepat tanggap kepada seluruh nasabah, namun belum mampu secara maksimal menimbulkan minat kepada seluruh masyarakat dalam menggunakan pembiayaan UMKM.
3. Kurangnya minat masyarakat terhadap pengambilan pembiayaan UMKM dikarenakan masyarakat masih banyak yang tertarik untuk meminjam uang pada lembaga keuangan selain PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

1.3. Batasan Masalah

Setelah melakukan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Promosi menjadi salah satu hal terpenting dalam memperkenalkan produk-produk yang ada di PT. BPRS Adeco Kota Langsa, promosi bisa dilakukan melalui brosur, iklan, spanduk dan lain sebagainya.
2. Pelayanan termasuk faktor terpenting selanjutnya yang harus diberikan oleh seluruh karyawan kepada nasabah PT. BPRS Adeco Kota Langsa.
3. Di Kota Langsa sendiri banyak sekali UMKM yang membutuhkan penambahan modal, namun sebagian UMKM tidak mengetahui bagaimana cara mendapatkan modal usaha. Jadi dalam kasus ini PT. BPRS Adeco Kota Langsa menawarkan solusi bagi pemilik UMKM yang kekurangan modal dengan adanya produk pembiayaan khusus UMKM.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat memaparkan perumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa?
3. Bagaimana pengaruh promosi dan pelayanan secara simultan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa?

1.5. Tujuan dan Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan secara simultan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka manfaat penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Untuk menambah pengetahuan bagi para pembaca tentang pengaruh dari pengetahuan, promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM yang ada di PT. BPRS Adeco Kota Langsa dan diharapkan dapat menjadi referensi serta pengembangan teori pada penelitian selanjutnya mengenai variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat

masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM di PT. BPRS Adeco Kota Langsa

2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat mengenai produk pembiayaan UMKM yang diterapkan oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa dan melakukan berbagai macam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

1.6. Penjelasan Istilah

1. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat tukar untuk memengaruhi masyarakat dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.¹²
2. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani masyarakat.¹³
3. Menurut Kotler minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangasangan dari produk yang dilihatnya. Minat nasabah akan timbul

¹²Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus* (Yogyakarta: Penerbit Caps, 2013), h. 29

¹³Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), h. 15.

dengan sendirinya jika nasabah sudah merasa tertarik atau memberikan respon yang positif terhadap produk yang ditawarkan .¹⁴

1.7. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini akan disajikan dalam 5 bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang ide-ide pokok dan pemikiran-pemikiran yang tertuang dalam pembahasan penelitian yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian seperti: bank syariah, pembiayaan pada bank syariah, pelayan, promosi, minat, penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan, definisi operasional dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, analisis karakter responden, Analisa data dan pembahasan.

¹⁴ Kotler dan amstrong , *Dasar-Dasar Pemasaran*,(Jakarta:Perhalindo, 2018), h. 63.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan skripsi yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Adeco Kota Langsa

Sejumlah tokoh, intelektual, pengusaha yang berdomisili di Jakarta, Medan dan Aceh yang bergabung dalam wadah : Aceh Business Club (ABC) yang didirikan pada 3 Mei 1990 di Jakarta, mencetus "*Program Saweu Gampong Halaman*" dengan maksud dan tujuan untuk mendukung usaha rakyat yang berekonomi lemah di Jakarta dan sekitarnya, serta di Provinsi Aceh, dan membuka peluang pekerjaan bagi putra-putri Aceh untuk peningkatan kesejahteraan kehidupan keluarganya. Selain membantu pemerintah pusat dan pemerintah Provinsi Aceh dalam mengatasi pengangguran dan peningkatan pendapatan daerah.⁹⁸

Pertumbuhan perekonomian industri kreatif dan produktif berbasis kerakyatan, merupakan landasan pengembangan kemajuan suatu daerah. Indonesia hingga saat ini masih mengalami berbagai krisis, diantaranya yang paling terasakan : *krisis ekonomi global yang terjadi sejak tahun 1997 sampai sekarang*, dan dampaknya seluruh lapisan masyarakat perkotaan hingga pedesaan, termasuk di daerah Provinsi Aceh.

Provinsi Aceh, selain dampak *krisis ekonomi global*, juga mengalami musibah bencana alam, gempa bumi, dan tsunami pada tanggal. 26 Desember

⁹⁸ <https://www.scribd.com/document/437722288/adeco>. Sejarah PT. BPRS Adeco Kota Langsa

2004, serta berbagai musibah akibat konflik dalam masyarakat, yang merupakan faktor lambannya pertumbuhan perekonomiannya. Fobia terhadap kenyamanan juga merupakan faktor para investor sangat hati-hati untuk menanamkan modal di daerah serambi Mekah.

Pada masa krisis ekonomi global telah membuktikan bahwa usaha industri kreatif dan produktif milik rakyat kecil lebih bertahan, dan berkembang, termasuk perbankan syariah. Pertumbuhan pengembangan ekonomi kerakyatan di Aceh membutuhkan perhatian khusus, baik tingkat usaha skala makro maupun mikro. Skala usaha makro dipacu pembangunan sektor *riil*, berupa berbagai industri menengah keatas. Sedangkan skala mikro ditumbuh kembangkan perekonomian yang berbasis kerakyatan, termasuk Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM).

Terealisasi Program Pemerintah Pusat dan Daerah Provinsi Aceh dalam mengatasi kemiskinan dan membuka peluang lapangan kerja, perlu mendapatkan dukungan semua pihak, termasuk mendirikan PT. Bank Pembiayaan Rakyat : “BPR Syariah Adeco” (*ADECO singkatan dari Aceh Development Corporation*) yang berkantor pusatnya : Jl. A. Yani No. 88 - 92 Kota Langsa, Provinsi Aceh. pada tanggal 23 Maret 2007, dan mulai operasionalnya pada tanggal 10 Agustus 2009.

Bank BPR Syariah Adeco beroperasi berlandasan prinsip syariah dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat setempat, dan juga sesuai dengan diberlakukannya Syariah Islam di Provinsi Aceh. Bank ini tidaklah eksklusif, dikarenakan dapat melayani seluruh elemen masyarakat, dengan fokus utamanya

pada pertumbuhan dan pengembangan Wirausaha Industri Kreatif dan Produktif bagi Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (KUMKM).

Dukungan Pemerintah Daerah dan Pemerintah Kota setempat sangat penting untuk pengadaan peningkatan pendidikan dan pelatihan keterampilan bagi Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas tinggi dan mampu menghadapi tantangan yang sangat menantang. Supaya menjadikan sebagai lahan yang subur dalam menumbuhkan kembangkan wirausaha industri kreatif dan produktif untuk terciptakan peningkatan kesejahteraan bagi rakyatnya.

1. Visi, Misi, dan Motto.

Bank BPR Syariah Adeco memiliki visi dan misi serta motto yang jelas dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan masa depan rakyat Aceh secara kuantitatif dan kualitatif, demi peningkatan keadilan, kebersamaan, kemaslahatan, bermartabat dan Islami serta menjangkau semua elemen masyarakat secara proporsional.

Visi : Menjadikan perbankan yang prima dalam pengelolaan industri jasa perbankan syariah untuk peningkatan modal wirausaha bagi ekonomi kerakyatan dan UMKM. Peningkatan kesejahteraan karyawan dan para pemegang saham, dengan menjaga amanah, kehati-hatian, keterbukaan, berkesinambungan, berwawasan regional, nasional, global serta bermartabat dan ramah lingkungan.

Misi : Untuk mencapai Visi tersebut, Misi yang dilakukan, adalah : 4 P, yaitu :

- a. Prima dalam kinerja, meningkatkan mutu Sumber Daya Insani (SDI) yang unggul dalam penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

(IPTEK), serta Iman dan Taqwa (IMTAQ), serta profesional, kompeten pada perbankan syariah.

- b. Prima dalam pertumbuhan wirausaha perbankan syariah, membangun perekonomian daerah yang unggul dengan memfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kreatif dan produktif.
- c. Prima dalam pelayanan yang ramah, bermartabat dan terpercaya, kepada kemitraan.
- d. Prima dalam pengelolaan usaha perbankan syariah, kehati-hatian, menjaga amanah, efisiensi, efektif, transparan, dan akuntabel serta berkesinambungan.

Motto : “*Lebih Adil dan Terpercaya Bersama Mitra*”

2. Manajemen dan Struktur Organisasi Perseroan.

PT. BPR Syariah Adeco, dikelola secara manajemen profesional dalam bidang usaha jasa perbankan syariah, yang dipimpin oleh Direksi yang telah memiliki Sertifikasi Direktur, dan didukung oleh Dewan Komisaris serta Dewan Pengawas Syariah (DPS), beserta karyawan yang terdidik kemampuan keahliannya.

Susunan Direksi, Dewan Komisaris dan DPS, sebagai berikut :

a. Direksi

Direktur Utama : Zulkifli A. Jalil, SE, MM.

Direktur : Mukhlis, SE

b. Dewan Komisaris :

Komisaris Utama : Teuku Anwar Djohansyah

Komisaris : H. Noekman Darsono, SH, MH.

c. Dewan Pengawas Syariah (DPS) :

Ketua : Dr. Abdul Hamid, MA

Anggota : Hasan Basri, S.Ag. MH.

Untuk kelancaran tugas Direksi, dibantu oleh para Pejabat Eksekutif, para Kepala Bagian dan para karyawan Perseroan yang berjumlah 35 orang, dengan tugas, wewenang dan tanggung-jawab sesuai pada masing-masing jabatannya. Melengkapi posisi dan jabatan karyawan dapat terlihat dan disimak pada Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Adeco.

3. Perkembangan Kesehatan Bank

Pada penutupan Buku per 31 Desember 2020, PT. BPR Syariah Adeco mengalami peningkatan kesehatannya sangat bagus, atas dasar hasil analisis perhitungan rumus rasio manajemen keuangan, sebagai berikut:

- a. CR (*Cash Ratio*), pada posisi peringkat 1
- b. CAR (*Carent Asset Ratio*), pada posisi peringkat 1
- c. FDR (*Financing to Deposito Ratio*), pada posisi peringkat 1
- d. ROA (*Return On Asset*), pada posisi peringkat 1
- e. ROE (*Return On Equity*), pada posisi peringkat 1
- f. BOPO/REO (*Return Efisiensi Operasional*), pada posisi peringkat 1
- g. NPF (*Non Performance Financing*) Gross, pada posisi peringkat 1
- h. NPF (*Non Performance Financing*) Net, pada posisi peringkat 1

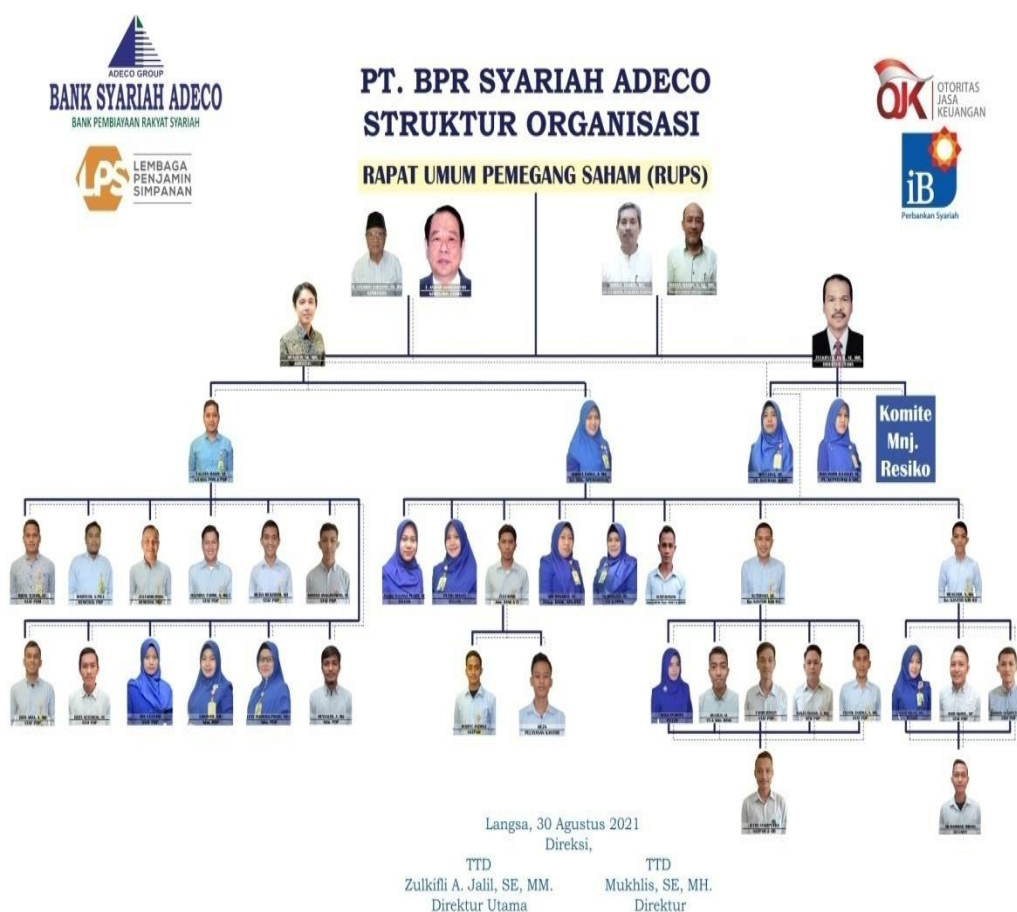
4. Perolehan Penghargaan.

Pada tahun 2015 dan Tahun 2016 BPR Syariah Adeco mendapatkan 2 penghargaan, yaitu :

- a. Penerimaan penghargaan dari pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bahwa PT. BPR Syariah Adeco, sebagai BPR/BPRS dengan Peningkatan Dana Pihak Ke Tiga yang terbaik di Provinsi Aceh, dan penyerahan penghargaan Tgl. 10 Oktober 2015 di Lhokseumawe.
- b. Penerimaan penghargaan dari Majalah Infobank Jakarta, bahwa PT. BPR Syariah Adeco, dengan predikat “Sangat Bagus Atas Kinerja Keuangan” dan diterima penghargaan pada tanggal 16 Oktober 2015 di Jakarta.
- c. Pada tahun 2016 Majalah Infobank Jakarta, terbitan Edisi Khusus Syariah 2016 bulan September 2016 memberi penilaian ke dua kali kepada PT. BPR Syariah Adeco, terpilih sebagai BPRS terbaik pada 2016, dengan predikat “Sangat Bagus Atas Kinerja Keuangan”
- d. Pada tahun 2017 Majalah Infobank Jakarta, terbitan Edisi Khusus Syariah 2017 bulan Oktober 2017 memberi penilaian ke tiga kali kepada PT. BPR Syariah Adeco, terpilih sebagai BPRS terbaik pada 2017, dengan predikat “Sangat Bagus Atas Kinerja Keuangan”
- e. Pada tahun 2018 Majalah Infobank Jakarta, terbitan Edisi Khusus Syariah 2018 bulan September 2018 memberi penilaian ke empat kali kepada PT. BPR Syariah Adeco, terpilih sebagai BPRS terbaik pada 2018, dengan predikat “Sangat Bagus Atas Kinerja Keuangan”
- f. Pada tahun 2019 Penerimaan 3 penghargaan dari Majalah Info Bank di Jakarta, pada Tanggal 25 Oktober 2019 di Jakarta, yaitu:

- 1) Penghargaan Tahunan Rangking I dengan Predikat “Sangat Bagus Atas Kinerja Keuangan” Selama Tahun 2018, dengan jumlah nilai: 97,95 (*Excellent In Financial Permormance Throughout 2018*).
- 2) Penghargaan selama 5 tahun berturut-turut, “Sangat Bagus “(*Excellent In Financial Permormance Throughout 2014-2018*).
- 3) Penghargaan selama 5 tahun berturut-turut, dengan jumlah nilai rata-rata 95,80 (*The Best Performance Share Rural Bank 2019*).

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Adeco Kota Langsa

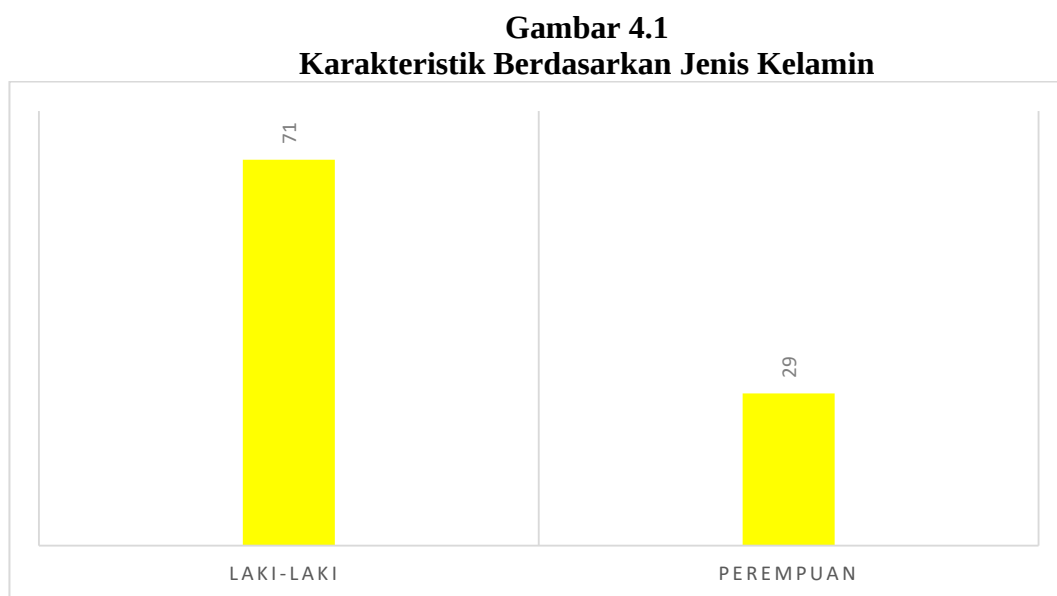


4.1.2 Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Gambar 4.1 berikut ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

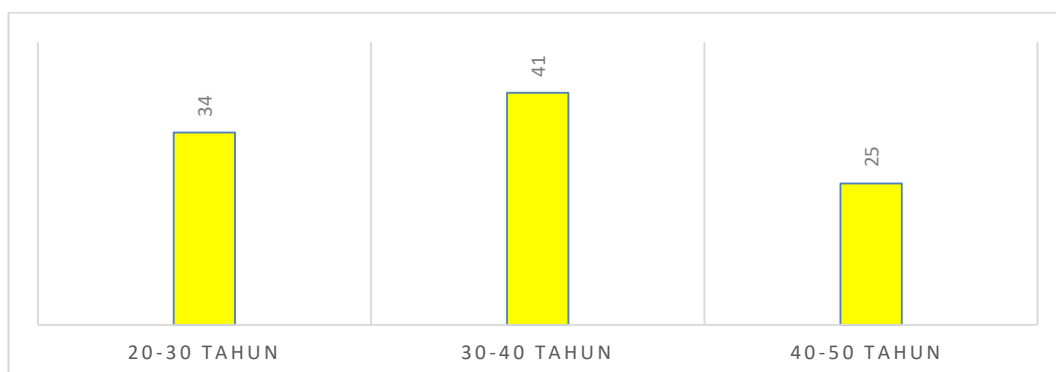
Dari Gambar 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berasal dari kalangan laki-laki, yaitu sebanyak 71 (71%). Sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 29 (29%).

2. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4.2

Karakteristik berdasarkan Usia



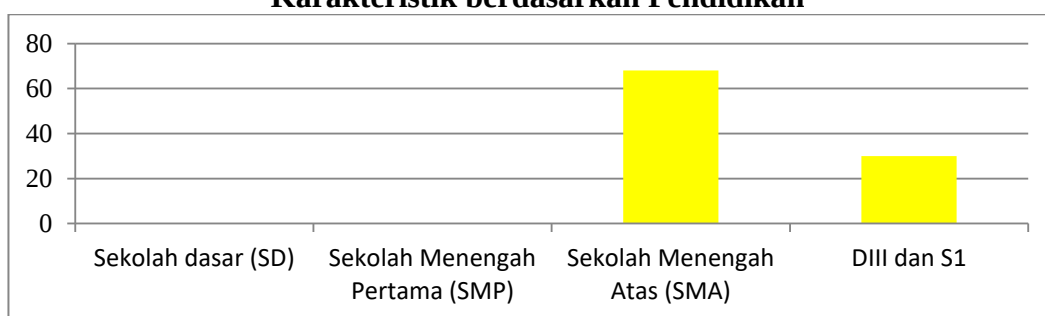
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.2 Berdasarkan terlihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden berusia 30-40 tahun sebesar 41 (41%), sedangkan yang paling sedikit adalah yang berusia 41-50 tahun sebesar 25 (25%).

3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan disajikan pada Gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3
Karakteristik berdasarkan Pendidikan



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang berpendidikan terakhir SMA/SMK adalah yang terbanyak menjadi responden

penelitian yaitu berjumlah 68 (68%) responden. Sedangkan DIII dan S1 berjumlah 32 (32%).

4.1.3 Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 20,00, teknik yang digunakan dalam penelitian ini dilakuakn dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan $N = 98$ didapat r tabel 0.196. Dari uji valitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Uji validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Promosi (X_1)			
x.1.1	0.617	0.196	Valid
x.1.2	0.432	0.196	Valid
x.1.3	0.374	0.196	Valid
x.1.4	0.581	0.196	
Kualitas Pelayanan (X_2)			
x.2.1	0.368	0.196	Valid
x.2.2	0.505	0.196	Valid
x.2.3	0.405	0.196	Valid
x.2.4	0.576	0.196	Valid
x.2.5	0.481	0.196	Valid
Minat (y)			
y.1	0.792	0.196	Valid
y.2	0.810	0.196	Valid
y.3	0.424	0.196	Valid
y.4	0.285	0.196	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari hasil perhitungan korelasi seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel (r tabel = 0,196). Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrument dari variabel promosi dan pelayanan terhadap minat seluruhnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2

Hasil uji Reliabilitas Kuesioner

a. Promosi (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	5

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	6

c. Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil analisis uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel promosi, kualitas pelayanan dan minat memiliki nilai $> 0,60$, sehingga instrumen pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametric Kolmogorov-Sminov (K-S). Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* > 0.05 , maka H_a diterima, jadi data residual berdistribusi normal. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* < 0.05 , maka H_o diterima, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:⁹⁹

Tabel 4.3
Tabel Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.15353007
	Absolute	.071
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.706
Asymp. Sig. (2-tailed)		.702

a. Test distribution is Normal.

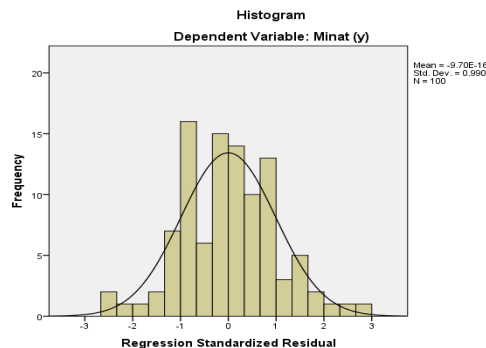
b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil uji Output diketahui bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,702 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,702 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal dengan asumsi H_a diterima dan H_o ditolak.

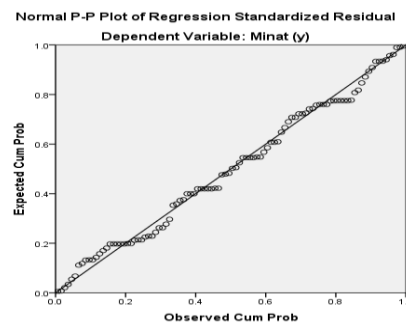
⁹⁹Azuar Julianda dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 170.

Gambar 4.5
Histogram



Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang atau pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya berdistribusi normal. grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan

Gambar 4.6
Normal P-Plot



Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linearitas

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Output analisis dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat (y) * Promosi (X1)	(Combined)		395.136	9	43.904	29.787	.000
	Between Groups	Linearity	384.365	1	384.365	260.775	.000
		Deviation from Linearity	10.771	8	1.346	.913	.509
	Within Groups		132.654	90	1.474		
	Total		527.790	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat (y) * Pelayanan (X2)	(Combined)		222.843	9	24.760	7.308	.000
	Between Groups	Linearity	169.724	1	169.724	50.091	.000
		Deviation from Linearity	53.119	8	6.640	1.960	.061
	Within Groups		304.947	90	3.388		
	Total		527.790	99			

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 output SPSS diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas yaitu promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu minat. Nilai signifikan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Variabel promosi (X_1) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.509. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.509 > 0.05$) yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel promosi (X_1) terhadap minat (Y).
- b. Variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.061. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.061 > 0.05$) yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat (Y).

3. Uji Multikolinearitas

Adapun hasil pengujian multikoliniearitas dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Multikoliniearitas
Coefficients^a

Model	95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
	Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.302	.541		
Promosi (X1)	.740	1.009	.735	1.361
Pelayanan (X2)	.060	.310	.735	1.361

a. Dependent Variable: Minat (y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel diatas, hasil penelitian yang ditemukan adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tolerance variabel promosi (X_1) sebesar 0,735 dimana nilai tersebut berada di atas 0,1 sementara nilai VIF sebesar 1,361 dimana nilai tersebut

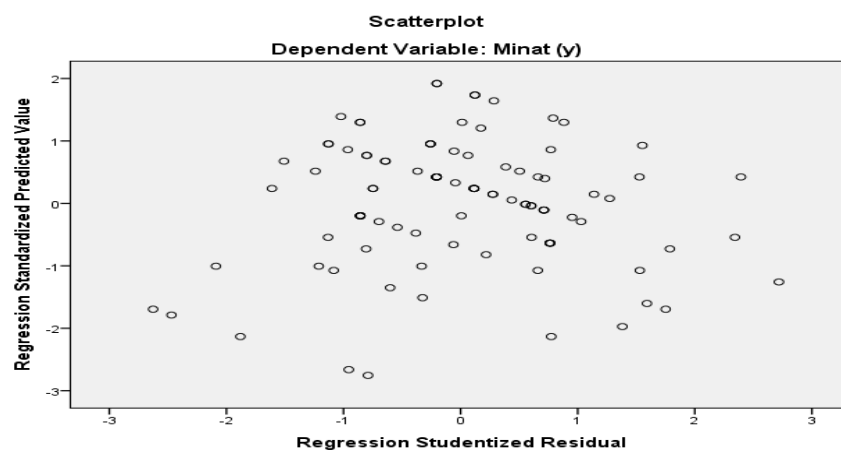
masih berada dibawah 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

- b. Nilai Tolerance variabel pelayanan (X_2) sebesar 0,735 dimana nilai tersebut berada di atas 0,1 sementara nilai VIF sebesar 1,361 dimana nilai tersebut masih berada dibawah 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar:

Gambar 4.5



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.5 terlihat titik-titik pada grafik plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

5. Uji Autokorelasi

Hasil pengujian autokolerasi dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.750 ^a	145.817	2	97	.000	2.171

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Minat (y)

Berdasarkan Tabel 4.6 output spss diatas nilai durbin watson yaitu 2,171 dimana jika nilai $du < d$ (nilai durbin Watson) $< 4-du$ atau $(1,7364 < 2,171 < 2,2636)$ artinya tidak terjadi autokorelasi.

6. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda antara variabel promosi dan pelayanan terhadap minat adalah sebagai berikut:¹⁰⁰

Tabel 4.7
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.881	1.220		-1.542	.126
1 Promosi (X1)	.875	.068	.764	12.910	.000
Pelayanan (X2)	.185	.063	.174	2.934	.004

a. Dependent Variable: Minat (y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = -1,881 (\text{constan}) + 0,875 (X_1) + 0,185 (X_2) + e$$

¹⁰⁰ Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015). Hal 6-7

Keterangan :

1. Konstanta (a) sebesar -1,881 skala, dapat dijelaskan bila variabel promosi dan kualitas pelayanan atau X_1 dan $X_2 = 0$ atau dianggap konstan, maka minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM di BPRS Adeco Kota Langsa sebesar -1,881 skala.
2. Nilai variabel promosi sebesar 0,875 skala, artinya jika variabel promosi meningkat 1 persen maka nilai minat akan meningkat sebesar 87,5% dengan nilai pelayanan tetap
3. Nilai variabel pelayanan sebesar 0,185 skala, artinya jika variabel pelayanan meningkat 1 persen maka nilai minat akan meningkat sebesar 18,5% dengan nilai variabel promosi tetap

4.1.5 Uji Hipotesis

1. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil dari uji determinasi.

Tabel 4.8
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.745	1.165

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X_2), Promosi (X_1)

b. Dependent Variable: Minat (y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.10 terlihat bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,745 atau 74,5%, yang menunjukkan keterangan promosi dan pelayanan dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada minat sebesar 74,5%, sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variable x_1 , x_2 terhadap y secara keseluruhan. Hasil analisis Uji F dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini:

Tabel 4.9

**Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.057	2	198.029	145.817	.000 ^b
	Residual	131.733	97	1.358		
	Total	527.790	99			

a. Dependent Variable: Minat (y)

b. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Promosi (X1)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) promosi dan pelayanan terhadap minat dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 145,817 >$ dari $F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi = 0.000. Dengan demikian nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.

3. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial promosi dan pelayanan terhadap minat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujiannya apabila

nilai signifikansi $< 0,05$ dan atau jika ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.881	1.220		-1.542	.126
1 Promosi (X1)	.875	.068	.764	12.910	.000
Pelayanan (X2)	.185	.063	.174	2.934	.004

a. Dependent Variable: Minat (y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

- a. Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

$H_{a.1}$: Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.

Nilai t_{hitung} dari promosi sebesar 12,910 $>$ dari t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.

- b. Pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat Kota Langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

$H_{a.2}$: Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.

Nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar 2,934 $>$ dari t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_{02} ditolak. Artinya pelayanan memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.

4.2 Interpretasi Hasil Penelitian

4.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari promosi sebesar 12,910 > dari t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak.

Hasil tersebut sejalan dengan teori dari Tjiptono yang mengatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Suatu produk yang mempunyai kualitas yang tinggi apabila masyarakat belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka maka mereka tidak akan membelinya. Perusahaan melakukan program promosi untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi masyarakat untuk membelinya.¹⁰¹

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zikriatul Ulya yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM pada Perbankan Syariah di Kota Langsa. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi promosi maka berpengaruh terhadap pengetahuan yang dimiliki maka akan

¹⁰¹Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 219

meningkatkan minat.¹⁰² Penelitian yang dilakukan oleh Novia Sri Wahyuni yang menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan mikro, jadi dapat disimpulkan promosi yang dilakukan oleh BRI Syariah telah mampu menimbulkan minat atau keinginan untuk menggunakan pembiayaan mikro.¹⁰³ Penelitian yang dilakukan oleh Evi Raina menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa promosi secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat untuk mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Sehingga semakin tingginya promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Melalui promosi masyarakat akan lebih memahami dan mengetahui secara luas apa saja kelebihan yang akan didapatkan oleh nasabah pada saat mengambil pembiayaan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa promosi menjadi hal utama dalam menimbulkan minat untuk mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

Dalam penelitian ini promosi mengenai pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa adanya bersur, kemudian adanya penawaran personal

¹⁰² Zikriatul Ulya. Pengaruh Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 9, No 3, Desember 2020

¹⁰³ Novia Sri Wahyuni, Pengaruh Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Pembiayaan Mikro Bri Syariah (Studi Kasus Pengusaha Umkm Daerah Weleri). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. 2020

¹⁰⁴ Evi Raina. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Medan. *Jurnal Ekonomi*. Vol 1 No 2. 218

mengenai pembiayaan UMKM dari karyawan kepada masyarakat, kemudian karyawan PT. BPRS Adeco Kota Langsa yang sangat ramah dalam menjelaskan mengenai pembiayaan UMKM sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM

4.2.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan Nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar $2,934 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan dapat menimbulkan kepuasan dan rasa senang di hati para nasabah sehingga masyarakat akan tertarik untuk tetap menjadi nasabah di PT. BPRS Adeco Kota Langsa.

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani masyarakat. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan masyarakat atau menempatkan sesuatu dimana masyarakat sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon.¹⁰⁵ Definisi yang lain, menjelaskan Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak

¹⁰⁵Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2 005), h. 15

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹⁰⁶

Penelitian sejalan dilakukan oleh M. Aminudin yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, artinya semakin besar pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan minat.¹⁰⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Abdilla Reza menunjukan bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai t hitung $5,232 > t$ tabel $1,98$ dengan nilai signifikansi $0,006$.¹⁰⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Dina Rahmawati menunjukkan bahwa bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dengan nilai signifikansi $0,004$.¹⁰⁹

Sejalan teori yang dikemukakan oleh Kasmir bahwa pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan dan secara langsung akan meningkatkan minat. Artinya kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap banyak atau sedikitnya masyarakat yang berminat untuk menabung di PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Pelayanan disini dapat dilihat dari bukti langsung langsung yang diberikan oleh para pegawai, kehandalan para pegawai, daya tanggap dari para pegawai serta jaminan kenyamanan yang diberikan oleh para pegawai kepada para masyarakat dapat menanamkan persepsi positif di benak para masyarakat,

¹⁰⁶Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h. 6

¹⁰⁷ M. Aminudin, Pengaruh Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas perbankan Syariah Terhadap Minat memilih produk Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 6 (1). 2018

¹⁰⁸Ahmad Abdilla Reza. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Studi pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung). *Skripsi*. UIN Raden Intan Lampung. 2017

¹⁰⁹ Dina Rahmawati. Pengaruh promosi, religiusitas, pelayanan, dan reputasi terhadap keputusan anggota menyimpan dana di BMT HIRA Cabang Tanon. *Jurnal Ekonomi*. Vol 4. No 1. 2020

sehingga masyarakat dapat menceritakan hal-hal positif tersebut kepada teman dan keluarga sehingga masyarakat yang belum menjadi nasabah di PT. BPRS Adeco Kota Langsa akan berminat untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Adeco Kota Langsa tersebut.

4.2.3 Pengaruh Promosi Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (keseluruhan) promosi dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat masyarakat kota langsa dalam mengambil pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 145,817 >$ dari $F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi = 0.000. Dengan demikian nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.

Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar sebesar 0,745 atau 74,5%, yang menunjukkan keterangan promosi dan pelayanan dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada minat sebesar 74,5%, sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari skripsi ini yang berjudul pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada PT. BPRS. Adeco Kota Langsa, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari promosi sebesar $12,910 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya semakin banyak promosi yang di buat oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa maka akan semakin tinggi minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.
2. Secara parsial pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari pelayanan sebesar $2,934 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. BPRS Adeco Kota Langsa maka akan semakin besar minat masyarakat dalam mengambil pembiayaan UMKM.
3. Secara simultan (keseluruhan) promosi dan pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Masyarakat Kota Langsa Dalam Mengambil

Pembiayaan UMKM pada PT. BPRS Adeco Kota Langsa. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 145,817 >$ dari $F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi = 0.000.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kepada Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi minat seperti lokasi, kemudahan, nisbah bagi hasil dan lain sebagainya dan penelitian selanjutnya sebaiknya dirancang lebih mendalam lagi, khususnya mengenai analisis deskripsi karakteristik responden.

2. Kepada Masyarakat Kota Langsa

Diharapkan kepada masyarakat Kota Langsa dapat memahami secara lebih mendalam mengenai produk pembiayaan UMKM yang diterapkan oleh PT. BPRS Adeco Kota Langsa dan melakukan berbagai macam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.