



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PERSEPSI DAN FAKTOR DOMINAN DETERMINAN MINAT  
PELAKU USAHA MIKRO KECIL MUSLIM PENGGUNA  
JASA PELEPAS UANG TERHADAP JASA LEMBAGA  
KEUANGAN MIKRO SYARIAH**

**TESIS**

**Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M, Si)  
dalam bidang Ekonomi dan Keuangan Syariah pada Program Studi Timur  
Tengah dan Islam Program Pascasarjana Universitas Indonesia**

**PENNY RAHMAH FADHILAH  
0806450943**

**PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI TIMUR TENGAH DAN ISLAM  
KEKHUSUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
JAKARTA  
JANUARI 2011**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah karya sendiri,  
dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Penny Rahmah Fadhillah

NPM : 0806450943

Tanda Tangan :

Tanggal : 10 Januari 2011

## HALAMAN PENGESAHAN

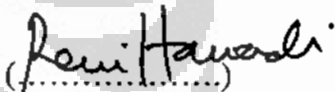
Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Penny Rahmah Fadhilah  
NPM : 0806450943  
Program Studi : Kajian Timur Tengah dan Islam  
Judul Tesis : Persepsi dan Faktor Dominan Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil Muslim Pengguna Jasa Pelepas Uang terhadap Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah

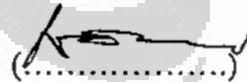
Telah berhasil dipertabankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam. Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

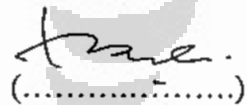
Ketua Sidang : Prof. Dr. Lydia Freyani Hawadi, Psikolog

  
(.....)


Pembimbing : Wahyu Dwi Agung, MH, MM

  
(.....)

Penguji : Ranti Wiliasih, M.Si

  
(.....)

Pembaca Ahli : Nurul Huda, MM, M.Si

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Januari 2011

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Penny Rahmah Fadhilah  
NPM : 0806450943  
Program Studi : Kajian Timur Tengah dan Islam  
Fakultas : Pascasarjana  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Persepsi dan Faktor Dominan Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil Muslim Pengguna Jasa Pelepas Uang terhadap Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 10 Januari 2011  
Yang Menyatakan

(Penny Rahmah Fadhilah)

## ABSTRAK

Nama : Penny Rahmah Fadhilah  
Program Studi: Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Judul : Persepsi dan Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil Muslim Pengguna Jasa Pelepas Uang terhadap Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan minat pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) pelaku usaha mikro kecil pengguna jasa pelepas uang muslim terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah. Untuk melihat dan menganalisis minat digunakan lima faktor yaitu pribadi, lingkungan, kemudahan, pelayanan, dan cicilan. Dari lima faktor tersebut, dilihat faktor yang dominan membentuk minat terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah.

Penelitian ini dilakukan di Kota Bogor dengan sampel sebanyak 57 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara survei menggunakan alat bantu kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya. Analisis terhadap faktor penelitian untuk melihat minat dilakukan dengan menggunakan analisis faktor. Untuk melihat persepsi digunakan statistik deskriptif.

Persepsi Pelaku UMK terhadap akses lembaga keuangan mikro syariah cukup variatif, dari mudahbaik sampai dengan sulit. Secara umum, mereka menganggap hubungan dengan lembaga keuangan formal membuat mereka sangat dibebani persyaratan dan prosedur cukup sulit. Hasil analisis faktor menunjukkan diperoleh kesimpulan bahwa minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap jasa keuangan syariah adalah disebabkan oleh : faktor sosial, besarnya motivasi, kemudahan persyaratan, dan lokasi yang strategis.

Kata Kunci: Jasa Pelepas Uang, Lembaga Keuangan Formal, pelaku UMK

## ABSTRACT

Name : Penny Rahmah Fadhilah  
Studies Program : Economics and Finance Sharia  
Title : Perception and Interest in Micro & Small Business Users Muslim  
Release Services to Money Services Islamic Microfinance Institutions

This study aims to determine the perceptions and interests of actors Micro & Small Enterprises (MSEs) of small micro business users of the Muslim moneylenders against Islamic microfinance institutions services. To view and analyze the five factors of interest used in personal, environment, convenience, service, and debt. Of the five factors, see factors that form the dominant interest in the service of Islamic micro-finance institutions.

This research was conducted in Bogor City with a sample of 57 respondents. Data was collected by questionnaire survey using the tools that have been tested for validity and reliability. Analysis of study factors to see the interest is done by using factor analysis. To view the perception used descriptive statistics.

The results of factor analysis showed interest in the perpetrator obtained the conclusion that Muslim UMK moneylenders service users against the Islamic financial services are caused by social factors; the magnitude of motivation, ease the requirements, and strategic location.

Keywords: Money Release Services, Formal Financial Institutions, actors Micro & Small Enterprises (MSEs)

## الملخص

الاسم : Penny Rahmah Fadhilah

برنامج الدراسات : الاقتصاد والمالية الشرعية

العنوان : الإدراك والاهتمام مستخدمى الأعمال الصغيرة والصغيرة خدمات النسخة المسلمة إلى خدمات مؤسسات التمويل الإسلامية المال

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد التصورات ومصالح الجهات الفاعلة الصغرى والمشاريع الصغيرة (متناهية الصغر) من مستخدمى الأعمال الصغيرة الصغيرة من المرابين ضد المسلمين الإسلامية مؤسسات التمويل الصغير الخدمات. لعرض وتحليل المتغيرات 5 من الفائدة المستخدم فى البيئة ، والشخصية، والراحة والخدمة و. المتغيرات 5، انظر المتغيرات التي تشكل مصلحة مهيمنة فى خدمة مؤسسات التمويل الصغير الإسلامي.

وقد أجريت هذه الدراسة فى مدينة بوغور مع عينة من 57 المجيبين. وتم جمع البيانات عن طريق الاستبيان باستخدام الأدوات التي تم اختبارها للتأكد من صحتها وrealibilitasnya. ويتم تحليل المتغيرات دراسة لرؤية الاهتمام باستخدام التحليل العاملي. تستخدم لعرض التصور الإحصاء الوصفي.

وأظهرت نتائج تحليل عامل مصلحة فى الحصول على مرتكب الجريمة الختام التي هي سبب المسلمين خدمة المستخدمين UMK ضد المرابين الخدمات المالية الإسلامية من خلال العوامل الاجتماعية وحجم الدافع، وسهولة المتطلبات ، وموقعها الاستراتيجي.

كلمات البحث : مال النسخة خدمات المؤسسات المالية الرسمية، والجهات الفاعلة UMK

## DAFTAR ISI

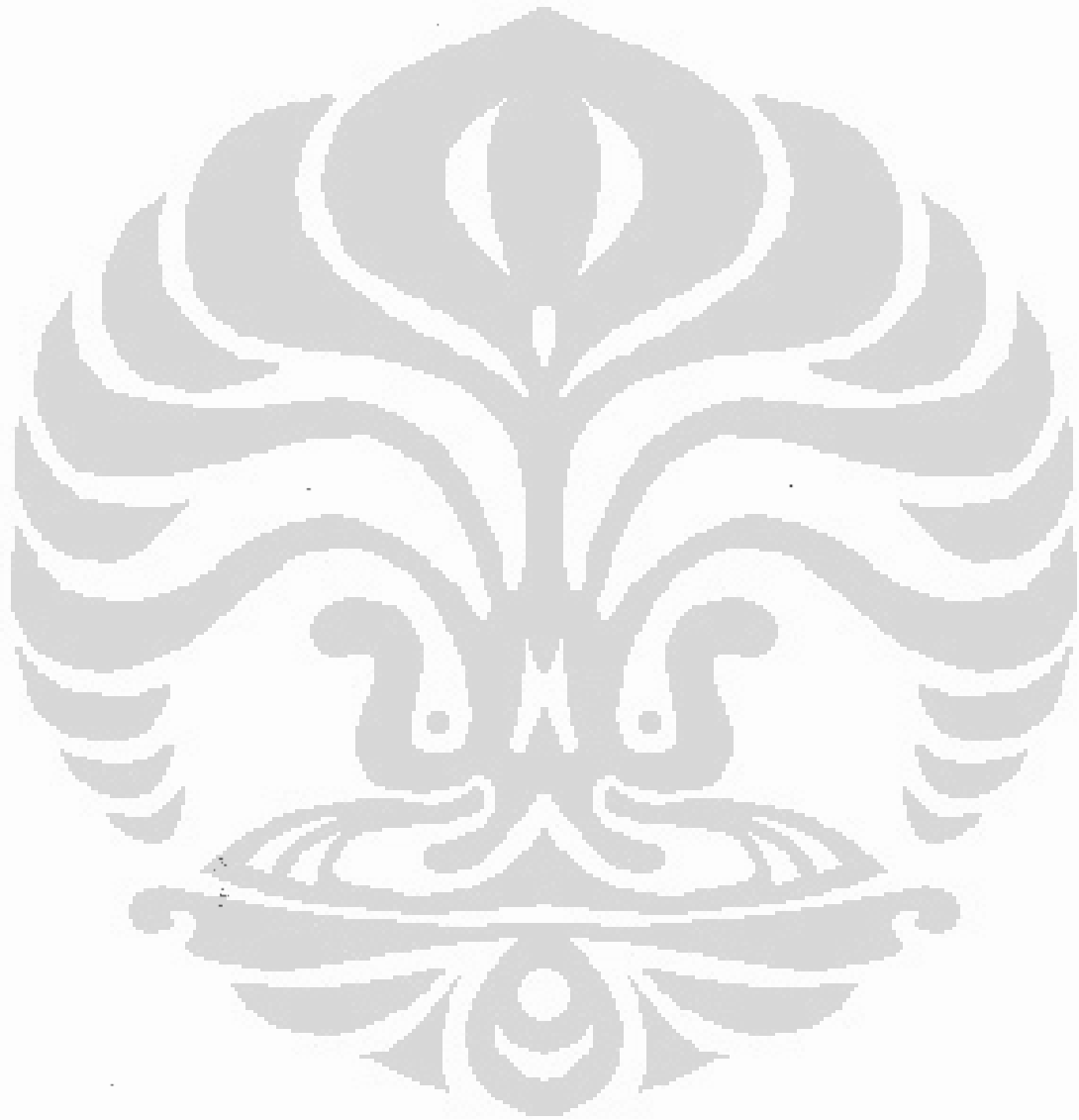
	Hal
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Pembatasan Masalah .....	4
1.6 Kerangka Pemikiran .....	5
1.7 Hipotesis .....	6
1.8 Metode Penelitian .....	7
1.9 Sistematika Penulisan .....	8
<b>2. TINJAUAN LITERATUR</b> .....	<b>10</b>
2.1 Lembaga Keuangan Mikro .....	10
2.2 Lembaga Keuangan Mikro Syariah (BMT) .....	11
2.3 Pelepas Uang dan Sejarahnya .....	15
2.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pilihan Kredit Informal .....	16
2.3.2 Dampak Negatif dan Positif Pelepas Uang .....	16
2.4 Perilaku Konsumen.....	17
2.4.1 Faktor Pribadi .....	20
2.4.2 Faktor Situasi dan Kodndisi .....	20
2.4.3 Faktor Kemudahan .....	21
2.4.4 Faktor Pelayanan .....	22
2.4.5 Faktor Cicilan .....	22
2.5 Minat .....	23
2.5.1 Pengertian Minat Membeli .....	24
2.5.2 Jenis-jenis minat .....	24
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membeli .....	25
2.6 Persepsi .....	22
2.7 Studi Kajian Terdahulu Terkait Dengan Penelitian .....	32



<b>3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Sumber Data dan Penentuan Sampel .....	33
3.2 Metode Penelitian .....	34
3.3 Definisi Operasional Faktor .....	35
3.4 Realibilitas dan Validitas .....	38
3.3.1 Uji Realibilitas .....	40
3.3.2 Uji Validitas .....	41
3.4 Analisis Penelitian .....	46
3.4.1 Analisis Deskriptif .....	46
3.4.2 Analisis Faktor .....	47
3.5 Tahapan Penyelesaian Masalah .....	50
3.6 Bagan Alur Penelitian Tahap Penyelesaian Masalah .....	51
<b>4. PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Karakteristik Usaha Responden .....	52
4.1.1 Jangka Waktu Berdagang .....	52
4.1.2 Omset Harian .....	54
4.2 Persepsi tentang Lembaga Keuangan Mikro .....	55
4.2.1 Alasan Pelaku UMK Menghindari Lembaga Keuangan Mikro...	56
4.2.2 Persepsi tentang Lembaga Keuangan Informal .....	58
4.2.3 Persepsi tentang Lembaga Keuangan Mikro Syariah .....	60
4.3 Analisis Realibilitas dan Validitas .....	63
4.4.1 Realiabilitas .....	63
4.4.1.1 Agama dan Etnis .....	63
4.4.1.2 Kelas Sosial .....	64
4.4.1.3 Motivasi .....	64
4.4.1.4 Persyaratan .....	65
4.4.1.5 Lokasi .....	65
4.4.1.6 Pelayanan .....	66
4.4.1.7 Cicilian .....	66
4.4.2 Uji Validitas .....	67
4.4.2.1 Agama dan Etnis .....	67
4.4.2.2 Kelas Sosial .....	68
4.4.2.3 Motivasi .....	69
4.4.2.4 Persyaratan .....	69
4.4.2.5 Lokasi .....	70
4.4.2.6 Pelayanan .....	71
4.4.2.7 Cicilian .....	72
4.5 Analisis Faktor .....	74
4.6 Faktor Dominan Determinan Minat Pelaku UMK terhadap Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah.....	78
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83

**DAFTAR REFERENSI**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

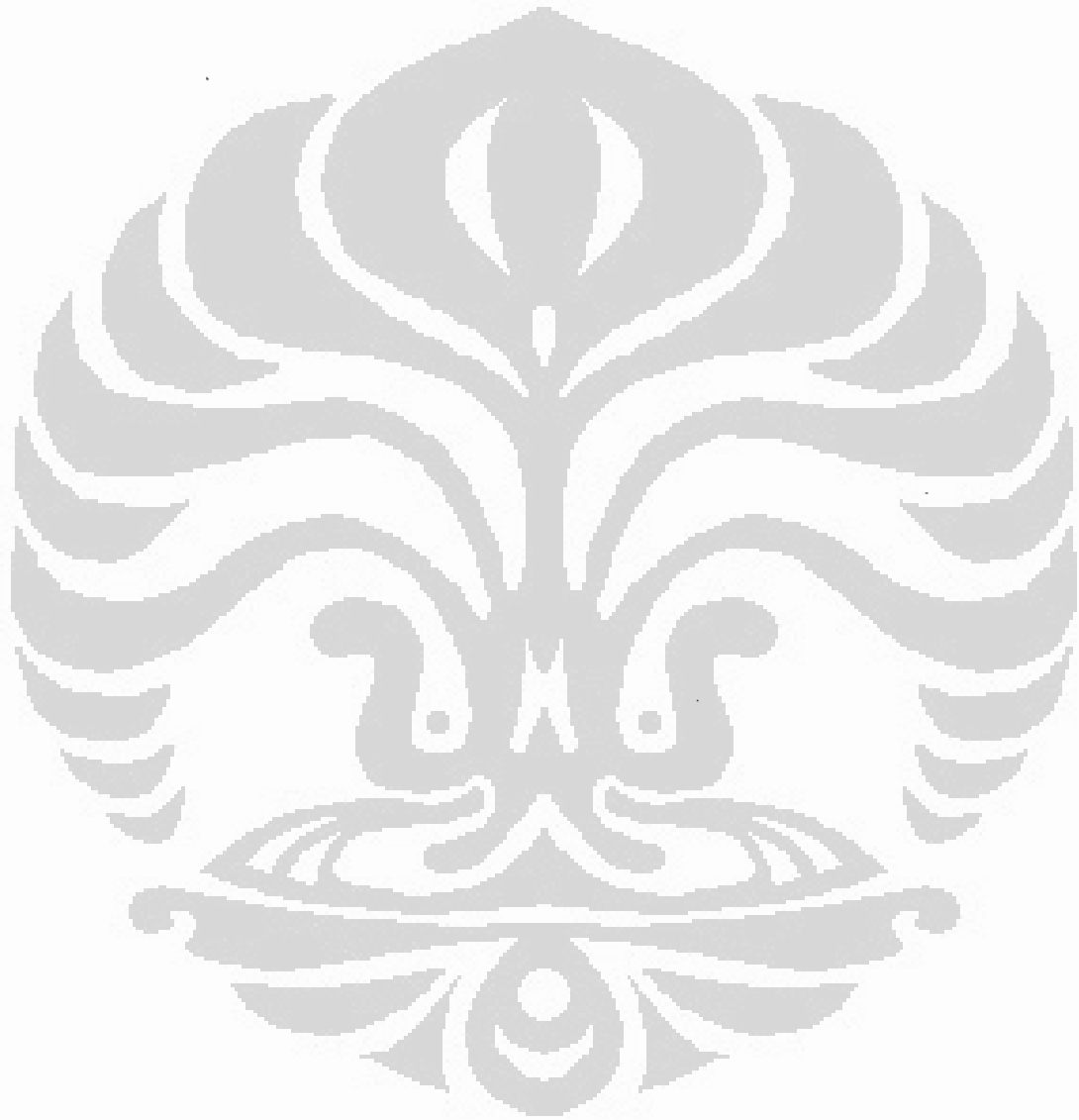
Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	6
Gambar 3.1	Tahapan-tahapan Penelitian .....	51
Gambar 4.1	Deskriptif Jangka Waktu Berdagang .....	54
Gambar 4.2	Deskriptif Jumlah Omset Harian .....	55
Gambar 4.3	Persepsi Pelaku UMK Terhadap Tingkat Kemudahan Pinjaman Pada Paguyuban .....	59
Gambar 4.4	Presepsi pelaku UMK Terhadap Tingkat Kemudahan Jasa Pinjam Pada Kerabat .....	60
Gambar 4.5	Persepsi Pedagang Terhadap Tingkat Kemudahan Pada Layanan Koperasi .....	60
Gambar 4.4	Persepsi Pedagang Terhadap Tingkat kemudahan Pada Layanan Koperasi Syariah .....	61
Gambar 4.5	Persepsi Pedagang Terhadap Tingkat Kemudahan Pada Layanan BMT .....	61
Gambar 4.7	Persepsi Pelaku UMK Terhadap Tingkat Kemudahan Pinjaman Pada Bank .....	62
Gambar 4.8	Presepsi pelaku UMK Terhadap Tingkat Kemudahan Pada Bank Syariah .....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kontribusi Usaha Kecil, Menengah, dan Besar Terhadap PDB tahun 2006 – 2007 .....	2
Tabel 1.2	Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja UKM dan UB 2006 – 2007 .....	2
Tabel 2.1	Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya .....	35
Tabel 3.1	Faktor Peneiitian dan Indikator Penelitian .....	36
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas Agama dan Etnis (30 responden) .....	38
Tabel 3.3	Uji Realibilitas Kelas Sosial (30 responden) .....	39
Tabel 3.4	Uji Realibilitas Motivasi (30 responden) .....	39
Tabel 3.5	Uji Realibilitas Persyaratan (30 responden) .....	39
Tabel 3.6	Uji Realibilitas Lokasi (30 responden) .....	40
Tabel 3.7	Uji Realibilitas Cicilan (30 responden) .....	41
Tabel 3.8	Uji Validitas Variabel Agama dan Etnis (30 responden) .....	42
Tabel 3.9	Uji Validitas Variabel Kelas Sosial (30 responden) .....	42
Tabel 3.10	Uji Validitas Variabel Motivasi (30 responden) .....	43
Tabel 3.11	Uji Validitas Variabel Persyaratan (30 responden) .....	44
Tabel 3.12	Uji Validitas Variabel Lokasi (30 responden) .....	44
Tabel 3.13	Uji Validitas Variabel Pelayanan (30 responden) .....	45
Tabel 3.14	Uji Validitas Variabel Cicilan (30 responden) .....	46
Tabel 4.1	Alasan pelaku UMK menghindari lembaga keuangan formal ..	56
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas Agama dan Etnis .....	64
Tabel 4.3	Uji Realibilitas Kelas Sosial .....	64
Tabel 4.4	Uji Realibilitas Motivasi .....	65
Tabel 4.5	Uji Realibilitas Persyaratan .....	65
Tabel 4.6	Uji Realibilitas Lokasi .....	65
Tabel 4.7	Uji Realibilitas Pelayanan .....	66
Tabel 4.8	Uji Realibilitas Cicilan .....	66
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Agama dan Etnis .....	67
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Kelas Sosial .....	68
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Motivasi .....	69
Tabel 4.12	Uji Validitas Variabel Persyaratan .....	10
Tabel 4.13	Uji Validitas Variabel Lokasi .....	71
Tabel 4.14	Uji Validitas Variabel Pelayanan .....	72
Tabel 4.15	Uji Validitas Variabel Cicilan .....	73
Tabel 4.16	Uji Bartlett's .....	74
Tabel 4.22	<i>Extraction Communaliti</i> .....	74
Tabel 4.23	Nilai <i>Total Variance Explained</i> .....	76
Tabel 4.24	<i>Rotated Component Matrix</i> .....	76
Tabel 4.25	Nilai <i>Component Matrix</i> .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas dan Uji Bartlett's.....	L1
Lampiran 2 Entri Data Survei.....	L4
Lampiran 3 Entri Data Kuesioner A .....	L6
Lampiran 4 <i>Kuesioner</i>	L12



# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Permasalahan

Keberadaan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) tidak terlepas dari perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMK). Sejak krisis moneter tahun 1998, usaha mikro kecil dan menengah dipandang sebagai sector yang memiliki daya tahan dalam situasi krisis. Sektor ini pun, lebih banyak menyerap tenaga kerja disbanding sektor-sektor lain.

Data BPS tahun 2008, pada tahun 2007 jumlah populasi UMK mencapai 49,8 juta unit usaha atau 99,99 persen terhadap total unit usaha di Indonesia yang berjumlah 49,845 juta unit usaha. Sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 91,8 juta orang atau 97,3 persen terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia yang berjumlah 94,3 juta pekerja. Sementara tenaga kerja yang diserap oleh UMK tahun 2006 mencapai 89.55 juta orang, naik 1.22 persen dibandingkan tahun 2007. Selengkapnya lihat pada table 1.1.

**Tabel 1.1**  
Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja UKM dan UB  
2006-2007

Uraian	2006*		2007**	
	UKM	UB	UKM	UB
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Unit usaha (unit)	48 779 151	4 398	49 840 489	4 527
2. Tenaga kerja (orang)	89 547 762	2 445 595	91 752 318	2 520 707

\* Angka sementara

\*\* Angka sangat sementara

Berita Resmi Statistik No. 28/05/Th.XI, 30 Mei 2008

Kontribusi sector UMK terhadap PDB juga mengalami peningkatan. Berdasarkan Data BPS tahun 2008, kondisi UMK periode 2006 sampai 2007 menunjukkan perkembangan positif. Pada tahun 2007 nilai PDB UMK mencapai Rp 2.121,3 triliun meningkat sebesar Rp 335,1 triliun dari tahun 2006. Dari jumlah ini UMK memberikan kontribusi sebesar 53,6 persen dari total PDB Indonesia, sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2006 yang mencapai Rp 1.786,2 triliun atau 53,5 persen. Pada tahun 2007 kontribusi Usaha Kecil (UK)

sebesar Rp 1.496,3 triliun (37,8 persen), Usaha Menengah (UM) sebesar Rp 625,1 triliun (15,8 persen), dan Usaha Besar (UB) sebesar Rp 1.836,1 triliun (46,4 persen). Secara sektoral aktivitas UMK ini mendominasi sektor pertanian, bangunan, perdagangan, hotel dan restoran (Tabel 1.2).

Tabel 1.2  
Kontribusi Usaha Kecil, Menengah dan Besar Terhadap PDB  
Tahun 2006-2007 (dalam persentase)

LAPANGAN USAHA (1)	Rata-rata 2006-2007				
	Kecil (2)	Menengah (3)	UKM (4)	Besar (5)	Jumlah (6)
1. Pertanian, Perkebunan, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	86,90	8,85	95,75	4,25	100,00
2. Pertambangan dan Pengalihan	8,15	3,26	11,41	88,59	100,00
3. Industri Pengolahan	12,55	11,35	23,90	76,10	100,00
4. Listrik, Gas dan Air Bersih	0,53	7,58	8,11	91,89	100,00
5. Bangunan	44,94	21,12	66,06	33,94	100,00
6. Perdagangan, Hotel dan Restoran	74,19	22,26	96,45	3,55	100,00
7. Pengangkutan dan Komunikasi	27,93	25,03	52,96	47,04	100,00
8. Keuangan, Persewaan dan Jasa Persh.	16,56	47,16	63,72	36,28	100,00
9. Jasa-jasa	39,24	7,94	47,18	52,82	100,00
<b>PDB</b>	<b>37,67</b>	<b>15,88</b>	<b>53,55</b>	<b>46,45</b>	<b>100,00</b>
<b>PDB TANPA MIGAS</b>	<b>42,25</b>	<b>17,70</b>	<b>59,95</b>	<b>40,05</b>	<b>100,00</b>

Berita Resmi Statistik No. 28/05/Th.XI. 30 Mei 2008

Perkembangan sektor UMK sebagaimana di atas menunjukkan potensi yang besar atas kekuatan sektor ini. Namun, disisi lain UMK juga masih dihadapkan pada berbagai masalah. Diantaranya, akses kepada pasar atas produk yang dihasilkan, lemahnya pengembangan dan penguatan usaha, serta keterbatasan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan formal khususnya dari perbankan. (BPS, 2008).

Keterbatasan akses sumber-sumber pembiayaan yang dihadapi oleh UMK terutama dari lembaga-lembaga keuangan formal seperti perbankan, menyebabkan mereka bergantung pada sumber-sumber keuangan informal. Salah satu bentuk dari sumber keuangan informal ini adalah jasa pelepas uang atau rentenir.

Dalam beberapa hal, lembaga-lembaga keuangan informal ini lebih disukai oleh para pelaku UMK. Terutama karena sifatnya yang fleksibel. Dalam hal persyaratan pengajuan pinjaman misalnya tidak dibutuhkan aturan yang ketat dan waktu yang lama. Karena keluwesan ini, keberadaan jasa pelepas uang lebih

disukai oleh para UMK terutama yang terdesak kebutuhan dana atau modal. Padahal kemudahan persyaratan ini harus dibayar dengan harga yang mahal berupa bunga yang tinggi. Meski demikian, pelaku UMK tetap banyak menggunakan jasa ini. Terutama mereka yang terdesak ataupun membutuhkan modal.

Bogor adalah salah satu kota dimana banyak ditemukan jasa pelepas uang. Keberadaan jasa pelepas uang telah dikenal sejak lama. Mereka dikenal sebagai Bank keliling dengan persyaratan cepat, mudah, dan tanpa prosedur yang berbelit-belit namun dengan bayaran dan bunga yang tinggi. Disebutkan dalam Portal resmi Pemda Kota Bogor, [www.bogor.go.id](http://www.bogor.go.id), 11 Maret 2010.

Kondisi ini menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti karena masih banyak pelaku UMK yang masih menggunakan pelepas uang dalam mengembangkan usahanya. Padahal hal tersebut adalah riba dan haram. Selain itu juga akan memberatkan pelaku usaha mikro kecil muslim tersebut dalam membayarkan hutang pinjamannya.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dalam mengkaji permasalahan tersebut dalam bentuk tesis "Persepsi dan Faktor Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil Muslim Pengguna Jasa Pelepas Uang Terhadap Jasa Keuangan Mikro Syariah".

## 1.2. Perumusan Masalah

Peranan lembaga keuangan sangat besar sekali membantu kegiatan perekonomian tidak hanya dalam lingkup makro tetapi juga lingkup mikro. Pemberian kredit tidak selamanya memberikan kontribusi yang positif terhadap peminjamnya tetapi juga mempunyai pengaruh negatif. Salah satu contoh, lembaga keuangan informal yang menerapkan bunga  $\pm 20\%$  sampai saat ini masih tetap dapat bertahan sebagai alternatif bagi para pelaku UMK.

Meski dengan biaya tinggi, jasa pelepas uang masih diminati, termasuk oleh para pelaku UMK. Padahal sudah jelas praktik ini tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam karena transaksi riba.

Sementara itu praktik lembaga keuangan mikro syariah, yang notabene sesuai syariah, meskipun lebih memanusiaikan para pelaku UMK, namun tidak



banyak peminatnya. Hanya segelintir pelaku UMK yang tertarik untuk meminjam di lembaga keuangan syariah.

Atas dasar kenyataan ini, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini menjadi topik penelitian. Mengacu pada pokok masalah tersebut maka disusun pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang di kota Bogor terhadap akses pinjaman ke lembaga keuangan formal ataupun informal?
2. Faktor-faktor dominan apa yang menjadi determinan minat pelaku UMK untuk menggunakan jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu :

1. Mengetahui persepsi pengguna jasa pelepas uang terhadap akses ke lembaga keuangan formal ataupun informal.
2. Mengetahui faktor dominan yang menjadi determinan minat pelaku UMK untuk menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi para praktisi Lembaga keuangan syariah, sebagai masukan dalam membuat strategi pemasaran kepada pelaku UMK.
2. Bagi akademisi, sebagai tambahan bahan kajian baru dalam melihat persepsi dan minat pelaku UMK pengguna jasa pelepas uang.
3. Secara pribadi, penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan dan tambahan pengetahuan.

### **1.5. Pembatasan Masalah**

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Bogor, khususnya sepanjang Kebon Raya Bogor – Tajur karena banyak pelaku UMK muslim yang masih menggunakan jasa pelepas uang
2. Penelitian ini dilakukan pada bulan April – Juli 2010

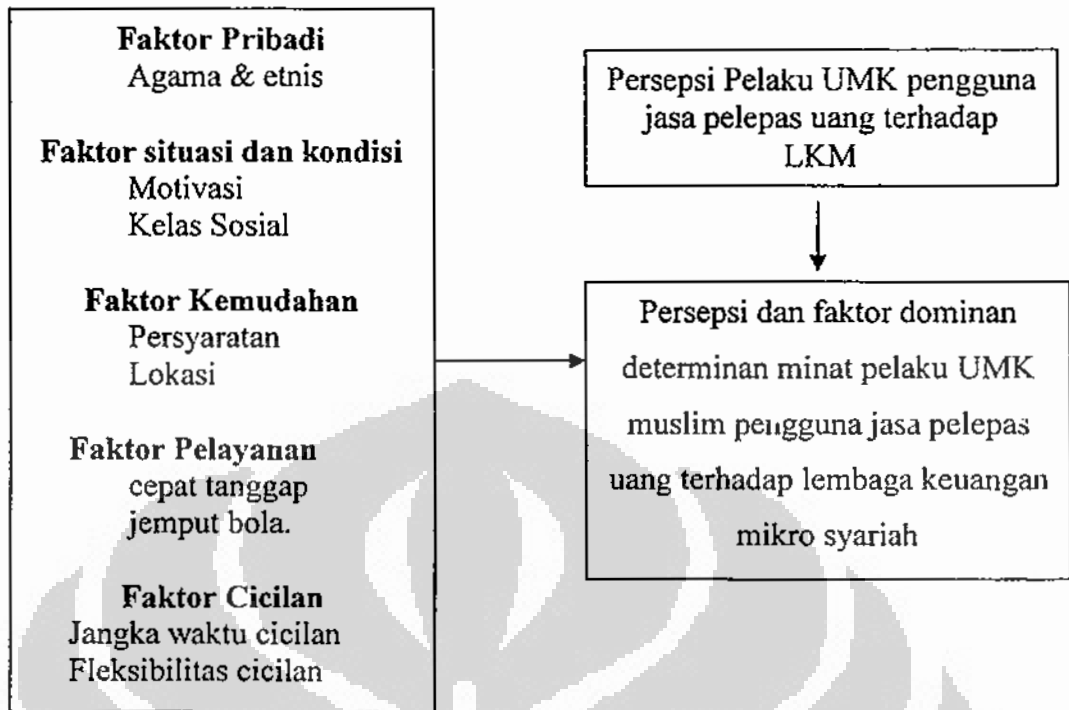
## 1.6. Kerangka Pemikiran

Seorang konsumen yang rasional akan mencari produk yang paling cocok dan sesuai dengan preferensinya. Faktor-faktor dominan yang mendasari preferensi dan keputusan seseorang dalam pengambilan keputusan untuk memilih suatu produk dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor-faktor eksternal meliputi keluarga, budaya, sub budaya, faktor situasi dan kondisi dan sosial, harga, tempat, merek, bonus, pelayanan dan sebagainya. Sedangkan faktor-faktor internal meliputi karakteristik konsumen itu sendiri, seperti faktor psikologi, perilaku dan kepribadian. (Kotler: 1997, hal 24-30).

Pringgodigdo (2009) menjelaskan bahwa keputusan pedagang muslim tradisional dalam memilih lembaga keuangan mikro syariah sebagai penyedia jasa modal kerja dibentuk oleh beberapa faktor yaitu: pribadi, lingkungan, kemudahan, biaya, pelayanan, dan cicilan. Dengan mengadopsi model penelitian Pringgodigdo, tesis ini menggunakan 5 faktor yang sama yaitu faktor pribadi, lingkungan, kemudahan, pelayanan, dan cicilan. Faktor biaya tidak digunakan dengan alasan pelaku UMK belum pernah menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah sehingga tidak relevan jika dianalisis dengan faktor biaya sebagai determinan minat terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah.

Schiffman dan Kanuk (2008) mengatakan bahwa persepsi seseorang tentang kualitas produk akan berpengaruh terhadap minat membeli yang terdapat pada individu. Persepsi yang positif tentang kualitas produk akan merangsang timbulnya minat konsumen untuk membeli yang diikuti oleh perilaku pembelian.

Kerangka penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran Penelitian**

**1.7. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut : Faktor pribadi, lingkungan, kemudahan, pelayanan, dan cicilan merupakan faktor dominan sebagai determinan minat pelaku usaha mikro kecil muslim terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah.

1.  $H_0$  = Faktor pribadi dan atributnya merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah
- $H_1$  = Faktor pribadi dan atributnya bukan merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah

2. Ho = Faktor situasi dan kondisi dan atributnya merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah  
H1 = Faktor situasi dan kondisi dan atributnya bukan merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah
3. Ho = Faktor kemudahan dan atributnya merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah  
H1 = Faktor kemudahan dan atributnya bukan merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah
4. Ho = Faktor pelayanan dan atributnya merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah  
H1 = Faktor pelayanan dan atributnya bukan merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah
5. Ho = Faktor cicilan dan atributnya merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah  
H1 = Faktor cicilan dan atributnya bukan merupakan faktor dominan determinan minat pelaku UMK muslim pengguna jasa pelepas uang terhadap lembaga keuangan mikro syariah

### 1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dalam melihat persepsi pelaku UMK terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah. Untuk melihat faktor

dominan pembentuk determinan minat pelaku UMK terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah digunakan metode analisis faktor.

Teknik analisis data menggunakan analisis faktor, yang merupakan suatu teknik statistik multivariat yang digunakan untuk mengurangi atau meringkas semua faktor terikat dan saling ketergantungan. Tujuan dari analisis faktor menjelaskan hubungan diantara banyak faktor dalam bentuk faktor dimana faktor tersebut merupakan besaran acak yang tidak dapat diamati atau diukur secara langsung (Maholtra: 1996, 645).

Objek penelitian dalam tesis ini adalah pelaku UMK pengguna jasa pelepas uang yang berada di Kota Bogor, khususnya di sepanjang Kebun Raya Bogor hingga Tajur. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*.

### 1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika pelaporan hasil penelitian (tesis) ini disusun dan disajikan dalam lima bab pembahasan yang meliputi:

#### 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka pemikiran penelitian, hipotesis, metode penelitian dan sistematika penulisan

#### 2 Tinjauan Literatur

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang terkait dengan perilaku konsumen, Lembaga keuangan yang meliputi lembaga keuangan bank, baik yang konvensional dan syariah, serta juga lembaga keuangan non bank, lalu dilanjutkan dengan kajian penelitian sebelumnya yang menjadi bahan kajian penulis dalam melakukan penelitian ini.

### 3 Metode Penelitian

Berisi tentang uraian mengenai tempat penelitian, waktu penelitian, objek penelitian, teknik pengambilan sampel, faktor dan indikator faktor, serta hasil uji realibilitas dan validitas instrumen.

### 4 Pembahasan

Dalam bab ini akan dibahas mengenai faktor dominan determinan minat pelaku UMK terhadap lembaga keuangan mikro syariah dan persepsi mereka tentang lembaga keuangan mikro syariah. Analisis data yang dilakukan adalah analisis secara statistik, deskriptif, dan kualitatif.

### 5 Kesimpulan dan saran

Dalam bab ini disimpulkan hasil penelitian, setelah itu akan dikemukakan saran-saran dan rekomendasi untuk perbaikan dan penyempurnaan lebih lanjut dari hasil penelitian ini

## 2. TINJAUAN LITERATUR

Pada Bab 2 akan dijelaskan mengenai landasan teori yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Selain itu, dalam bab ini juga akan dibahas mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tesis ini serta bagaimana bentuk penerapan teori yang telah dipaparkan untuk memecahkan permasalahan yang ada.

### 2.1 Lembaga Keuangan Mikro

Selama dua dasawarsa terakhir, keuangan mikro telah menjadi suatu wacana global yang diyakini banyak pihak sebagai metode untuk mengatasi kemiskinan. Berbagai lembaga multilateral dan bilateral mengembangkan keuangan mikro dalam berbagai program kerjasama. Pemerintah di berbagai negara berkembang juga telah mencoba mengembangkan keuangan mikro pada berbagai program pembangunan. Berbagai lembaga keuangan formal dan lembaga swadaya masyarakat turut berperan meramaikan pasar keuangan mikro.

Di Indonesia sendiri posisi keuangan mikro dalam tataran wacana dan kebijakan masih marjinal. Pada beberapa waktu lalu terakhir wacana keuangan mikro kembali diangkat mengikuti perhatian yang juga semakin besar untuk mencari pendekatan alternatif untuk menanggulangi kemiskinan dan memberdayakan ekonomi rakyat yang peran strategisnya semakin diakui. Lembaga Keuangan Mikro baik sifatnya formal, semi formal, maupun informal adalah lembaga keuangan yang melakukan kegiatan jasa keuangan untuk pengusaha mikro dan masyarakat berpenghasilan rendah. Contoh Lembaga keuangan formal misalnya Bank Desa dan koperasi. Lembaga keuangan semi formal misalnya organisasi pemerintah. Dan lembaga keuangan yang informal misalnya pelepas uang. (Krisnamurthi, 2002).

LKM di Indonesia menurut Bank Indonesia dibagi menjadi dua kategori yaitu LKM bank serta non bank. LKM bank adalah BRI Unit Desa, BPR dan BKD (Badan Kredit Desa). Sedangkan yang bersifat non bank adalah koperasi simpan pinjam (KSP), unit simpan pinjam (USP), lembaga dana kredit pedesaan (LDKP),

*baitul mal wattanwil* (BMT), lembaga swadaya masyarakat (LSM), arisan, pola pembiayaan *Grameen*, pola pembiayaan ASA, kelompok swadaya masyarakat (KSM), dan *credit union*.

Lembaga Keuangan Mikro mempunyai karakter khusus yang sesuai dengan konstituennya, seperti: 1) terdiri dari berbagai bentuk pelayanan keuangan, terutama simpanan dan pinjaman; 2) diarahkan untuk melayani masyarakat berpenghasilan rendah; dan 3) menggunakan sistem serta prosedur yang sederhana (Chotim dan Handayani, 2001).

Pengelompokkan LKM secara garis besar adalah sebagai berikut:

#### 1. Bank

- BRI Unit, berupa kantor-kantor cabang pembantu BRI
- BPR, berupa bank-bank mikro yang tunduk pada Undang-Undang Perbankan serta Peraturan Perbankan oleh BI.

#### 2. Nonbank

- Keluarga LKM nonbank yang besar (LDP di Bali, BKK di Jawa Tengah, BKD di Jawa dan Madura, BMT dan BK3D)
- Keluarga LKM nonbank yang kecil, dengan simpanan atau aktiva yang berjumlah kecil
- Berbagai program keuangan mikro, NGO, dan ratusan ribu asosiasi tidak resmi, KSM, dan lain-lain.

### 2.2 Lembaga Keuangan Mikro Syariah (BMT)

Lembaga keuangan mikro syariah adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Lembaga ini di masyarakat dikenal dalam berbagai bentuk seperti koperasi syariah ataupun Baitul Mal wa Tamwil (BMT). Koperasi syariah biasanya adalah BMT yang telah memiliki badan hukum dan terdaftar di meneg UKM sebagai koperasi syariah sedangkan BMT umumnya belum berbadan hokum dan sebagian memiliki badan hokum sebagai koperasi biasa. Dengan kondisi ini maka lembaga keuangan mikro syariah sering di samakan dengan BMT.

Sudarsono dalam bukunya *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* mendefinisikan BMT kedalam 2 fungsi utama yaitu sebagai fungsi non profit dan



sebagai fungsi profit. Fungsi non profit terkait dengan perannya dalam mengumpulkan dan menyalurkan dan mendefinisikan zakat, infak, sedekah sedangkan fungsi profit terkait dengan perannya mengumpulkan tabungan dari masyarakat dan menyalurkannya kepada mereka yang membutuhkan. Dalam hal ini BMT berperan sebagai lembaga intermediasi. Sasaran BMT adalah pelaku usaha kecil mikro.

Hasil studi Pinbuk (1998) tentang kekuatan dan kelemahan BMT menunjukkan bahwa lembaga pendanaan BMT yang saat ini berkembang memiliki kekuatan antara lain:

- a. Mandiri dan mengakar di masyarakat,
- b. Bentuk organisasinya sederhana,
- c. Sistem dan prosedur pembiayaan mudah,
- d. Memiliki jangkauan pelayanan kepada pengusaha mikro.

Sementara kelemahannya adalah :

- 1) Skala usaha kecil,
- 2) Permodalan terbatas,
- 3) Sumber daya manusia lemah,
- 4) Sistem dan prosedur belum baku.

BMT dikelola secara syariah tanpa bunga. Selain bagi hasil, sebagai pengganti bunga dikenakan dengan model marjin sebagai tambahan untuk akad yang sifatnya jual beli. BMT biasanya berada di lingkungan masjid, Pondok Pesantren, Majelis Taklim, pasar maupun di lingkungan pendidikan. Biasanya yang mensponsori pendirian BMT adalah para *aghniya* (dermawan), pemuka agama, pengurus masjid, pengurus majelis taklim, pimpinan pondok pesantren, cendekiawan, tokoh masyarakat, dosen dan pendidik. Peran serta kelompok masyarakat tersebut adalah berupa sumbangan pemikiran, penyediaan modal awal, bantuan penggunaan tanah dan gedung ataupun kantor. Untuk menunjang permodalan, BMT membuka kesempatan untuk mendapatkan sumber permodalan yang berasal dari zakat, infak, dan shodaqoh dari orang-orang tersebut.

Produk-produk BMT antara lain:

- a. Tabungan

Tabungan atau simpanan dapat diartikan sebagai titipan murni dari orang atau badan usaha kepada pihak BMT. Jenis-jenis tabungan/simpanan adalah sebagai berikut:

- 1) Tabungan persiapan qurban;
- 2) Tabungan pendidikan;
- 3) Tabungan persiapan untuk menikah;
- 4) Tabungan persiapan untuk melahirkan;
- 5) Tabungan naik haji/umroh;
- 6) Simpanan berjangka/deposito;
- 7) Simpanan khusus untuk kelahiran;
- 8) Simpanan sukarela;
- 9) Simpanan hari tua;
- 10) Simpanan aqiqoh.

b. Pola Pembiayaan

Pola pembiayaan terdiri dari *bagi hasil* dan jual beli dengan *mark up* (tambahan atas modal) serta pembiayaan non profit.

1) Bagi Hasil

Bagi hasil dilakukan antara BMT dengan pengelola dana dan antara BMT dengan penyedia dana (penyimpan/penabung). Bagi hasil ini dibedakan atas:

- a) *Musyarakah*, adalah suatu perkongsian antara dua pihak atau lebih dalam suatu proyek dimana masing-masing pihak berhak atas segala keuntungan dan bertanggung jawab atas segala kerugian yang terjadi sesuai dengan penyertaannya masing-masing.
- b) *Mudharabah*, adalah perkongsian antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahib al amal*) menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. Keuntungan dibagikan sesuai dengan rasio laba yang telah disepakati bersama terlebih dahulu di depan. Manakala rugi, *shahib al amal* akan kehilangan sebagian imbalan dari kerja keras dan manajerial skill selama proyek berlangsung.

- c) *Murabahah*, adalah pola jual beli dengan membayar tangguh, sekali bayar.
- d) *Muzaraah*, adalah dengan memberikan l kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (prosentase) dari hasil panen.
- e) *Musaaqot*, adalah bentuk yang lebih sederhana dari muzaraah dimana si penggarapnya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalan si penggarap berhak atas rasio tertentu dari hasil panen.

2) Jual Beli dengan Mark Up (tambahan atas modal)

Jual beli dengan mark up merupakan tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya, BMT mengangkat nasabah sebagai agen (yang diberi kuasa) melakukan pembelian barang atas nama BMT, kemudian BMT bertindak sebagai penjual kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli tambah keuntungan bagi BMT atau sering disebut margin/mark up.

Keuntungan yang diperoleh BMT akan dibagi kepada penyedia dan penyimpan dana. Jenis-jenisnya adalah:

- a) *Bai Bitsaman Ajil (BBA)*, adalah proses jual beli dimana pembayaran dilakukan secara lebih dahulu dan penyerahan barang dilakukan kemudian.
- b) *Bai As Salam*, proses jual beli dimana pembayaran dilakukan terlebih dahulu dan penyerahan barang dilakukan kemudian.
- c) *Al Istishna*, adalah kontrak order yang ditandatangani bersamaan antara pemesan dengan produsen untuk pembuatan jenis barang tertentu.
- d) *Ijarah atau Sewa*, adalah dengan memberi penyewa untuk mengambil pemanfaatan dari sarana barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati bersama.
- e) *Bai Ut Takjiri*, adakah suatu kontrak sewa yang diakhiri dengan penjualan. Dalam kontrak ini pembayaran sewa telah diperhitungkan sedemikian rupa sehingga padanya merupakan pembelian terhadap barang secara berangsur.

f) *Musyarakah Mutanaqisah*, adalah kombinasi antara musyawarah dengan ijarah (perkongsian dengan sewa). Dalam kontrak ini kedua belah pihak yang berkongsi menyertakan modalnya masing-masing.

### 3) Pembiayaan Non Profit

Sistem ini disebut juga pembiayaan kebajikan. Sistem ini lebih bersifat sosial dan tidak profit oriented. Dalam BMT pembiayaan ini sering dikenal dengan *Qard* yang bertujuan untuk kegiatan produktif yang secara aplikatif peminjam dana hanya perlu mengembalikan modal yang dipinjam dari BMT apabila sudah jatuh tempo, yang tentu dengan beberapa criteria UMK yang harus dipenuhi.

## 2.3 Pelepas Uang Dan Sejarahnya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang memberikan nafkah dan membungakan uang, /tukang riba/pelepas uang/intah darat. (KBBI, 1990 : 457)

Tidak ada data yang pasti sejak kapan lembaga informal ini ada di Indonesia, yang jelas lembaga informal ini tumbuh subur berdampingan dengan lembaga formal (Teguh, 1999 : 94)

Di dalam literatur sejarah menjelaskan bahwa maraknya praktek rentenir ini pada masa penjajahan kolonial melalui tangan-tangan pribumi walaupun sebelumnya juga sudah ada pada masa kerajaan pribumi. Paham kapitalis-merkantilisme ini dibawa oleh pedagang bersenjata rempah-rempah yang akhirnya diorganisasikan dalam bentuk VOC. Melalui VOC ini awalnya sistem pialang dikenal. Dengan sistem *toke/agen*. Mereka menggunakan perantara pribumi untuk menyalurkan dana mereka.

Pendirian lembaga-lembaga keuangan Bank pada masa kolonial pun dilakukan sebagai antisipasi bagi praktek pelepas uang, rentenir, pengijon atau tengkulak. Dengan dikeluarkannya Pakto no 27 tahun 1988 menandakan bahwa praktek pelepas uang sudah menjadi masalah bagi pembangunan Indonesia maka akhirnya pemerintah mengambil kebijakan dengan pendirian BPR di daerah-daerah pedesaan.

Dari pengadopsian sistem-sistem kolonial tersebut perkembangan pelepas uang, pengijon ada sampai sekarang. Para pelepas uang pergi menawarkan jasanya kepada penduduk yang memerlukan uang baik untuk kebutuhan konsumsi maupun produksi. Mereka tidak saja membatasi diri dalam menawarkan pinjaman uang tapi lebih dari itu mereka juga menawarkan barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan pembayaran bisa dicicil.

Perkembangan pelepas uang yang menawarkan jasa kredit kepada masyarakat mikro dilakukan dengan mendatangi individu dari rumah ke rumah, tidak hanya dalam bentuk menjajakan jasa kredit uang tetapi juga dengan modus pedagang keliling barang-barang kebutuhan masyarakat dan pembayaran pun boleh dicicil.

### **2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Kredit Informal**

Menurut Teguh (1999 : 108) dalam penelitiannya mengenai Peranan Lembaga Kredit Informal bahwa ada 6 faktor yang mempengaruhi pilihan masyarakat terhadap kredit informal yaitu :

- a. Pertama, adanya restrukturisasi (pembatasan) yang dibuat oleh lembaga keuangan formal melalui peraturan-peraturan yang diterapkan oleh lembaga tersebut.
- b. Kedua, adanya keahlian tertentu dari pemberi kredit informal dalam menanggapi kebutuhan masyarakat
- c. Ketiga, akibat ketidaksabaran masyarakat
- d. Keempat, keperluan-keperluan yang mendesak dari masyarakat
- e. Kelima, adanya persepsi masyarakat yang lebih berorientasi pada kebutuhan sekarang daripada dimasa datang
- f. Keenam, tidak adanya alternatif lain yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber dana

### **2.3.2 Dampak Negatif dan Positif Pelepas Uang**

Dampak-dampak negatif dari pelepas uang adalah (Teguh, 1999 : 107) :

- a. Bersifat eksploitatif karena adanya kehendak mendapatkan keuntungan yang relatif besar dari pemberi kredit
- b. Dalam kurun waktu yang relatif lama kredit ini mengurangi konsumsi dan produksi di masa datang

- c. Kredit informal banyak digunakan untuk keperluan konsumtif sehingga mengurangi kegiatan produktif masyarakat di masa yang akan datang.
- d. Kenyamanan memiliki barang-barang konsumsi yang relatif jauh dibawah kemampuan pendapatan menimbulkan beban dan kerugian konsumsi bagi masyarakat di masa akan datang dan menimbulkan tabungan yang dipaksakan.
- e. Menghambat proses pemerataan distribusi pendapatan masyarakat
- f. Jangka waktu yang pendek dalam pelunasan hutang menyebabkan kesulitan bagi peminjam kredit sehingga mengakibatkan perubahan pada pendapatan, konsumsi dan sumber-sumber lain yang dibutuhkan.

Dampak positif dari lembaga keuangan kredit pedesaan adalah :

- a. Dalam kondisi mendesak, lembaga kredit dapat membantu krisis keuangan sementara
- b. Eksistensi lembaga keuangan informal dalam waktu yang relatif singkat dapat meningkatkan konsumsi dan prestasi masyarakat
- c. Membantu masyarakat dalam pengadaan input-output produksi

#### **2.4 Perilaku Konsumen**

Menurut Kottler & Amstrong (1997, p. 143) memberikan definisi bahwa “konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang memerlukan atau menginginkan dan membeli barang atau jasa untuk kepentingan pribadinya”.

Konsumen adalah individu-individu dan organisasi yang membutuhkan suatu produk atau jasa dari sebuah organisasi untuk dikonsumsi, bukannya dijual atau diproses lagi (Daft, 1995, p.106).

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1994, hal 3) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Perilaku konsumen menurut Umar (2005, hal 64) adalah tindakan langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Zalman dan Wallendorf (1979, p.6) mengartikan perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu,

kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu kibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.

“Proses yang dilakukan oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya” (Schiffman dan Kanuk, 2008).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk melalui proses yang cukup rumit, dikarenakan melalui beberapa tahap yaitu pencarian, pembelian, pemakaian, pengevaluasian, dan pengambilan keputusan atas suatu produk yang menguntungkan atau memberikan manfaat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Peter dan Osmon (2000, hal 10), perilaku merupakan interaksi dinamis antara afeksi (perasaan) dan kognisi (pengetahuan), perilaku dan kejadian di sekitar manusia yang merupakan tempat mereka melakukan aspek pertukaran di dalam hidup. Ada tiga ide penting dari definisi tersebut, yaitu (1) perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar, dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai aspek yang ada pada konsumen, yang akan digunakan dalam menyusun strategi pemasaran yang berhasil. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, maka aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen secara individu seperti persepsi, cara memperoleh informasi, sikap, demografi, kepribadian, dan aspek gaya hidup konsumen perlu dianalisis.

Pilihan rasional juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang disebut juga dengan faktor-faktor keterlibatan. Faktor-faktor tersebut saling terkait dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya, sehingga menjadi dasar pertimbangan pelaku pertukaran dalam membuat suatu keputusan mengenai peristiwa pertukaran yang dilakukannya.

Faktor-faktor tersebut (Kotler: 1997, hal. 153) adalah:

1. Faktor Pribadi, faktor ini bergantung pada latar belakang pribadi pelaku pertukaran itu sendiri. Selain itu, nilai-nilai yang dipegang teguh oleh masing-masing pelaku turut berperan penting sebagai dasar pertimbangan pribadi dalam mengambil keputusan.

Pertimbangan-pertimbangan pilihan tersebut juga dapat berasal dari faktor penilaian terhadap seberapa baik citra kualitas, dan nama baik produk itu sendiri. Seperti citra merek, penjual, serta nama baik penjualan maupun korporasi produsen.

Selain itu, layanan produk, fasilitas dan kemudahan serta nilai tambah yang ditawarkan dalam produk penting bagi para konsumen sebagai dasar pertimbangan rasional dalam kecenderungan memilih suatu pilihan.

2. Faktor Situasi dan Kondisi, faktor ini bertumpu pada kondisi lingkungan yang sifatnya situasional, baik kondisi dan situasi internal maupun eksternal.
3. Faktor Budaya, faktor ini meliputi kondisi riil geografis dan kondisi demografis masyarakat secara umum, seperti adat-istiadat atau agama yang memberikan kontribusi pengaruh yang besar.
4. Faktor situasi dan lingkungan, Faktor situasi dan lingkungan adalah faktor-faktor yang dipengaruhi oleh kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung, seperti kelompok sosial, status sosial, keluarga dan peran sosial maupun status sosial.
5. Faktor Psikologis, merupakan faktor-faktor yang dipengaruhi oleh motivasi, persepsi masyarakat, tingkat pengetahuan dan keyakinan yang kuat dari masyarakat.

Dari lima faktor di atas, ada dua faktor yang akan digunakan sebagai faktor penelitian yaitu faktor pribadi dan faktor situasi dan kondisi. Selain mengadopsi teori perilaku konsumen Kotler (1997), dalam penelitian ini digunakan faktor lain yang dibangun dari penelitian-penelitian sebelumnya. Faktor tersebut adalah faktor kemudahan, pelayanan, dan cicilan. Faktor kemudahan dan cicilan diambil dari penelitian Pringgodigdo (2009). Faktor pelayanan diambil dari penelitian



Nadya (2008) dan Pringgodigdo (2009). Uraian mengenai faktor-faktor penelitian tesis ini selengkapnya akan diuraikan secara lebih detail.

#### **2.4.1 Faktor Pribadi**

Faktor ini didasarkan pada teori Kottler (1997) bahwa pilihan rasional konsumen yang salah satunya adalah faktor pribadi. Dalam penjabarannya faktor pribadi adalah faktor yang bergantung pada latar belakang pribadi pelaku. Pada penelitian ini faktor pribadi dibatasi pada agama dan etnis. Hal ini merujuk kepada Pringgodigdo (2009).

Rasionalitas dimasukkannya agama sebagai atribut dari faktor pribadi dikarenakan agama memiliki peran yang sangat menentukan pilihan konsumen. Kelompok keagamaan akan memperlihatkan preferensi dan tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan sehingga akan mempengaruhi perilaku pembeli dari sub-budaya kelompok keagamaan yang dimaksud. (Muhammad: 2009)

Sementara itu, Etnis dapat diartikan sebagai kelompok orang yang mempunyai norma dan nilai spesifik yang sama dalam persepsi dan kognisi yang berbeda dengan persepsi dan kognisi kelompok lain dalam masyarakat yang lebih luas. Nilai ini dapat terbentuk dari segi fisik, agama, geografis atau faktor lainnya namun tidak mutlak. (Muhammad:2009)

#### **2.4.2 Faktor situasi dan kondisi**

Faktor ini diturunkan dari Teori Kottler (1997) tentang pilihan rasional. Dijelaskan bahwa faktor situasi dan kondisi adalah faktor yang bertumpu pada kondisi lingkungan yang sifatnya situasional, baik kondisi dan situasi internal maupun eksternal. Pada penelitian ini faktor situasi dan kondisi dibatasi pada motivasi dan kelas sosial.

Motivasi, mewakili faktor internal, dan terkait dengan kondisi psikologis seseorang. Menurut Wexley dan Yukl (dalam As'ad, 1987) motivasi adalah pemberian atau penimbulkan motif. Menurut Mitchell (dalam Winardi,2002) motivasi mewakili proses-proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, diarahkannya, dan terjadinya persistensinya kegiatan-kegiatan sukarela yang diarahkan ke tujuan tertentu.

Indikator kelas sosial digunakan sebagai standar dari omset hasil usahanya yang biasa diperoleh setiap hari untuk pembiayaan dalam rumah tangga maupun sebagai modal kembali. Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), serta kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan. (Muhammad:2009)

### 2.4.3 Faktor Kemudahan

Faktor kemudahan diambil dari Pringgodigdo (2009). Keberadaan pelepas uang menawarkan jasa keuangan dengan sistem yang memudahkan masyarakat. Kemudahan yang diberikan pelepas uang ini kepada masyarakat memiliki nilai-nilai positif bagi para pengusaha kecil. Djoko Retnadi (2008) menulis beberapa nilai positif dari praktik pelepas uang, antara lain *simplicity*, *out reach*, dan *cost recovery*. Dalam penelitian ini faktor kemudahan dijelaskan oleh persyaratan dan lokasi.

Persyaratan terkait dengan hal-hal yang harus dipenuhi untuk mendapatkan pinjaman. Terkait dengan masalah pinjaman ini, maka persyaratan untuk mendapatkan pinjaman dari pelepas uang relatif lebih mudah dibandingkan dengan persyaratan dari lembaga keuangan formal.

Sebagai gambaran, dalam praktiknya, para pelepas uang selalu mengedepankan prinsip memudahkan, tidak mempersulit. Persyaratan identitas seperti KTP pun tidak pernah diminta dan pencairan bisa dilakukan saat itu juga di lokasi peminjaman. Dengan prinsip memudahkan, pelepas uang memiliki target untuk menguasai hampir semua lapisan masyarakat, mereka siap menjangkau siapa saja yang akan meminjam uang dalam waktu 24 jam. Imbas dari pelayanan ekstra, jempot bola yang diberikan pelepas uang terhadap para pengusaha ekonomi mikro berdampak pada prinsip *cost recovery* yaitu membebankan biaya administrasi melalui pembayaran suku bunga yang super tinggi. Prinsip-prinsip itulah dipandang sebagai bentuk keunggulan yang dimiliki pelepas uang.

Lokasi merupakan faktor yang menentukan maju mundurnya suatu usaha. Penentuan lokasi merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Lokasi harus berada di tempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah berada, mudah pencapaiannya (aksesibilitas). Pengertian aksesibilitas di sini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya.

#### 2.4.4 Faktor Pelayanan

Faktor Pelayanan dalam penelitian ini diambil dari Nadya (2008) dan Pringgodigdo (2009). Faktor pelayanan melekat dengan usaha yang sifatnya jasa, termasuk lembaga keuangan formal dan informal. Dalam penelitian ini faktor pelayanan dijelaskan oleh atribut cepat tanggap dan jemput bola. Faktor ini diambil dari Pringgodigdo (2009).

Cepat tanggap atau pelayanan yang cepat merupakan hal yang lebih disukai dalam dunia jasa termasuk hal transaksi keuangan. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) memerlukan umpan balik (*feedback*) untuk menilai kualitas layanannya. Kualitas jasa yang merupakan ciri pembentuk kepuasan pelanggan biasanya didapatkan dari pendapat pelanggan.

Jemput bola merupakan sistem pelayanan yang disukai oleh nasabah. Salah satu keunggulan jasa pelepas uang adalah kemampuan dalam melakukan layanan jemput bola. Bahkan saat ini, layanan jemput bola juga dilakukan oleh lembaga keuangan formal.

#### 2.4.5 Faktor Cicilan

Faktor ini diambil dari penelitian Pringgodigdo (2009). Cicilan dapat diartikan sebagai besarnya nilai yang harus diberikan per termin waktu yang disepakati sebagai konsekuensi adanya pembayaran tangguh.

Jangka waktu cicilan adalah lamanya waktu yang diperlukan untuk melunasi pengembalian hutang. Semakin lama waktu pinjaman, maka akan semakin tinggi tambahan bagi hasil yang dibayarkan. Hal ini berlaku baik pada lembaga keuangan formal maupun informal.

Fleksibilitas cicilan mencerminkan kemudahan dalam membayar pinjaman. Bagi pelaku usaha kecil mikro yang tidak tetap, akan sangat sulit untuk bisa

memberikan pengembalian secara tepat waktu, sebagaimana disyaratkan lembaga keuangan formal. Karenanya, pelaku usaha mikro lebih memilih pinjaman ke pelepas uang yang lebih fleksibel cicilannya. Fleksibel ini bisa menyangkut jumlah uang yang dibayarkan dimana nilainya disesuaikan dengan kemampuan, ataupun fleksibilitas dalam hal waktu.

## 2.5 Minat

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang. Gunarso (1985), mengartikan bahwa minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

Woodworth dan Marquis (Sab'atun, 2001) berpendapat, minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan obyek yang menarik baginya. Oleh karena itu minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Apabila individu menaruh minat terhadap sesuatu hal ini disebabkan obyek itu berguna untuk memenuhi kebutuhannya.

Kecenderungan seseorang untuk memberikan perhatian apabila disertai dengan perasaan suka atau sering disebut dengan minat (Rustan, 1988). Pada dasarnya minat merupakan suatu sikap yang dapat membuat seseorang merasa senang terhadap suatu obyek ataupun . situasi ataupun ide-ide tertentu yang biasanya diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi tersebut. Minat seorang baik yang bersifat menetap atau yang bersifat sementara, dan berbagai sistem motivasi yang dominan merupakan faktor penentu internal yang benar-benar mendasar dalam mempengaruhi perhatiannya (Marx dalam Suntara, 1998). Dari beberapa uraian di atas, secara umum dapat diambil kesimpulan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk bertindak dan bertingkah laku terhadap obyek yang menarik perhatian disertai dengan perasaan senang.

### 2.5.1 Pengertian minat membeli

Minat membeli sangat terkait dengan perilaku konsumen, karena minat membeli merupakan salah satu tahap sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Membeli adalah memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan, sehingga dengan mengacu pada pendapat di atas, minat membeli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu obyek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan obyek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau dengan pengorbanan. Poerwadarminto (1991).

Engel dkk (1995) berpendapat bahwa minat membeli sebagai suatu kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat instrinsik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli.

Dalam penelitian ini minat membeli diidentikkan dengan minat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

### 2.5.2 Jenis-jenis minat

Blum dan Balinsky (Sumarni, 2000) membedakan minat menjadi dua, yaitu :

- a. Minat subyektif yaitu perasaan senang/tidak senang pada suatu obyek berdasarkan pengalaman
- b. Minat obyektif adalah suatu reaksi mencrima atau menolak suatu obyek disekitarnya.

Jones (Handayani, 2000) membagi minat menjadi dua, yaitu:

- a. Minat instrinsik yaitu minat yang berhubungan dengan aktivitas itu sendiri dan tampak nyata.
- b. Minat ekstrinsik yaitu minat yang disertai dengan perasaan senang dan berkaitan dengan tujuan aktivitas.

Syamsudin (Lidyawati, 1998) minat terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

- a. Minat spontan, yaitu minat yang secara spontan timbul dengan sendirinya.
- b. Minat dengan sengaja, yaitu minat yang timbul karena sengaja dibangkitkan melalui rangsangan yang sengaja dipergunakan untuk membangkitkannya.

Sehingga berdasarkan teori-teori di atas, maka disimpulkan minat terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu minat subyektif, minat obyektif, minat instrinsik, minat ekstrinsik, minat spontan dan juga minat dengan sengaja.

### 2.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli

Francesco (Susanto, 1977) menyebutkan bahwa individu dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa ditentukan oleh dua faktor, yaitu: faktor dalam diri individu dan faktor luar atau lingkungan. Faktor luar atau faktor situasi dan kondisi yang mempengaruhi individu seperti lingkungan kantor, keluarga, lingkungan sekolah dan sebagainya dan faktor dalam diri individu, seperti kepribadiannya sebagai calon konsumen.

Menurut Swastha (2000), dalam membeli suatu barang, konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Di samping jenis barang, faktor demografi, dan ekonomi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motif, sikap, keyakinan, minat, kepribadian, angan-angan dan sebagainya.

Kotler (1999) menyebutkan bahwa perilaku membeli dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu:

- a. Budaya (culture, sub culture dan kelas ekonomi)
- b. Sosial (kelompok acuan, keluarga serta peran dan status)
- c. Pribadi (usia dan tahapan daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta dan konsep diri).
- d. Psikologis (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap)

## 2.6 Persepsi

Pemahaman adalah satu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan, karena perilaku, sikap dan respon seseorang terhadap sesuatu dipengaruhi oleh pemahaman orang itu sendiri. Makanya untuk mengubah tingkah laku dan sikap seseorang harus mulai dari merubah pemahaman atau persepsi orang tersebut. (Sobur: 2003)

Morgan (1986: 109) mendefinisikan persepsi sebagai suatu aktivitas kognitif individu dalam mendeteksi dan menginterpretasikan segala informasi dari lingkungannya yang sesuai dengan pengalamannya. Aktivitas kognitif itu sendiri

adalah kegiatan berpikir, mengingat, menerima, merencanakan dan memilih sesuatu (Webster : 1993, Sarlito : 2002). Yusuf (1991 : 108) menyebutkan persepsi sebagai "pemaknaan hasil pengamatan". Sementara Schiffman dan Kanuk (2000) menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Pareek (1996 : 13) mendefinisikan persepsi adalah "Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indra atau data". Sementara Solomon (1999) mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan.

Dari berbagai definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa persepsi itu adalah cara seseorang memandang yang dihasilkan melalui proses dimana individu menerima stimulus, menyeleksi, mengorganisasikan serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Makna yang disebut persepsi kita tersebut, masing-masing orang bisa berbeda, ini tergantung kepada faktor-faktor yang memengaruhi proses menyeleksi, mengorganisasi dan mengartikan stimulus tersebut.

### **2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Ada banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi seseorang. Sobur (2003) beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi, yang terjadi pada saat proses interpretasi informasi menjadi sebuah arti, yaitu :

- 1) Pengalaman masa lalu
- 2) sistem nilai yang anut
- 3) motivasi
- 4) kepribadian
- 5) kecerdasan

DeVito (1997) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi dalam mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja sebagai sebuah proses dengan tiga langkah atau tahapan. Tahap-tahap ini tidaklah saling terpisah

benar. Dalam kenyataan, ketiganya bersifat kontinue, bercampurbaaur, dan bertumpangtindih satu sama lain. Faktor-faktor yang berpengaruh itu berperan pada tahapan atau langkah ketiga saat menafsirkan dan mengevaluasi rangsangan informasi yang diterima.

Pareck (1996) mengatakan bahwa faktor –faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal individu seseorang/pemersepsi, dan faktor eksternal atau obyek persepsi. Faktor ini berperan pada saat saat menyeleksi rangsangan yang masuk ke indra.

Setelah ransangan atau informasi diterima, rangsangan atau data itu diseleksi. Tidaklah mungkin untuk memperhatikan semua rangsangan yang telah diterima. Demi menghemat perhatian yang digunakan, rangsangan-rangsangan itu disaring dan diseleksi untuk diproses lebih lanjut. Dua kumpulan faktor menentukan seleksi rangsangan itu, yaitu faktor intern dan faktor ekstern.

#### 2.6.2 Faktor-faktor internal yang mempengaruhi seleksi persepsi

Dalam menyeleksi berbagai hal segala sesuatu untuk dipersepsi, faktor-faktor intern berkaitan dengan diri sendiri sangat mempengaruhi. Faktor-faktor tersebut yakni berikut ini.

- 1) **Kebutuhan psikologis.** Kebutuhan psikologis seseorang memengaruhi persepsinya. Kadang-kadang ada hal yang “kelihatan” (yang sebenarnya tidak ada), karena kebutuhan psikologis jadi ia tidak kelihatan.
- 2) **Latar belakang.** Latar belakang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Katakanlah orang yang pendidikannya lebih tinggi yang memiliki cara tertentu dalam menyeleksi sebuah informasi.
- 3) **Pengalaman.** Yang serupa dengan latar belakang ialah faktor pengalaman. Pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, dan gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.
- 4) **Kepribadian.** Kepribadian juga memengaruhi persepsi. Seseorang yang introvert mungkin akan tertarik kepada orang-orang yang serupa satu sama sekali berbeda. Berbagai faktor dalam kepribadian memengaruhi seleksi dalam persepsi.



- 5) **Nilai dan kepercayaan umum juga memengaruhi persepsi.** Orang-orang yang mempunyai sikap tersentu terhadap karyawan wanita atau karyawan yang termasuk kelompok bahasa tertentu, besar kemungkinan akan melihat berbagai hal kecil yang tidak diperhatikan oleh orang lain.
- 6) **Penerimaan diri.** Penerimaan diri merupakan sifat penting yang memengaruhi persepsi.

### 2.6.3 Faktor-Faktor Eksternal Yang Memengaruhi Seleksi Persepsi

Faktor-faktor yang memengaruhi seleksi rangsangan dalam persepsi secara eksternal atau yang datang dari luar diri/ obyek persepsi adalah :

- 1). **Intensitas.** Pada umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens. Ini yang dimanfaatkan oleh marketer dengan memasang iklan yang menarik dan diberi pencahayaan yang penuh sehingga orang menjadi intens melihatnya.
- 2). **Ukuran.** Pada umumnya, benda-benda yang lebih besar lebih menarik perhatian. Ini juga yang dimanfaatkan oleh marketer dengan membuat iklan yang besar ditambah unsur menariknya.
- 3). **Kontras.** Biasanya, hal-hal lain dari yang biasa dilihat akan cepat menarik perhatian. Memang suatu hal yang kontras cepat menarik perhatian orang. Contohnya perilaku yang di luar kebiasaan menarik perhatian karena prinsip-prinsip perbedaan atau kontras ini.
- 4). **Gerakan.** Hal-hal yang bergerak lebih menarik perhatian dari pada hal-hal yang diam. Kebanyakan iklan yang ditampilkan di televisi menggunakan prinsip ini dengan menciptakan ilusi gerak melalui berbagai pengaturan.
- 5). **Ulangan.** Biasanya hal-hal yang berulang dapat menarik perhatian. Makanya tayangan iklan di televisi, radio, dan media lainnya sering diulang-ulang.
- 6). **Keakraban.** Hal-hal yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Ini bagian dari tabiat manusia, dia lebih mudah memahami dan memilih yang sudah akrab denganya.

7). **Sesuatu yang baru.** Faktor ini kedengarannya bertentangan dengan faktor keakraban. Unsur ini juga berpengaruh pada seseorang dalam menyeleksi informasi.

Ada pendapat lain yang mengemukakan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada tahapan proses seleksi yaitu menurut Mulyana (2007:197) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi adalah faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya); faktor fisiologis (tinggi, pendek, gemuk, kurus, sehat, sakit, lelah, penglihatan atau pendengaran kurang sempurna, cacat tubuh, dan sebagainya); faktor-faktor situasi dan lingkungan budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, peranan, status sosial, pengalaman masa lalu, kebiasaan dan bahkan faktor-faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan, kemarahan, kesedihan, dan sebagainya. Semakin besar perbedaan aspek-aspek tersebut secara antar individu, semakin besar perbedaan persepsi mereka mengenai realitas.

Samovar dan Richard E. Porter (dalam Mulyana: 2007) mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi seseorang ketika memahami berkomunikasi dengan orang lain, yakni:

1. Kepercayaan (*beliefs*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*).
2. Pandangan dunia (*worldview*).
3. Organisasi sosial (*social organization*).
4. Tabiat manusia (*humannature*).
5. Orientasi kegiatan (*activity orientation*).
6. Persepsi tentang diri dan orang lain (*perception of self and others*).

#### 2.6.4 Hubungan antara Persepsi dengan Minat Membeli

Schiffman dan Kanuk (2008) mengatakan bahwa persepsi seseorang tentang kualitas produk akan berpengaruh terhadap minat membeli yang terdapat pada individu. Persepsi yang positif tentang kualitas produk akan merangsang timbulnya minat konsumen untuk membeli yang diikuti oleh perilaku pembelian.

Perilaku membeli timbul karena didahului oleh adanya minat membeli, minat untuk membeli muncul salah satunya disebabkan oleh persepsi yang didapatkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik, menimbulkan suatu perilaku

membeli produk sepeda motor tersebut. Jadi, minat membeli dapat diamati sejak sebelum perilaku membeli timbul dari konsumen.

## 2.7 Studi Kajian Terdahulu Terkait Dengan Penelitian

Selain teori, penulis menggunakan referensi dari beberapa tesis terdahulu. Beberapa penelitian yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku UMK pengguna pelepas uang menggunakan lembaga keuangan mikro syariah sebagai penyedia jasa pinjaman akan dijabarkan dalam uraian berikut.

Hendri (2006) menyatakan bahwa atribut paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah (responden) dalam menggunakan jasa BMT adalah atribut prosedur, yang terdiri dari kecepatan dan efisiensi proses transaksi, dan prosedur praktis serta tidak berbelit. Ada hubungan yang signifikan antara beberapa karakteristik responden yang terdiri dari jenis agama, jenis kelamin, pendidikan, usia, pekerjaan, pendapatan, produk yang dimanfaatkan, lama hubungan dengan BMT, sumber informasi tentang BMT, volume transaksi dan alasan menggunakan jasa BMT.

Nadya (2008), berjudul Faktor-faktor penjabar preferensi menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil (studi kasus 3 BMT di Jakarta). Tesis ini mengemukakan permasalahan mengenai perbaikan pada kualitas sumber daya insani, pelayanan pada proses di BMT, maka akan meningkatkan popularitas dan prestasi BMT di kalangan masyarakat. Sehingga nasabah BMT akan merasa puas dan dengan senang hati akan merekomendasikan BMT ke masyarakat yang lain.

Selain itu, juga menyatakan bahwa faktor penjabar preferensi yang utama menjadi nasabah BMT adalah proses, sumber daya Insani, pelayanan, reputasi, dan rekomendasi. Pengembangan BMT yang dilakukan oleh manajemen BMT adalah dengan membentuk profesionalisme pada sumber dayainsani BMT dengan berbagai pelatihan yang selain berkisar pada kegiatan praktis juga dalam pembangunan ilmu dan akhlak islaminya sebab dengan terbentuknya Sumber Daya Insani yang baik maka akan otomatis pelayanan terhadap nasabah pun semakin baik pula.

Kemudian adalah pembenahan proses yang ada di BMT dan juga mempertahankan proses yang tidak memberatkan nasabah sehingga nasabah

pengguna BMT merasa puas dengan proses yang berlangsung di BMT tersebut. Hal tersebut akan menghasilkan reputasi baik yang akan mempengaruhi preferensi nasab

Pringgodigdo (2009), berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang tradisional dalam memilih LKMS sebagai penyedia jasa modal kerja. Faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pedagang muslim tradisional dalam memilih lembaga keuangan formal syariah sebagai penyedia jasa modal kerja yaitu atribut pembelajaran dan kemudahan; faktor jaminan, ekonomi, persyaratan dan perlakuan; faktor kelas sosial pedagang tradisional, kepribadian dan faktor gaya dan tren; faktor agama dan ras.

Faktor pembelajaran terhadap sejumlah persyaratan dan ketentuan yang diajukan oleh pihak lembaga keuangan formal syariah merupakan respon yang positif dari pedagang pasar tradisional sebagai calon pengguna layanan jasa lembaga keuangan syariah dan menggambarkan tingkat kejiwaan dan ketelitian pedagang sebagai cerminan dari rasionalitas dalam memilih.

Faktor kemudahan mempengaruhi minat responden dalam memilih lembaga keuangan syariah karena efisiensi dan efektifitas layanan mempermudah responden dalam memenuhi kebutuhannya.

Resume dari hasil penelitian sebelumnya dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 2.1 Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

Kategori	Hendri (2006)	Nadya (2008)	Priggodigdo (2009)	Penelitian ini
Fokus Penelitian	Faktor –faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa BMT	Faktor-faktor penjas preferensi menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil (Studi kasus 3 BMT di Jakarta)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang tradisional dalam memilih LKMS sebagai penyedia jasa modal kerja	Minat pelaku UMK pengguna jasa pelepas uang terhadap jasa keuangan mikro syariah
Faktor	Usia Pendidikan Pendapatan Variasi Produk Return bagi hasil Promosi	Kualitas sumber daya insani Pelayanan Bauran Pemasaran Religiusitas	Pembelajaran Kemudahan Jaminan Ekonomi Perlakuan Kelas sosial Gaya dan tren Agama dan ras Cicilan	<b>Pribadi</b> (Agama dan etnis) <b>Lingkungan</b> (kelas sosial dan motivasi) <b>Kemudahan</b> (persyaratan dan lokasi) <b>Pelayanan Cicilan</b>
Analisis	Metode Binomial Logistik	Analisis Faktor	Analisis Faktor	Analisis Faktor
Hasil	Faktor proses pencairan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa BMT	Perbaikan kualitas sumber daya insani, pelayanan pada proses di BMT akan meningkatkan popularitas dan prestasi BMT di kalangan masyarakat sehingga nasabah BMT akan merasa puas dan dengan senang hati akan merekomendasikan BMT ke masyarakat yang lain	Faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pedagang muslim tradisional dalam memilih lembaga keuangan formal syariah sebagai penyedia jasa modal kerja yaitu atribut pembelajaran dan kemudahan; faktor jaminan, ekonomi, persyaratan dan perlakuan; faktor kelas sosial pedagang tradisional, kepribadian dan faktor gaya dan tren; faktor agama dan ras	

### 3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dipaparkan sejumlah hal yang berkaitan dengan langkah-langkah sistematis yang akan digunakan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Langkah-langkah tersebut dimaulai dari pendeskripsian tentang ap/a dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, metode penelitian apa yang digunakan, teknik pengambilan sampel seperti apa yang akan dilakukan, bagaimana teknik pengumpulan datanya dan faktor penelitian apa saja yang digunakan. Selain itu juga akan dibahas mengenai alat ukur penelitian apa yang akan dipergunakan, bagaimana cara menganalisis data hasil penelitian serta akan digambarkan bagian alur (*flowchart*) penelitiannya.

#### 3.1 Sumber Data dan Penentuan Sampel

Data-data yang diperoleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari hasil pengisian kuisioner para responden yaitu pelaku usaha kecil di Bogor. Pelaku usaha mikro kecil yang dipilih sebagai sampel adalah pelaku UMK yang memilih melepas uang sebagai pemberi pinjaman.

Responden yang dipilih adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *Snowball Sampling* (Nasution: 2008,109). Alasan penggunaan teknik pendekatan tersebut adalah karena tidak semua pelaku usaha mikro kecil ini mau terbuka terhadap penulis dalam berbagi informasi dan bersedia untuk dijadikan sampel, maka penulis mendapatkan responden secara berantai berdasarkan pada informasi dan rekomendasi dari responden-responden sebelumnya.

Menurut pendapat dari Gay Umar Husein (Umar: 2000, 97) yang mengatakan bahwa jumlah minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan desain penelitian antara lain:

1. Untuk metode deskriptif minimal 10% dari jumlah responden.
2. Untuk metode deskriptif korelasional minimal 30 responden.

Penulis menggunakan data primer dan sekunder dalam penelitian ini. Data primer yang berasal langsung dari pelaku usaha mikro kecil kota Bogor.

Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi pustaka/ literatur, yaitu dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber-sumber lain yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini, seperti dari majalah, koran, buku-buku, jurnal, diktat, dan internet. Selain itu penelitian ini juga didasari oleh beberapa penelitian terdahulu yang sejenis. Data sekunder ini ditujukan untuk mendukung landasan teori yang akan digunakan dalam melakukan interpretasi hasil penelitian.

### 3.2 Metode Penelitian

Desain penelitian ini bersifat *exploratory research*, karena penelitian ini bermaksud menemukan beberapa faktor yang terbentuk dari susunan faktor-faktor. Artinya, penelitian ini dirancang untuk menemukan faktor-faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap skala pengukuran.

Skala pengukuran adalah suatu alat untuk menentukan panjang dan pendeknya interval yang ada dalam pengukuran. Skala pengukuran instrumen tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga hasil pengukuran akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor skala pengukuran adalah dengan menggunakan *skala Likert*, yaitu skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner. Skala *likert* terdiri dari 5 rentang skala pengukuran dari tingkat terkecil yang bernilai 1 hingga tingkat terbesar yang bernilai 5 dengan rumusan sebagai berikut :

SS =Sangat Setuju	dengan skor	6
S =Setuju	dengan skor	5
KS =Kurang Setuju	dengan skor	4
CS = Cukup Setuju	dengan skor	3
TS =Tidak setuju	dengan skor	2
STS=Sangat Tidak Setuju	dengan skor	1

Dua syarat penting yang berlaku pada sebuah penelitian agar instrumen penelitian dapat digunakan dan dipertanggungjawabkan, yaitu dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas.

### 3.3 Definisi Operasional Faktor

Penelitian ini menggunakan lima faktor penelitian, yaitu: pribadi, situasi dan kondisi, pelayanan, kemudahan dan cicilan. Dari lima faktor di atas, dua faktor diambil dari teori Kotler terkait rasionalitas konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Sementara tiga faktor lainnya yaitu faktor kemudahan diambil dari penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya. Faktor kemudahan dan cicilan diambil dari penelitian Digdo (2009), faktor pelayanan diambil dari Nadya (2008) dan Pringgodigdo (2009).

Berikut ini adalah definisi operasional dari masing-masing faktor:

1. Pribadi  
Faktor pribadi dalam penelitian ini hanya melihat individu yang dijelaskan oleh 2 atribut yaitu agama dan etnis responden
2. Situasi dan Kondisi  
Faktor situasi dan kondisi dijelaskan dengan 2 atribut yaitu kelas sosial dan motivasi. Kelas sosial dilihat dari indikator ekonomi, khususnya omset harian. Sedangkan motivasi yang merupakan faktor internal meliputi dorongan dari diri sendiri yang bersifat fisik (berupa kebutuhan hidup dari responden) dan kebutuhan yang sifatnya sebagai aktualisasi diri (meluaskan usaha dari responden)
3. Kemudahan  
Faktor kemudahan dalam penelitian ini yaitu persyaratan dan lokasi. Persyaratan yaitu prosedur dalam mendapatkan pembiayaan atau pinjaman dari lembaga keuangan mikro syariah, sedangkan lokasi adalah tempat/keberadaan dan akses lembaga keuangan mikro syariah.
4. Pelayanan : Faktor pelayanan dalam penelitian ini dijelaskan oleh dua faktor penjelas yaitu cepat tanggap dan jempot bola. Cepat



tanggap adalah pelayanan yang cepat dari lembaga keuangan mikro syariah. Jemput bola adalah memberi kemudahan kepada nasabah dalam mengakses lembaga keuangan mikro syariah dengan cara mendatangi langsung ke tempat nasabah.

#### 5. Cicilan

Faktor ini dijelaskan oleh atribut jangka waktu cicilan dan fleksibilitas cicilan. Jangka waktu cicilan adalah pembayaran hutang yang lebih lama diberikan oleh lembaga keuangan mikro syariah, sehingga cicilannya lebih ringan. Fleksibilitas cicilan adalah pengembalian pinjaman yang tidak memaksakan target sehingga memudahkan nasabah dalam penelitian.

**Tabel 3.1 Faktor Penelitian dan Indikator Penelitian**

No.	Faktor Penelitian	Butir-butir Pernyataan	Ukuran
a.	Pribadi	<p>a. Agama mempengaruhi pilihan menggunakan lembaga keuangan</p> <p>b. Faktor etnis yaitu suku mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga keuangan</p> <p>c. Dalam memilih lembaga keuangan, teman, keluarga atau sahabat mempengaruhi anda</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)
b.	Lingkungan	<p>a. Jenis pekerjaan mempengaruhi anda meminjam ke lembaga keuangan</p> <p>b. Jumlah penghasilan anda membuat anda meminjam ke lembaga keuangan</p> <p>c. Dalam memilih lembaga keuangan, adalah sesuai dengan kepribadian anda</p> <p>d. Sumber penghasilan keluarga anda dibantu oleh anggota keluarga yang lain (contoh, suami/ isteri, anak, dll)</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)

Bersambung ke hal berikutnya

Lanjutan Tabel 3. Hal 36

c.	Lingkungan	<p>a. Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk kebutuhan sehari-hari</p> <p>b. Meminjam ke lembaga keuangan adalah sebagai tambahan modal usaha</p> <p>c. Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk memperluas usaha di tempat lain</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)
d.	Kemudahan	<p>a. Dalam memilih lembaga keuangan adalah berdasarkan memori/ ingatan anda bahwa lembaga keuangan tersebut mempunyai keunggulan dibandingkan penyedia lain</p> <p>b. Sebelum meminjam, anda mempelajari dulu syarat dan ketentuan yang berlaku</p> <p>c. Syaratnya mudah/ tidak berbelit</p> <p>d. Proses pencairan dana cepat</p> <p>e. Mudah administrasinya</p> <p>f. Besarnya jaminan mempengaruhi dalam memilih lembaga keuangan</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)
e.	Kemudahan	<p>a. Jarak ke lembaga keuangan dekat dengan rumah atau tempat dagang</p> <p>b. Lokasi lembaga keuangan mudah dijangkau dengan angkutan umum</p> <p>c. Lokasi lembaga keuangan strategis/ di pinggir jalan raya</p> <p>d. Mempunyai kantor cabang yang banyak dan mudah dijangkau</p> <p>e. Anda menyukai bila hanya mengembalikan modal pokok saja</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)
f.	Pelayanan	<p>a. Lembaga keuangan sebaiknya melayani dengan mendatangi anda</p> <p>b. Pelayanan yang cepat dan</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)

Lanjutan Tabel 3. Hal 36

		<p>tidak berbelit-belit</p> <p>c. Fasilitas lengkap dan memadai mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan</p> <p>d. Pelayanan yang baik dan murah senyum</p> <p>e. Anda menginginkan lembaga keuangan yang terbuka untuk umum/ tidak diskriminatif/ pilih-pilih</p>	
g.	Cicilan	<p>- Anda menyukai lembaga keuangan yang cicilannya ringan</p> <p>- Pembayaran cicilan yang fleksibel, mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan</p> <p>- Jangka waktu pembayarn cicilan mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan</p>	Skala likert : 1 (sangat tidak setuju) s/d 6 (sangat setuju)

### 3.4 Realibilitas dan Validitas

#### 3.4.1 Uji Realibilitas

Realibilitas mengindikasikan seberapa konsistensi pengukuran yang dilakukan sepanjang waktu atau berbagai pertanyaan. Atau dengan kata lain, realibilitas mengindikasikan stabilitas dan konsistensi instrumen pengukuran konsep dan membantu untuk melihat ketepatan pengukuran ( Nasution & Usman, 2006, hal. 112).

Semakin kecil kesalahan pengukuran, makin reliabel alat pengukur. Instrumen dikatakan reliabel bila memiliki nilai *cronbach's alpha* > dari 0,5. Berikut adalah hasil uji realibilitas sampel sebanyak 30 orang.

Tabel 3.2 Uji Reliabilitas Agama dan Etnis (Sampel 30 responden)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	3

Sumber : hasil olah data

Nilai alpha faktor agama dan etnis pada Tabel 3.2 di atas sebesar  $0,737 > 0,5$ . Hal ini menunjukkan bahwa instrument alat ukur pada faktor agama dan etnis handal dan konsisten. Sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan uji reabilitas pada 57 responden.

**Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Kelas Sosial (Sampel 30 responden)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.594	4

Sumber : hasil olah data

Nilai yang didapat sebesar 0,594, artinya instrumen alat ukur untuk faktor kelas sosial masuk kategori instrumen yang cukup handal dan konsisten karena bernilai  $> 0,5$ . Sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan uji reabilitas pada 57 responden.

**Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Motivasi (Sampel 30 responden)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	3

Sumber : hasil olah data

Nilai *cronbach's alpha* faktor motivasi yang didapat sebesar  $0,765 > 0,5$ , artinya instrumen alat ukur untuk faktor motivasi termasuk kategori instrumen yang handal dan konsisten. Sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan uji reabilitas pada 57 responden.

**Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Persyaratan (Sampel 30 responden)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	6

Sumber : hasil olah data

Pengolahan data pre tes kuesioner untuk sampel 30 orang dengan menggunakan program SPSS 13 untuk faktor persyaratan, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 3.5 adalah 0,714. Hal ini mengidentifikasi bahwa instrumen alat ukur untuk faktor persyaratan termasuk kategori instrumen yang handal dan konsisten.

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Lokasi (Sampel 30 responden)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.684	4

Sumber : hasil olah data

Pengolahan data pre tes kuesioner pada sampel 30 responden untuk faktor lokasi, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 3.6.mencapai 0,684, hal ini menunjukkan bahwa faktor lokasi termasuk kategori faktor yang cukup handal dan konsisten sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

**Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Pelayanan (Sampel 30 responden)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

Sumber : hasil olah data

Pengolahan data pre tes kuesioner dengan menggunakan program SPSS 13 untuk variabel pelayanan, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 3.7 mencapai 0,903. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen alat ukur yang digunakan untuk mengukur faktor bersifat handal dan konsisten untuk pengukuran selanjutnya.

Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Cicilan (Sampel 30 responden)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.706	5

Sumber : hasil olah data

Hasil uji realibilitas faktor cicilan mendapatkan nilai *cronbach's* alpha untuk 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen alat ukur yang digunakan untuk mengukur faktor bersifat cukup handal dan konsisten.

### 3.3.2 Uji Validitas

Validitas adalah suatu bentuk pengujian untuk meyakini bahwa konsep yang akan diukur adalah suatu konsep yang benar, bukan sesuatu yang lain (Nasution & Usman, 2006, hal. 114).

Menurut *Masri Singarimbun* (Singarimbun: 1995, 124), validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, sekiranya pengukur menggunakan kuesioner dalam penyampaian data penelitian, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur, uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam semua daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu faktor.

Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok faktor tertentu. Hasil penelitian dianggap valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menilai validitas suatu butir pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan hasil output SPSS pada *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test*, yaitu dengan syarat *Measure of Sampling Adequance (MSA)* bernilai lebih besar dari 0,5, maka dapat dikatakan pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Berikut adalah hasil uji sampel validitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.9 Uji Validitas Faktor Agama dan Etnis (Sampel 30 responden)

		P1	P2	P3
Anti-image Covariance	P1	.149	-.142	-.135
	P2	-.142	.166	.090
	P3	-.135	.090	.779
Anti-image Correlation	P1	.504 <sup>a</sup>	-.906	-.395
	P2	-.906	.505 <sup>a</sup>	.250
	P3	-.395	.250	.530 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan komputer melalui program SPSS versi 13 didapat hasil analisis faktor dengan uji validitas untuk masing-masing pertanyaan dalam setiap faktor disajikan pada Tabel 3.1.

Berdasarkan Tabel 3.9 diketahui bahwa semua atribut yang membentuk faktor agama dan etnis bersifat valid, dengan rincian sebagai berikut:

√ P1 (Pertanyaan 1) : Agama mempengaruhi pilihan menggunakan menggunakan lembaga keuangan bernilai  $0,504 > 0,5$

√ P2 (Pertanyaan 2): Faktor etnis yaitu suku mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga keuangan bernilai  $0,505 > 0,5$

√ P3 (Pertanyaan 3 ) : Dalam memilih lembaga keuangan, teman, keluarga atau sahabat mempengaruhi anda bernilai  $0,530 > 0,5$

Tabel 3.10 Uji Validitas Faktor Kelas Sosial (Sampel 30 responden)

		P4	P5	P6	P7
Anti-image Covariance	P4	.870	-.253	.079	-.082
	P5	-.253	.655	-.323	.035
	P6	.079	-.323	.655	-.247
	P7	-.082	.035	-.247	.861
Anti-image Correlation	P4	.518 <sup>a</sup>	-.336	.105	-.094
	P5	-.336	.532 <sup>a</sup>	-.493	.046
	P6	.105	-.493	.527 <sup>a</sup>	-.330
	P7	-.094	.046	-.330	.593 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Faktor kelas sosial dibentuk oleh 4 atribut yang telah dijelaskan pada Tabel 3.1 sebelumnya. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu SPSS 13, melalui metode uji MSA, menghasilkan nilai-nilai yang tertera dalam Tabel 3.10.

Berdasarkan Tabel 3.10 dapat dilihat bahwa semua atribut yang membentuk faktor kelas sosial bernilai lebih besar dari 0,5 yang artinya bersifat valid, dengan rincian sebagai berikut:

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P4	Jenis pekerjaan mempengaruhi anda meminjam ke lembaga keuangan	0,518 > 0,5
P5	Jumlah penghasilan anda membuat anda meminjam ke lembaga keuangan	0,532 > 0,5
P6	Dalam memilih lembaga keuangan, adalah sesuai dengan kepribadian anda	0,527 > 0,5
P7	Sumber penghasilan keluarga anda dibantu oleh anggota keluarga yang lain (contoh, suami/ isteri, anak, dll)	0,593 > 0,5

Sumber : hasil olah data

Tabel 3.11 Uji Validitas Faktor Motivasi (Sampel 30 responden)

Anti-image Matrices

		P8	P9	P10
Anti-image Covariance	P8	.877	-.110	.047
	P9	-.110	.211	-.190
	P10	.047	-.190	.224
Anti-image Correlation	P8	.694 <sup>a</sup>	-.257	.107
	P9	-.257	.517 <sup>a</sup>	-.873
	P10	.107	-.873	.519 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Faktor motivasi, dibentuk oleh 3 atribut yang telah dijelaskan dalam Tabel 3.1. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 3.11.



Berdasarkan Tabel 3.11 dapat dilihat bahwa semua atribut yang membentuk faktor motivasi lebih besar dari 0,5 yang artinya bersifat valid, dengan rincian sebagai berikut:

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P8	Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk kebutuhan sehari-hari	0,694 > 0,5
P9	Meminjam ke lembaga keuangan adalah sebagai tambahan modal usaha	0,517 > 0,5
P10	Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk memperluas usaha di tempat lain	0,519 > 0,5

Sumber : hasil olah data

**Tabel 3.12 Uji Validitas Faktor Persyaratan (Sampel 30 responden)**

Anti-image Matrices

		P11	P12	P13	P14	P15	P16
Anti-image Covariance	P11	.618	-.112	.008	-.125	-.267	.059
	P12	-.112	.581	-.267	-.047	-.184	.065
	P13	.008	-.267	.682	-.200	.091	.050
	P14	-.125	-.047	-.200	.649	.038	-.297
	P15	-.267	-.184	.091	.038	.593	-.158
	P16	.059	.065	.050	-.297	-.158	.764
Anti-image Correlation	P11	.702 <sup>a</sup>	-.187	.012	-.198	-.441	.085
	P12	-.187	.685 <sup>a</sup>	-.424	-.070	-.314	.097
	P13	.012	-.424	.589 <sup>a</sup>	-.300	.143	.069
	P14	-.198	-.070	-.300	.639 <sup>a</sup>	.061	-.422
	P15	-.441	-.314	.143	.061	.624 <sup>a</sup>	-.235
	P16	.085	.097	.069	-.422	-.235	.512 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Faktor persyaratan, dibentuk oleh 6 atribut yang telah dijelaskan dalam Tabel 3.12. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 3.12.

Berdasarkan Tabel 3.12 diketahui bahwa terdapat semua atribut valid karena nilai MSAnya lebih dari 0,5.

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P11	Dalam memilih lembaga keuangan adalah berdasarkan memori/ingatan anda bahwa lembaga keuangan tersebut mempunyai keunggulan dibandingkan yang lain	0,702 > 0,5
P12	Sebelum meminjam, anda mempelajari dulu syarat dan ketentuan yang berlaku	0,685 > 0,5
P13	Syaratnya mudah/ tidak berbelit	0,589 > 0,5
P14	Proses pencairan dana cepat	0,639 > 0,5
P15	Mudah administrasinya	0,624 > 0,5
P16	Besarnya jaminan mempengaruhi dalam memilih lembaga keuangan	0,512 > 0,5

Sumber : hasil olah data

**Tabel 3.13 Uji Validitas Faktor Lokasi (Sampel 30 responden)**

Anti-image Matrices

		P17	P18	P19	P20
Anti-image Covariance	P17	.765	-.181	-.172	.190
	P18	-.181	.577	-.214	-.159
	P19	-.172	-.214	.542	-.222
	P20	.190	-.159	-.222	.690
Anti-image Correlation	P17	.572 <sup>a</sup>	-.272	-.267	.261
	P18	-.272	.705 <sup>a</sup>	-.383	-.252
	P19	-.267	-.383	.673 <sup>a</sup>	-.363
	P20	.261	-.252	-.363	.609 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Faktor lokasi, dibentuk oleh 4 atribut pertanyaan. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 3.1.

Berdasarkan Tabel 3.13 diketahui bahwa terdapat semua atribut valid karena nilai MSanya lebih dari 0,5.

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P17	Jarak ke lembaga keuangan dekat dengan rumah atau tempat dagang	0,572 > 0,5
P18	Lokasi lembaga keuangan mudah dijangkau dengan angkutan umum	0,705 > 0,5
P19	Lokasi lembaga keuangan strategis/ di pinggir jalan raya	0,673 > 0,5
P20	Mempunyai kantor cabang yang banyak dan mudah dijangkau	0,609 > 0,5

Sumber : hasil olah data

Tabel 3.14 Uji Validitas Faktor Cicilan (Sampel 30 responden)

		Anti-Image Matrices				
		P27	P28	P29	P30	P31
Anti-image Covariance	P27	.594	-.275	-.120	.020	-.081
	P28	-.275	.491	.054	-.259	-.117
	P29	-.120	.054	.788	-.208	-.210
	P30	.020	-.259	-.208	.649	.164
	P31	-.081	-.117	-.210	.164	.825
Anti-image Correlation	P27	.678 <sup>a</sup>	-.509	-.175	.033	-.116
	P28	-.509	.599 <sup>a</sup>	.087	-.460	-.185
	P29	-.175	.087	.642 <sup>a</sup>	-.291	-.260
	P30	.033	-.460	-.291	.578 <sup>a</sup>	.224
	P31	-.116	-.185	-.260	.224	.579 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Faktor cicilan, dibentuk oleh 5 atribut pertanyaan. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 3.14.

Berdasarkan Tabel 3.14 diketahui bahwa terdapat 5 atribut yang bernilai valid yaitu P27, P28, P29, P30, dan P31.

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P27	Anda menyukai lembaga keuangan yang cicilannya ringan	0,578 > 0,5
P28	Pembayaran cicilan yang fleksibel, mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan	0,599 > 0,5
P29	Jangka waktu pembayarn cicilan mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan	0,542 > 0,5
P30	Anda akan memilih lembaga keuangan yang pembayaran cicilannya tidak memaksakan target	0,578 > 0,5
P31	Tidak ada heban biaya administrasi	0,579 > 0,5

Sumber : hasil olah data

### 3.4 Analisis penelitian

#### 3.4.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif memberikan informasi mengenai sekumpulan data dan mendapatkan gagasan untuk keperluan analisis selanjutnya, jika diperlukan analisis ini meliputi penyusunan ukuran pemusatan, ukuran penyebaran, tabel, diagram, dan grafik. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat persepsi pelaku UMK terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah.

### 3.4.2 Analisis Faktor

Analisis faktor, yang merupakan suatu teknik statistik multivariat yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas semua faktor terikat dan saling ketergantungan, tujuan dari analisis faktor yaitu menjelaskan hubungan di antara banyak faktor dalam bentuk faktor dimana faktor tersebut merupakan besaran acak yang tidak dapat diamati atau diukur secara langsung. Cara kerjanya adalah mengumpulkan faktor-faktor yang berkorelasi ke dalam satu atau beberapa faktor, dimana antara satu faktor dengan faktor lainnya saling bebas atau tidak berkorelasi. Dari faktor-faktor yang terbentuk inilah nanti akan dapat dilihat faktor yang menjadi penjelas utama terhadap suatu populasi. Maholtra (Maholtra: 1996, 645), menjelaskan kegunaan analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang mendasari dan menerangkan korelasi diantara satu set faktor.
2. Mengidentifikasi suatu faktor / faktor baru yang lebih kecil, menetapkan faktor-faktor yang semula korelasi dengan analisis multivarian atau diskriminan.
3. Mengidentifikasi tidak tepat kecil faktor penting dari tidak tepat besar faktor untuk digunakan dalam analisis multivarian berikutnya.

Menurut Santoso ( 2007) bahwa asumsi asumsi yang mendasari analisis faktor adalah :

1. Besarnya korelasi atau korelasi antar faktor independen harus cukup kuat,  $> 0.5$ .
2. Besarnya korelasi parsial, korelasi antar dua faktor dengan menganggap tetap faktor yang lain, justru harus lebih kecil.
3. Pengujian seluruh matriks korelasi yang di ukur dengan besaran *measure sampling adequancy* (MSA). Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan di antara paling sedikit beberapa faktor.

Langkah-langkah dalam melakukan analisis Faktor :

1. Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis dan menguji faktor-faktor yang di tentukan, menggunakan metode *bartlett test of sphericity*, serta pengukuran MSA (*measure of sampling adequancy*)

2. Melakukan proses inti pada analisis faktor yakni factoring atau menurunkan satu atau lebih faktor dari faktor yang telah lolos pada uji faktor sebelumnya.
3. Melakukan proses faktor rotation atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk, tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu dengan beberapa metode rotasi, antara lain:
  - a. *Orthogonal Rotation*, yaitu memutar sumbu 90 derajat, proses rotasi dengan metode *orthogonal* masih bisa di bedakan menjadi *quartimax*, *varimax*, *equimax*
  - b. *Oblique Rotation*, yakni memutar sumbu ke kanan, tetapi tidak harus 90 derajat. Proses rotasi dengan metode *oblique* masih bisa di bedakan menjadi *oblimin*, *promax*, *orthoblique* dan lainnya.
4. Interpretasi atas faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama pada faktor yang terbentuk yang dianggap bisa mewakili faktor-faktor anggota faktor tersebut.
5. Validasi atau hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid. Validasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti:
  - a. Membagi sampel awal menjadi dua bagian, kemudian membandingkan hasil faktor sampel satu dengan sampel dua, jika hasil tidak banyak perbedaan, bisa dikatakan hasil yang terbentuk telah valid.
  - b. Dengan melakukan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan cara *structural equation modeling* (SEM).

Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan metode *Kaiser Meyer-Olkin* ( KMO ) yang nilainya harus diatas 0,5. juga digunakan metode *Measure Of Sampling Adequacy* atau MSA. Proses seleksi faktor dalam penelitian ini berdasarkan

#### 1. Uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) dan *Bartlet Test*

Uji ini dilakuk  $\geq 0,5$  maka proses analisis bisa di lanjutkan. Ketentuan tersebut didasarkan pada kriteria:

- a. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka faktor penelitian dapat dianalisis lebih lanjut.
- b. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka faktor penelitian tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

## 2. *Anti Image Matrics*

Untuk melihat faktor-faktor mana saja yang layak untuk dibuat analisis faktor, serta untuk mengetahui faktor-faktor yang dijadikan sebagai faktor analisis yang mempunyai korelasi yang kuat atau tidak dengan nilai  $\geq 0,5$ . jika nilainya  $\geq 0,5$  maka semua faktor pembentuk faktor tersebut telah valid dan tidak ada faktor yang direduksi.

## 3. *Eigen Value*

Eigen Value digunakan untuk melihat faktor-faktor baru. Syarat agar sebuah faktor layak untuk menjadi suatu faktor baru dengan eigen value  $\geq 1$ , sedangkan apabila terdapat faktor yang memiliki eigen value  $< 1$  maka faktor tersebut dikeluarkan atau tidak digunakan.

## 4. *Kumulatif Varians*

Nilai kumulatif varians menunjukkan besarnya tingkat keterwakilan faktor baru yang terbentuk terhadap faktor awal atau faktor semula, syarat faktor baru yang terbentuk harus mampu mewakili faktor awal atau semula dengan nilai kumulatif varians  $> 60\%$ .

## 5. Nilai *Loading*

Bertujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu varian masuk dalam faktor baru. Nilai *loading* ini dapat di lihat dari *eigen value*, jika *eigen value*  $> 1$  maka varian layak masuk dalam faktor baru.

## 6. Pembuatan model

Jika dalam suatu penelitian yang umum dilakukan terdapat sebanyak  $n$  faktor seperti:  $X_1, X_2, X_3 \dots X_n$ , maka persamaan faktor yang terbentuk dapat ditulis secara matematis dengan formulasi:

$$F1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + a_{13}X_3 + \dots + a_{1n}X_n$$

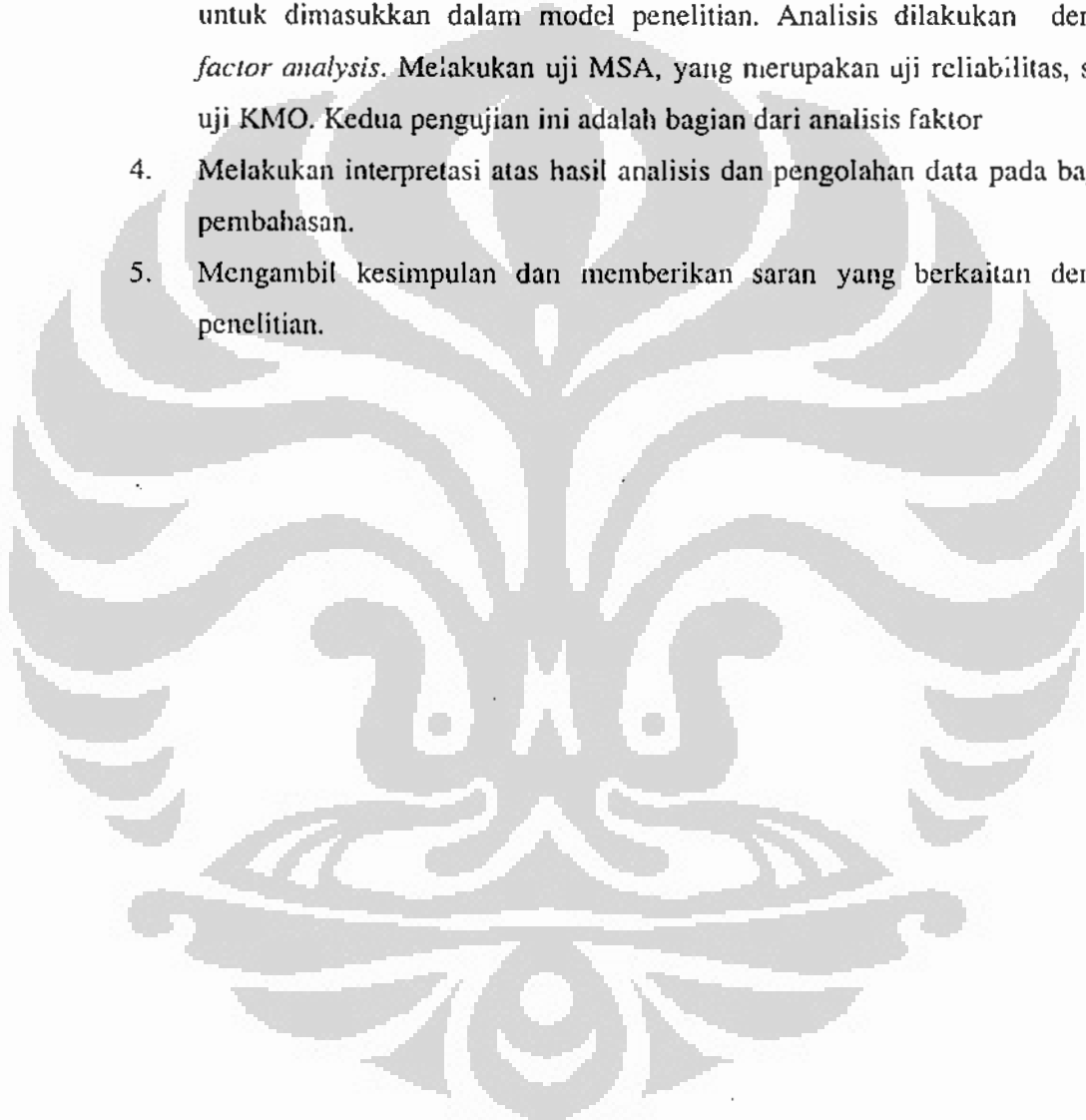
$$F2 = a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + a_{12}X_3 + \dots + a_{2n}X_n$$

$$Fn = a_{n1}X_1 + a_{n2}X_2 + a_{n3}X_3 + \dots + a_{nn}X_n$$

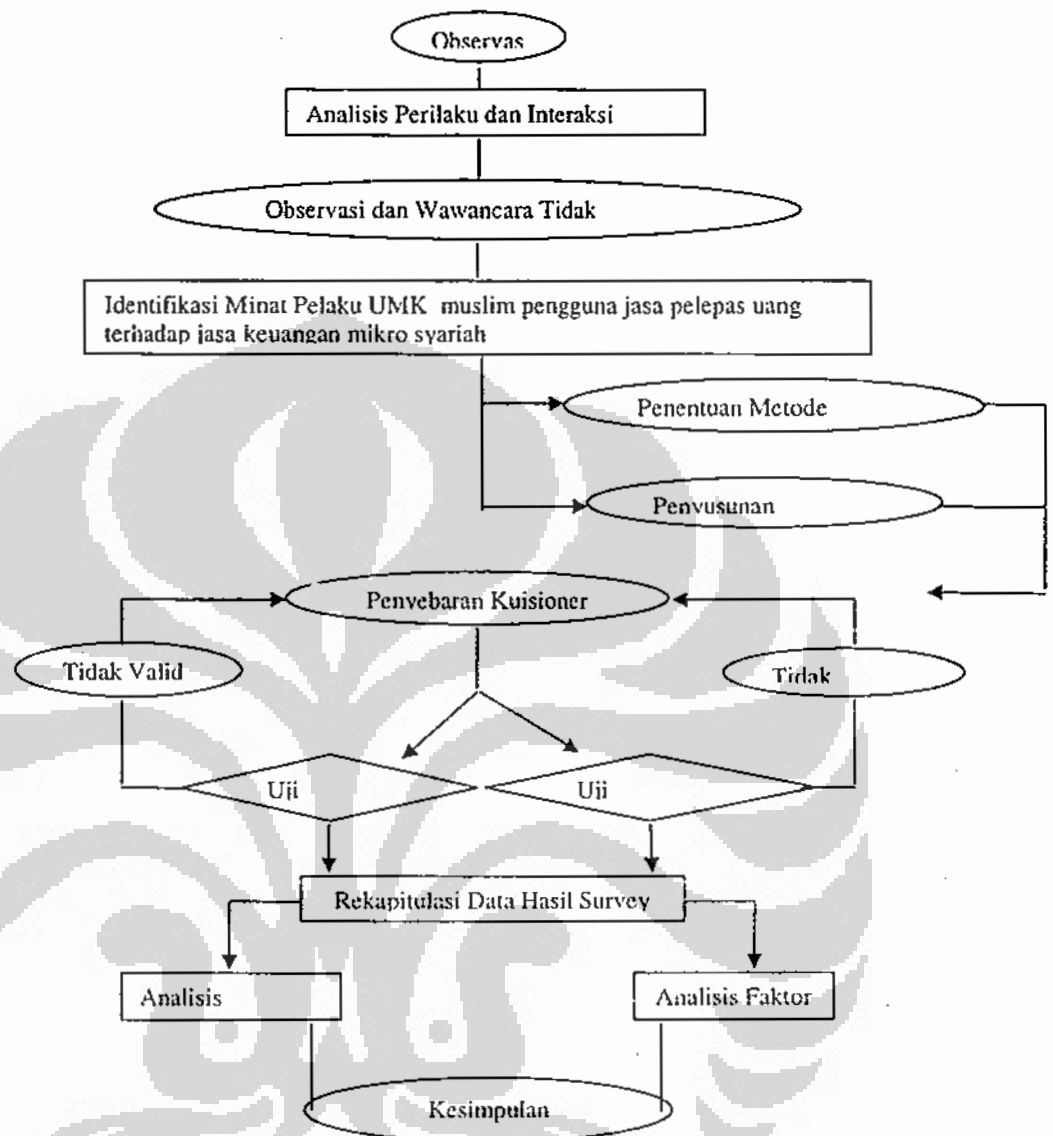
### 3.5 Tahapan Penyelesaian Masalah

Keseluruhan penelitian ini memiliki tahap-tahap sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data dari responden
2. Memasukkan data untuk pre test (uji kuesioner) dengan validitas dan realibilitas butir pertanyaan pada kuesioner. Apabila dinyatakan valid maka kuesioner dilanjutkan untuk dibagikan pada responden.
3. Menentukan faktor-faktor mana yang dianggap paling dominan dan layak untuk dimasukkan dalam model penelitian. Analisis dilakukan dengan *factor analysis*. Melakukan uji MSA, yang merupakan uji reliabilitas, serta uji KMO. Kedua pengujian ini adalah bagian dari analisis faktor
4. Melakukan interpretasi atas hasil analisis dan pengolahan data pada bagian pembahasan.
5. Mengambil kesimpulan dan memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian.



### 3.6. Bagan Alur Penelitian Tahap Penyelesaian Masalah



**Gambar 3.1**  
Tahapan-tahapan Penelitian



## 4. PEMBAHASAN

Dalam bab ini dilakukan analisis data dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis faktor. Data disajikan dalam bentuk deskripsi statistik mulai dari karakteristik usaha responden yaitu: lamanya pelaku UMK sudah berdagang, omset harian. Selain itu akan dilihat persepsi responden tentang Lembaga Keuangan Syariah, serta mengidentifikasi faktor dominan yang menjadi determinan minat pelaku UMK terhadap jasa lembaga keuangan syariah. Penyajian karakteristik responden disajikan dalam bentuk diagram.

Pengukuran faktor menggunakan skala likert (skala 1 sampai 6). Setelah dientri, hasil jawaban responden dirata-ratakan, kemudian diolah dengan analisis faktor. Selain itu, sebagian faktor yang menggunakan skala likert, data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif. Setelah dirata-ratakan, mencari nilai terendah, median, dan nilai tertingginya, selanjutnya, dibuat kriteria untuk tiap faktor.

Kriteria dibuat dengan berpedoman pada nilai median dikategorikan tinggi/baik. Misalnya pada faktor agama dan etnis, setelah dirata-ratakan, nilai terendah dari nilai rata-rata untuk agama dan etnis adalah 2,7, nilai tertinggi 5,3, dan mediannya 4,7.

Adapun kategori yang terbentuk adalah sebagai berikut:

- Nilai rata-rata hasil jawaban responden yang kurang dari median ( $\leq 4,7$ ) masuk kategori agama dan etnis tidak berpengaruh
- Nilai rata-rata hasil jawaban setiap responden yang lebih dari median ( $> 4,7$ ) dikategorikan agama dan etnis berpengaruh

### 4.1 Karakteristik Usaha Responden

Karakteristik usaha responden meliputi aspek lamanya berdagang pelaku UMK, dan omset harian pelaku UMK. Selengkapnya akan dijelaskan berikut ini.

#### 4.1.1 Jangka Waktu Berdagang

Pelaku UMK yang berdagang di sepanjang jalan antara Kebon Raya Bogor hingga Tajur menjual beraneka macam produk barang. Mulai dari kebutuhan

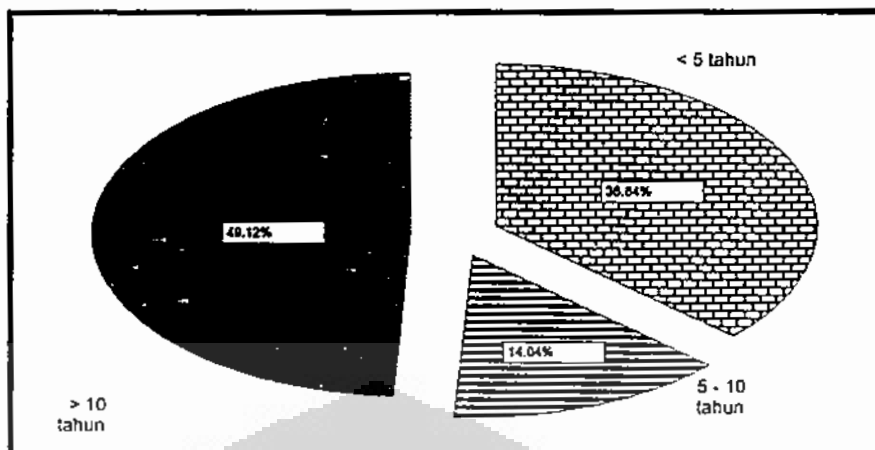
rumah tangga hingga jajanan/ makanan di pinggir jalan. Seperti pedagang kelontong, pedagang makanan dan minuman, pedagang sembako, aneka perabot rumah tangga, perlengkapan dan peralatan mandi, peralatan dan perlengkapan dapur, peralatan tidur, aneka jenis pakaian dan kain bahan, beragam souvenir, dan pedagang buah-buahan.

Para pelaku UMK pada umumnya mulai berjualan dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 21.00 WIB. Para pedagang dipungut sejumlah pungutan resmi, seperti pungutan harian biaya retribusi yang berjumlah Rp 1.000,- sebagai biaya kebersihan dan biaya keamanan sebesar Rp 10.000,- yang dipungut setiap awal bulannya.

Jalinan kekeluargaan antar pelaku UMK terlihat sangat erat, hal ini dapat diamati dari pergaulan sehari-hari. Jika dilihat dari canda dan senda gurau antar sesama pedagang menggambarkan ikatan pedagang yang sangat erat. Persaingan antar sesama pedagang dari produk serupa yang dijual juga terlihat cukup sehat.

Selain itu, walaupun didominasi oleh kebudayaan Sunda, keanekaragaman budaya, suku dan ras para pelaku UMK memperlihatkan tingginya semangat toleransi dan persatuan yang terbentuk dari adanya kesamaan profesi, persamaan nasib dan perjuangan antar sesama pelaku UMK. Keeratan hubungan dan interaksi antar sesama pedagang juga dapat disebabkan oleh lamanya pelaku UMK berdagang, saling mengenal dan berinteraksi dengan sesama pelaku UMK.

Dari data sampel yang diambil dari sejumlah responden terpilih sebanyak 57 responden, dapat dilihat bahwa ditinjau dari lamanya pengalaman pelaku UMK berdagang di sepanjang jalan Kebon Raya Bogor hingga Tajur, karakteristik responden adalah sebagai berikut:



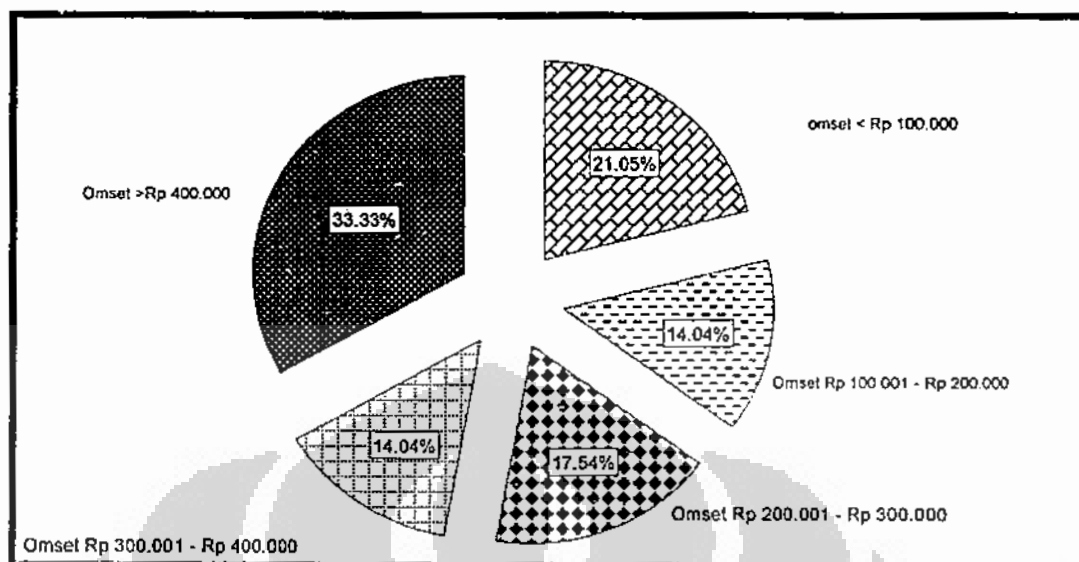
**Gambar 4.1 Deskriptif Jangka Waktu Berdagang**

Sumber : hasil olah data

Dari grafik di atas terlihat bahwa mayoritas responden pelaku UMK sebanyak 49,12% adalah pedagang yang pengalaman berdagang di sepanjang jalan Kebon Raya Bogor hingga Tajur selama sekitar 10 tahun atau lebih. Pada urutan kedua adalah responden pelaku UMK yang memiliki pengalaman berdagang 5 – 9 tahun yaitu 36,84%. Berlanjut pada urutan terakhir merupakan pelaku UMK yang berdagang kurang dari 4 tahun dan tergolong masih pedagang baru di sepanjang jalan Kebon Raya Bogor hingga Tajur, yaitu 14,04%.

#### 4.1.2 Omset Harian

Karakteristik pedagang ditinjau dari rata-rata omset yang diperoleh setiap harinya, dilihat dari data 57 responden adalah sebagai berikut:



**Gambar 4.2 Deskriptif Jumlah Omset Harian**

Sumber : hasil olah data

Dari Gambar di atas terlihat bahwa 33,33% responden beromset harian rata-rata adalah di atas Rp. 400.000. Sedangkan 21,05% responden yang beromset harian rata-rata kurang dari Rp 100.000. Pedagang dengan beromset harian rata-rata antara Rp. 100.001 – Rp 200.000 sebanyak 14,04% responden. Kemudian pedagang yang beromset harian rata-rata antara Rp 200.001 – Rp 300.000 sebanyak 17,54 % responden serta 14,04% responden beromset harian rata-rata antara dari Rp 300.001 – Rp 400.000. Salah satu penyebab terjadinya perbedaan jumlah rata-rata omset harian adalah perbedaan jenis komoditas yang dijual oleh pedagang pasar.

#### 4.2. Persepsi tentang Lembaga Keuangan Mikro

Ada berbagai persepsi para pelaku UMK pelepas uang terhadap lembaga keuangan formal mikro. Ada yang mengatakan mudah, sulit, atau biasa saja. Sebelum dilakukan analisis persepsi responden tentang lembaga keuangan mikro (syariah) maka sebelumnya di jelaskan tentang alasan pelaku UMK menghindari lembaga keuangan mikro.

#### 4.2.1 Alasan pelaku UMK menghindari lembaga keuangan Mikro

Keberadaan lembaga formal penyedia jasa modal kerja, tidak selamanya mendapatkan respon positif dari semua pelaku UMK. Adanya alasan-alasan tertentu sebagai respon negatif yang membuat pelaku UMK sebaiknya menghindar atau sedapat mungkin untuk tidak menggunakan jasa lembaga penyedia pinjaman. Alasan-alasan pelaku UMK untuk menghindar dari lembaga keuangan mikro yang penulis data dari kuisisioner yang disebar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Alasan pelaku UMK menghindari lembaga keuangan formal**

Alasan	Frekuensi	Persentase
Takut dengan jumlah beban bunga/bagi hasil yang tinggi	40	16.88%
Khawatir tidak bisa membayar cicilan	41	17.30%
Kondisi pasar yang tidak menguntungkan/sedang sepi	29	12.24%
Tidak mau rumit	38	16.03%
Biaya transaksi yang besar	32	13.50%
Proses pencairan yang lama	31	13.08%
Alasan lain	26	10.97%
Jumlah	237	100%

Sumber: Data Kuisisioner yang telah diolah

Dalam membuat pertanyaan dalam kuisisioner di atas, penulis member kesempatan kepada responden untuk menjawab lebih dari satu pertanyaan dengan alasan agar penulis mengetahui lebih banyak alasan-alasan responden dalam menghindari penggunaan jasa lembaga keuangan formal.

Dari Tabel 4.1 di atas, alasan menghindari penggunaan jasa lembaga keuangan karena khawatir tidak bisa membayar cicilan dipilih oleh 17,03%, sebagai akibat dari kondisi tertentu seperti takut akibat kondisi pasar yang sepi,

tingkat beban pengembalian yang sangat besar, dan terjadinya hal-hal buruk di luar perkiraan pedagang.

Alasan karena takut dengan jumlah beban bunga/bagi hasil yang tinggi dipilih oleh sebanyak 16,88%. Sama halnya dengan alasan karena beban biaya transaksi yang besar, beban pengembalian yang besar berupa margin, bagi hasil atau beban bunga menurut sebagian besar pedagang merupakan beban yang harus dipikul, maka pedagang akan secara rasional memilih penyedia jasa yang memberikan tingkat beban pengembalian yang lebih murah.

Alasan pedagang pasar menghindari penggunaan jasa lembaga keuangan formal karena tidak mau rumit dipilih dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 16,03%. Karena padatnya aktivitas, terkadang pedagang tidak dapat meninggalkan usahanya, pedagang enggan untuk menggunakan penyedia jasa pinjaman yang memberikan layanan dengan persyaratan yang rumit, sehingga akan lebih baik untuk menggunakan layanan penyedia jasa pinjaman yang lebih mudah dalam pelayanannya.

Sedangkan alasan karena kendala biaya transaksi yang besar menjadi alasan terbanyak ke empat yang dipilih responden dengan responden yang memilih sebanyak 13,5%. Pelaku UMK juga merupakan pangsa pasar lembaga keuangan formal yang rasional. Dengan banyaknya layanan lembaga keuangan formal penyedia jasa pinjaman, maka pastinya pedagang akan lebih memilih layanan lembaga keuangan formal penyedia jasa modal kerja yang lebih murah dan mengorbankan biaya yang sedikit untuk mendapatkan pelayanannya.

Proses pencairan yang lama menjadi pilihan alasan terbanyak ke lima dari kendala yang dihadapi pedagang dalam meminjam uang ke Lembaga Keuangan dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 13,08%. Dalam menjalankan usahanya, pelaku UMK kerap membutuhkan tambahan modal kerja dengan cepat karena permintaan terhadap barang dagangan yang tidak dapat diprediksi dan bergantung kepada tren dan musim. Sehingga bila kebutuhan modal kerja yang tidak dapat dipenuhi dengan segera oleh lembaga keuangan formal, maka pelaku UMK justru akan lebih memilih menggunakan jasa modal kerja alternatif yang lebih mudah.

Dari tabel 4.1 di atas, alasan menghindari penggunaan jasa lembaga keuangan formal karena kondisi pasar yang tidak menguntungkan atau sedang sepi adalah alasan yang dipilih dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 12,24%. Pedagang tidak mau mengambil risiko menggunakan jasa lembaga keuangan formal karena takut tidak dapat menjalankan kewajibannya dalam membayar cicilan. Selain itu, pedagang juga berfikir bahwa dengan kondisi pasar yang sepi, maka pihak lembaga keuangan formal juga akan lebih selektif dalam melayani kebutuhan modal kerja pedagang, sehingga dianggap lebih sulit untuk mendapatkan pencairan dana.

Alasan terbanyak terakhir yang hanya dipilih oleh 10,97% dalam menghindari penggunaan jasa lembaga keuangan ada berbagai macam alasan. Enam orang responden tidak punya jaminan/ tanpa agunan. Tidak semua pedagang memiliki barang jaminan yang dipersyaratkan oleh lembaga keuangan formal. Empat orang responden menyatakan tidak tenang. Hal ini disebabkan karena mereka berpikir terus mengenai jumlah modal yang harus dibayarkan, ditambah lagi dengan beban bunganya.

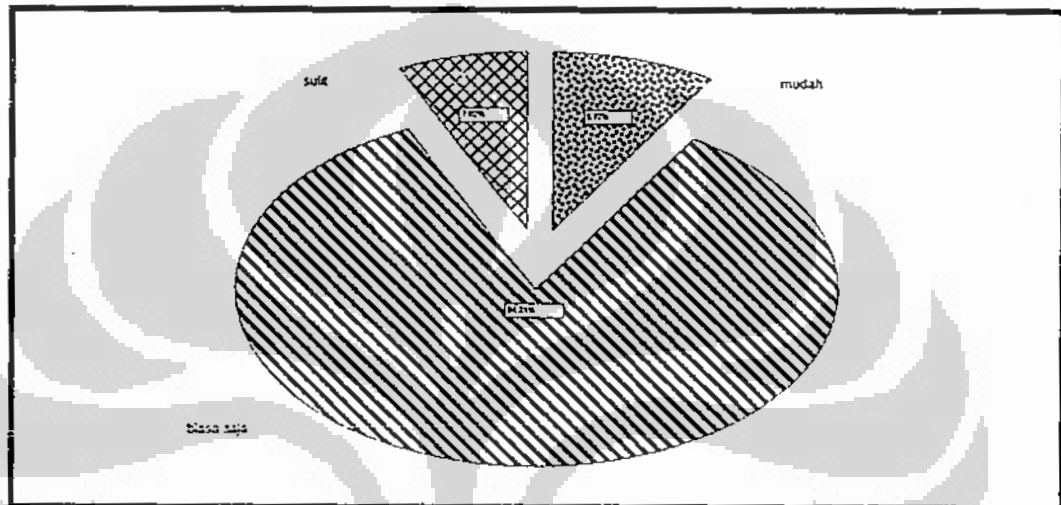
Sebagian responden menyatakan bahwa proses meminjam di lembaga keuangan formal itu lama/ berbelit-belit. Sebagian kelompok responden menyatakan belum perlu karena modal masih cukup serta membiarkan usaha agar dapat berkembang sendiri. Lainnya merasa takut terbebani dan tidak bisa bayar apabila meminjam pada lembaga keuangan. Dan responden sisanya menyatakan bahwa mereka tidak tahu caranya dan sulit meminjam kepada lembaga keuangan formal.

#### **4.2.2. Persepsi tentang lembaga keuangan informal**

Dari hasil kuisioner yang penulis sebar, sebanyak 75% responden menyatakan sulit melakukan pinjaman ke pelepas uang dan 25% orang responden menyatakan biasa saja. Sulitnya mendapat pinjaman dari pelepas uang biasanya disebabkan karena kurangnya kepercayaan pelepas uang kepada pelaku UMK sebagai peminjam. Hampir semua responden memaparkan bahwa kepercayaan adalah kunci sukses dalam melakukan pinjaman. Jika pelepas uang sudah bisa memegang kepercayaan pada seseorang maka kucuran dana akan mengalir seperti

air bahkan disaat angsuran pinjaman belum selesai diangsurpun mereka bisa meminjam lagi dengan jumlah yang berbeda.

Selain meminjam kepada jasa pelepas uang, pinjaman informal juga bisa dilakukan kepada kelompok/paguyuban. Berikut deskripsi persepsi mereka tentang meminjam kepada Paguyuban.

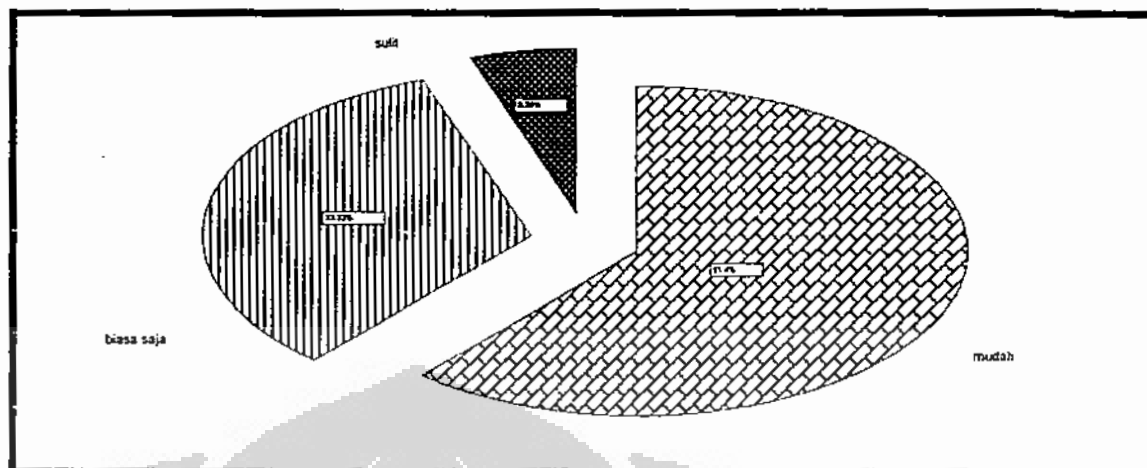


**Gambar 4.3**  
**Persepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan pinjaman**  
**pada Paguyuban**  
 Sumber: hasil olah data

Dari hasil jawaban kuisioner yang berkaitan dengan persepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh pinjaman dari Paguyuban, diperoleh data bahwa 8,77 % menjawab mudah, 84,21 % menjawab biasa saja, 7,02 % menyatakan sulit.

Selain memanfaatkan jasa pelepas uang, pinjaman dari paguyuban, kebutuhan modal juga bisa diperoleh dari kerabat. Gambaran mengenai persepsi perilaku UMK terhadap kerabat dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

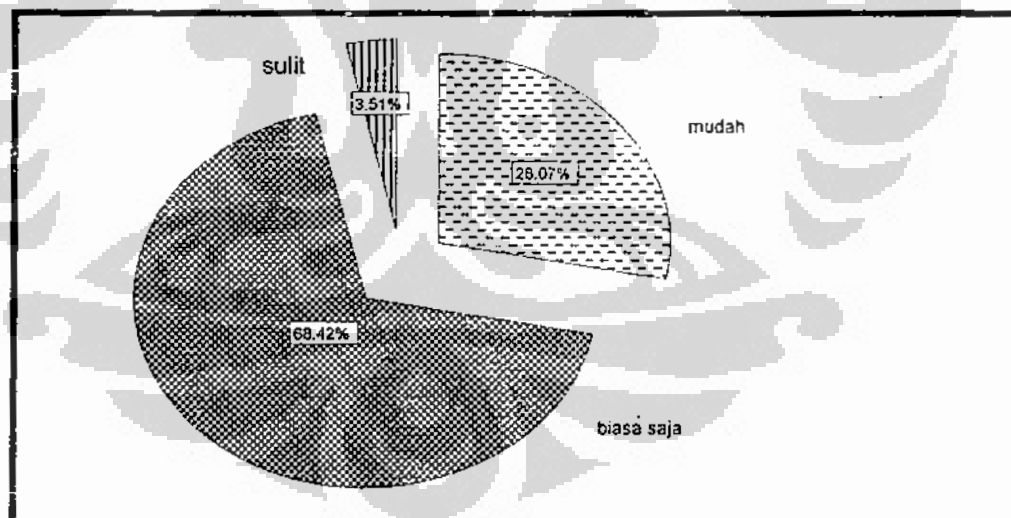




**Gambar 4.4**  
Persepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan pinjaman pada Kerabat  
Sumber : hasil olah data

#### 4.2.3. Persepsi tentang Lembaga Keuangan Mikro (Syariah)

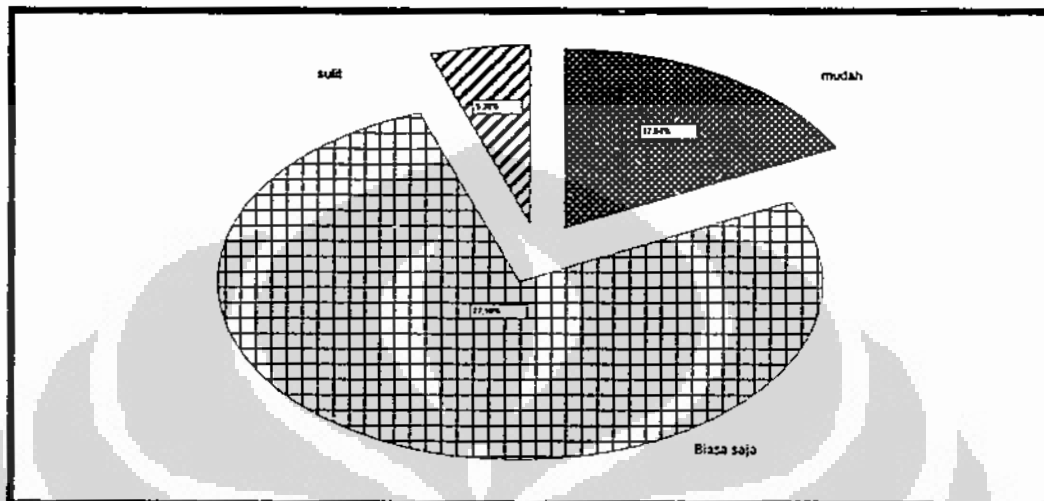
Berikut persepsi pedagang mengenai kemudahan akses layanan penyediaan modal kerja dari masing-masing lembaga keuangan formal yang beroperasi di sepanjang jalan Kebon Raya Bogor hingga Tajur dan sekitarnya.



**Gambar 4.5**  
Persepsi Pedagang Terhadap Tingkat Kemudahan Pada Layanan Koperasi  
Sumber : hasil olah data

Dari hasil jawaban kuisiонер yang berkaitan dengan persepsi pedagang terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh jasa pinjaman dari Koperasi, diperoleh data bahwa 28,07 % menjawab mudah, 68,42 % menjawab biasa saja,

3,51 % menjawab sulit. Selain melihat persepsi responden terhadap lembaga keuangan mikro formal yang sifatnya umum.

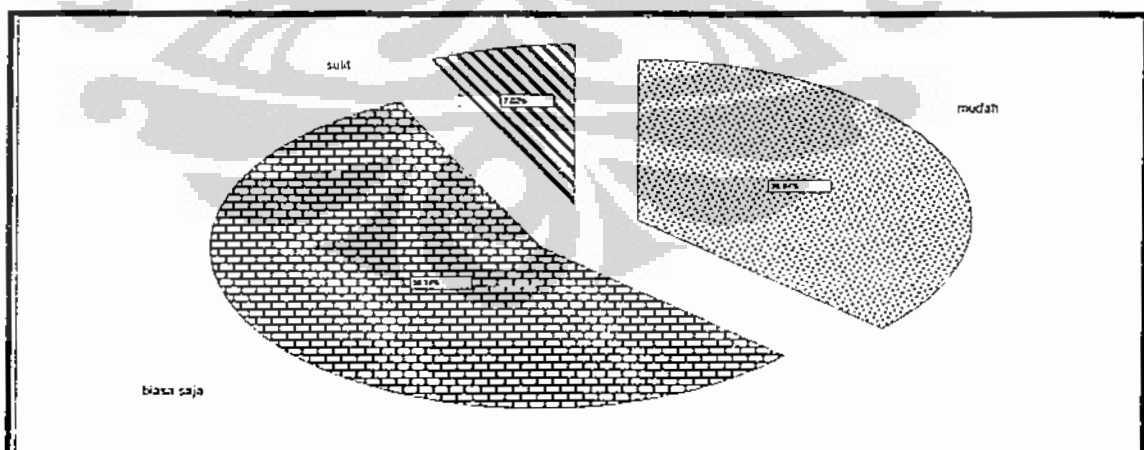


**Gambar 4.6**

**Persepsi Pedagang terhadap Tingkat Kemudahan Layanan Koperasi Syariah**

Sumber: hasil olah data

Dari hasil jawaban kuisioner yang berkaitan dengan persepsi pedagang terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh layanan penyediaan jasa pinjaman dari Koperasi Syariah, diperoleh data bahwa 17,54 % menjawab mudah, 77,19 % menjawab biasa saja, 5,26 % menyatakan sulit.

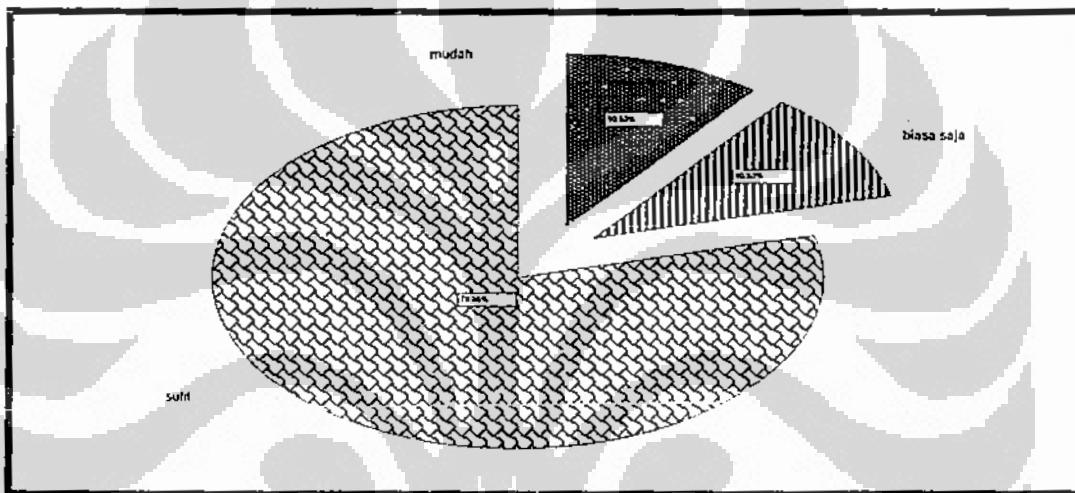


**Gambar 4.7**

**Persepsi Pedagang Terhadap Tingkat Kemudahan Pada Layanan BMT**

Sumber : hasil olah data

Pada hakikatnya, badan hukum BMT adalah dibawah induk perkoperasian. Akan tetapi para pedagang pasar lebih mengidentikkan lembaga BMT sebagai bagian dari lembaga perbankan karena minimnya informasi mengenai BMT. Dari hasil jawaban kuisisioner yang berkaitan dengan persepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh layanan jasa pinjaman dari BMT, diperoleh data bahwa 36,64 % menjawab mudah, 56,14 % menjawab biasa saja, 7,02 % menyatakan sulit.

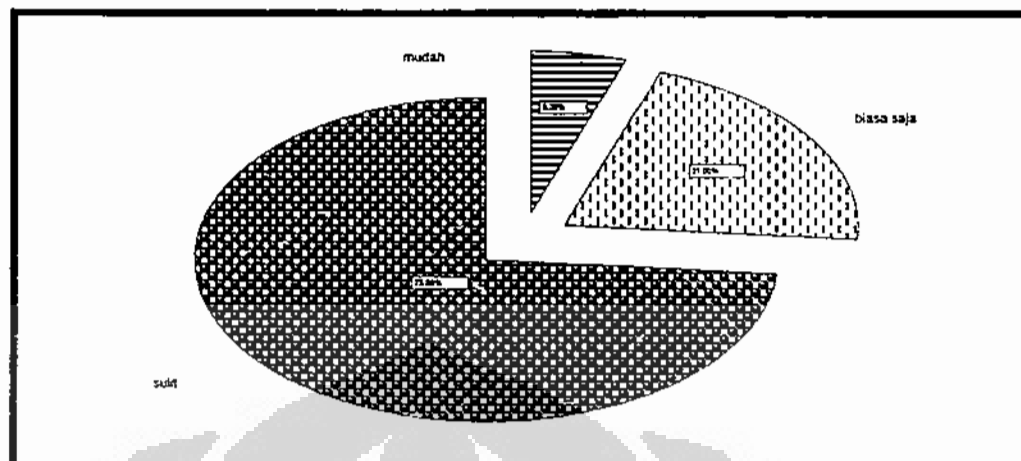


Gambar 4.8

Persepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan pinjaman pada Bank

Sumber: hasil olah data

Dari hasil jawaban kuisisioner yang berkaitan dengan persepsi pedagang terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh pinjaman dari Bank, diperoleh data bahwa 10,53 % menjawab mudah, 10,53 % menjawab biasa saja, 78,95 % menyatakan sulit.



**Gambar 4.9**

**Presepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan pada Bank Syariah**

Sumber : hasil olah data

Dari hasil jawaban kuisisioner yang berkaitan dengan persepsi pelaku UMK terhadap tingkat kemudahan dalam memperoleh layanan jasa pinjaman dari Bank Syariah, diperoleh data bahwa 5,26% menjawab mudah, 21,05 % menjawab biasa saja, 73,68% menyatakan sulit.

### 4.3 Analisis Realibilitas dan Validitas

#### 4.3.1 Realiabilitas

Terdapat 5 faktor yang perlu di uji realibilitas dan validitasnya. Keenam faktor bebas dalam penelitian ini yaitu : faktor pribadi, lingkungan, kemudahan, pelayanan, dan cicilan yang telah dibentuk oleh atribut-atribut valid tersebut diuji realibilitasnya dengan menggunakan metode *cronbach's alpha*. Faktor dikatakan reliable jika nilai *cronbach's alpha*nya lebih dari 0,6 yang berarti bahwa alpha cukup baik, sehingga instrumen pengukuran konsep cukup stabil dan konsisten. Jika nilai *Cronbach's alpha* kurang dari 0,6 maka faktor tersebut tidak reliabel.

#### 4.3.1.1 Agama dan Etnis

Pengolahan data pre tes kuisisioner dengan menggunakan program SPSS 13 untuk faktor agama dan etnis, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada table 4.2.

**Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Agama dan Etnis**

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

Sumber : hasil olah data

Nilai alpha faktor agama dan etnis pada Tabel 4.2 di atas sebesar 0,804. Hal ini menunjukkan bahwa faktor agama dan etnis cukup handal dan konsisten. Dengan demikian instrumen alat ukur pada faktor tersebut merupakan instrumen yang handal dan konsisten secara statistik.

**4.3.1.2 Kelas Sosial**

Hasil uji *cronbach's alpha* faktor kelas sosial yang dibentuk oleh 4 atribut dapat dilihat pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3 Uji Realibilitas Keias Sosial**

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	4

Sumber : hasil olah data

Nilai yang didapat sebesar 0,629, artinya instrumen alat ukur untuk faktor kelas sosial masuk kategori instrumen yang cukup handal dan konsisten karena bernilai lebih dari 0,5.

**4.3.1.3 Motivasi**

Nilai uji *cronbach's alpha* faktor motivasi yang dibentuk oleh 3 atribut dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut :

**Tabel 4.4 Uji Realibilitas Motivasi**

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	3

Sumber : hasil olah data

Nilai *cronbach's alpha* faktor motivasi yang didapat sebesar 0,708, artinya instrumen alat ukur untuk faktor motivasi termasuk kategori instrumen yang handal dan konsisten.

**4.3.1.4 Persyaratan**

Pengolahan data pre tes kuesioner dengan menggunakan program SPSS 13 untuk faktor persyaratan, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5 Uji Realibilitas Persyaratan**

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of items
.663	6

Sumber : hasil olah data

Nilai *cronbach's alpha* faktor persyaratan adalah 0,663. Hal ini mengidentifikasi bahwa instrumen alat ukur untuk faktor persyaratan termasuk kategori instrumen yang cukup handal dan konsisten.

**4.3.1.5 Lokasi**

Pengolahan data pre tes kuesioner dengan menggunakan program SPSS 13 untuk variabel lokasi, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6 Uji Realibilitas Lokasi**

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	4

Sumber : hasil olah data

Nilai yang didapat pada faktor lokasi mencapai 0,643, hal ini menunjukkan bahwa faktor lokasi termasuk kategori faktor yang cukup handal dan konsisten.

#### 4.3.1.6 Pelayanan

Pengolahan data pre tes kuesioner dengan menggunakan program SPSS 13 untuk variabel pelayanan, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7 Uji Realibilitas Pelayanan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	6

Sumber : hasil olah data

Nilai *cronbach's alpha* untuk faktor pelayanan mencapai 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen alat ukur yang digunakan untuk mengukur faktor bersifat andal dan konsisten untuk pengukuran selanjutnya.

#### 4.3.1.7 Cicilan

Pengolahan data pre tes kuesioner dengan menggunakan program SPSS 13 untuk faktor cicilan, menghasilkan nilai *cronbach's alpha* pada Tabel 4.8.

**Tabel 4.8 Uji Realibilitas Cicilan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	5

Sumber : hasil olah data

Hasil uji realibilitas faktor cicilan mendapatkan nilai *cronbach's alpha* untuk 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen alat ukur yang digunakan untuk mengukur faktor bersifat cukup handal dan konsisten.

### 4.3.2 Uji Validitas

Untuk menilai validitas atribut-atribut yang digunakan untuk membentuk faktor-faktor tak terikat dalam penelitian ini, maka digunakan metode uji *Measures Sampling Adequacy* (MSA), yang bertujuan untuk mengukur seberapa tepat suatu faktor terprediksi oleh faktor lain dengan *error* yang relatif kecil. Dalam penelitian ini terdapat 7 faktor, yaitu :

1. Agama dan etnis (kelompok pertanyaan B1)
2. Kelas Sosial (kelompok pertanyaan B2)
3. Motivasi (kelompok pertanyaan B3)
4. Persyaratan (kelompok pertanyaan B4)
5. Lokasi (kelompok pertanyaan B5)
6. Pelayanan (kelompok pertanyaan B6)
7. Cicilan (kelompok pertanyaan B7)

#### 4.3.2.1 Agama dan Etnis

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan komputer melalui program SPSS versi 13 didapat hasil analisis faktor dengan uji validitas untuk masing-masing pertanyaan dalam setiap faktor disajikan pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.9 Uji Validitas Faktor Agama dan Etnis**

		Anti-image Matrices		
		P1	P2	P3
Anti-image Covariance	P1	.121	-.117	-.111
	P2	-.117	.133	.070
	P3	-.111	.070	.774
Anti-image Correlation	P1	.516 <sup>a</sup>	-.922	-.364
	P2	-.922	.519 <sup>a</sup>	.217
	P3	-.364	.217	.622 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa semua atribut yang membentuk faktor gaya hidup agama dan etnis bersifat valid, dengan rincian sebagai berikut:

√ P1 (Pertanyaan 1) : Agama mempengaruhi pilihan menggunakan menggunakan lembaga keuangan bernilai 0,516



√ P2 (Pertanyaan 2): Faktor etnis yaitu suku mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga keuangan bernilai 0,519

√ P3 (Pertanyaan 3 ): Dalam memilih lembaga keuangan, teman, keluarga atau sahabat mempengaruhi anda bernilai 0,622

#### 4.3.2.2 Kelas Sosial

Faktor tak terikat kelas sosial dibentuk oleh 4 atribut yang telah dijelaskan dalam bab 3. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu SPSS 13, melalui metode uji MSA, menghasilkan nilai-nilai yang tertera dalam Tabel 4.10.

**Tabel 4.15 Uji Validitas Faktor Kelas Sosial**

		Anti-image Matrices			
		P4	P5	P6	P7
Anti-image Covariance	P4	.879	-.156	-.056	-.144
	P5	-.156	.739	-.307	.043
	P6	-.056	-.307	.673	-.245
	P7	-.144	.043	-.245	.833
Anti-image Correlation	P4	.736 <sup>a</sup>	-.193	-.073	-.168
	P5	-.193	.594 <sup>a</sup>	-.435	.055
	P6	-.073	-.435	.591 <sup>a</sup>	-.327
	P7	-.168	.055	-.327	.620 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa semua atribut yang membentuk faktor kelas sosial bernilai lebih besar dari 0,5 yang artinya bersifat valid, dengan rincian sebagai berikut:

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P4	Jenis pekerjaan mempengaruhi anda meminjam ke lembaga keuangan	0,736
P5	Jumlah penghasilan anda membuat anda meminjam ke lembaga keuangan	0,594
P6	Dalam memilih lembaga keuangan, adalah sesuai dengan kepribadian anda	0,591
P7	Sumber penghasilan keluarga anda dibantu oleh anggota keluarga yang lain (contoh, suami/ isteri, anak, dll)	0,620

Sumber : hasil olah data

### 4.3.2.3 Motivasi

Faktor tak terikat motivasi, dibentuk oleh 3 atribut yang telah dijelaskan dalam bab 3. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 4.11.

**Tabel 4.11 Uji Validitas Faktor Motivasi**

Anti-image Matrices				
		P8	P9	P10
Anti-image Covariance	P8	.927	-.076	-.041
	P9	-.076	.412	-.309
	P10	-.041	-.309	.416
Anti-image Correlation	P8	.865 <sup>a</sup>	-.124	-.067
	P9	-.124	.531 <sup>a</sup>	-.747
	P10	-.067	-.747	.532 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa semua atribut yang membentuk faktor motivasi lebih besar dari 0,5 yang artinya bersifat valid, dengan rincian sebagai berikut:

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P8	Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk kebutuhan sehari-hari	0,865
P9	Meminjam ke lembaga keuangan adalah sebagai tambahan modal usaha	0,531
P10	Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk memperluas usaha di tempat lain	0,532

Sumber : hasil olah data

### 4.3.2.4 Persyaratan

Faktor tak terikat persyaratan, dibentuk oleh 6 atribut yang telah dijelaskan dalam bab 3. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Uji Validitas Faktor Persyaratan

**Anti-image Matrices**

		P11	P12	P13	P14	P15	P16
Anti-image Covariance	P11	.798	-.117	-.046	-.054	-.215	.044
	P12	-.117	.708	-.292	.039	-.139	.008
	P13	-.046	-.292	.713	-.200	.030	-.004
	P14	-.054	.039	-.200	.765	-.205	-.091
	P15	-.215	-.139	.030	-.205	.693	-.157
	P16	.044	.008	-.004	-.091	-.157	.693
Anti-image Correlation	P11	.753 <sup>a</sup>	-.156	-.061	-.070	-.289	.052
	P12	-.156	.664 <sup>a</sup>	-.411	.053	-.199	.010
	P13	-.061	-.411	.641 <sup>a</sup>	-.271	.043	-.005
	P14	-.070	.053	-.271	.701 <sup>a</sup>	-.281	-.109
	P15	-.289	-.199	.043	-.281	.682 <sup>a</sup>	-.196
	P16	.052	.010	-.005	-.109	-.196	.683

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui bahwa terdapat semua atribut valid karena nilai MSAny lebih dari 0,5.

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P11	Dalam memilih lembaga keuangan adalah berdasarkan memori/ingatan anda bahwa lembaga keuangan tersebut mempunyai keunggulan dibandingkan yang lain	0,753
P12	Sebelum meminjam, anda mempelajari dulu syarat dan ketentuan yang berlaku	0,664
P13	Syaratnya mudah/ tidak berbelit	0,641
P14	Proses pencairan dana cepat	0,701
P15	Mudah administrasinya	0,682
P16	Besarnya jaminan mempengaruhi dalam memilih lembaga keuangan	0,683

Sumber : hasil olah data

#### 4.3.2.5 Lokasi

Faktor tak terikat lokasi, dibentuk oleh 4 atribut pertanyaan. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 4.13.

**Tabel 4.13 Uji Validitas Faktor Lokasi****Anti-image Matrices**

		P17	P18	P19	P20
Anti-image Covariance	P17	.896	-.187	-.056	.078
	P18	-.187	.631	-.275	-.149
	P19	-.056	-.275	.643	-.197
	P20	.078	-.149	-.197	.787
Anti-image Correlation	P17	.648 <sup>a</sup>	-.248	-.074	.093
	P18	-.248	.648 <sup>a</sup>	-.431	-.211
	P19	-.074	-.431	.659 <sup>a</sup>	-.277
	P20	.093	-.211	-.277	.711 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : Hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa terdapat semua atribut valid karena nilai MSAnyanya lebih dari 0,5.

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P17	Jarak ke lembaga keuangan dekat dengan rumah atau tempat dagang	0,648
P18	Lokasi lembaga keuangan mudah dijangkau dengan angkutan umum	0,648
P19	Lokasi lembaga keuangan strategis/ di pinggir jalan raya	0,659
P20	Mempunyai kantor cabang yang banyak dan mudah dijangkau	0,711

Sumber : hasil olah data

#### 4.3.2.6 Pelayanan

Faktor tak terikat pelayanan, dibentuk oleh 6 atribut pertanyaan. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 4.14.

Tabel 4.15 Uji Validitas Faktor Pelayanan

## Anti-image Matrices

		P21	P22	P23	P24	P25	P26
Anti-image Covariance	P21	.535	-.209	-.053	-.103	-.002	-.048
	P22	-.209	.539	-.177	-.039	-.021	-.055
	P23	-.053	-.177	.611	.008	-.092	-.056
	P24	-.103	-.039	.008	.341	-.209	.022
	P25	-.002	-.021	-.092	-.209	.309	-.159
	P26	-.048	.055	-.056	.022	-.159	.309
Anti-image Correlation	P21	.845 <sup>a</sup>	-.390	-.093	-.241	-.006	-.076
	P22	-.390	.812 <sup>a</sup>	-.309	-.091	-.051	.087
	P23	-.093	-.309	.873 <sup>a</sup>	.018	-.211	-.084
	P24	-.241	-.091	.018	.760 <sup>a</sup>	-.644	.045
	P25	-.006	-.051	-.211	-.644	.738 <sup>a</sup>	-.336
	P26	-.076	.087	-.084	.045	-.336	.309

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Nilai MSA yang diperoleh pada atribut pelayanan (Tabel 4.15) adalah sebagai berikut :

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P21	Lembaga keuangan sebaiknya melayani dengan mendatangi anda	0,845
P22	Pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit	0,812
P23	Fasilitas lengkap dan memadai mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan	0,873
P24	Pelayanan yang baik dan murah senyum	0,760
P25	Lembaga keuangan yang terbuka untuk umum/ tidak diskriminatif/ pilih-pilih	0,738
P26	Hanya mengembalikan modal pokok saja	0,825

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa terdapat semua atribut valid karena nilai MSAnya lebih dari 0,5.

#### 4.3.2.7 Cicilan

Faktor tak terikat cicilan, dibentuk oleh 5 atribut pertanyaan. Hasil pengolahan data pre tes kuesioner dengan alat bantu program SPSS 13, menggunakan uji MSA menghasilkan nilai-nilai tertera dalam Tabel 4.16.

Tabel 4.16 Uji Validitas Faktor Cicilan

## Anti-image Matrices

		P27	P28	P29	P30	P31
Anti-image Covariance	P27	.662	-.260	-.117	-.047	-.121
	P28	-.260	.556	.056	-.277	-.059
	P29	-.117	.056	.876	-.161	-.167
	P30	-.047	-.277	-.161	.644	.161
	P31	-.121	-.059	-.167	.161	.896
Anti-image Correlation	P27	.684 <sup>a</sup>	-.429	-.154	-.071	-.157
	P28	-.429	.602 <sup>a</sup>	.081	-.463	-.084
	P29	-.154	.081	.614 <sup>a</sup>	-.214	-.188
	P30	-.071	-.463	-.214	.610 <sup>a</sup>	.213
	P31	-.157	-.084	-.188	.213	.452 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa terdapat 4 atribut yang bernilai valid yaitu P27, P28, P29, dan P30. Atribut lainnya yaitu P31 bernilai kurang dari 0,5, sehingga dengan demikian atribut-atribut valid dalam faktor cicilan adalah :

Atribut	Isi Atribut	Nilai MSA
P27	Anda menyukai lembaga keuangan yang cicilannya ringan	0,684
P28	Pembayaran cicilan yang fleksibel, mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan	0,602
P29	Jangka waktu pembayaran cicilan mempengaruhi anda memilih lembaga keuangan	0,614
P30	Anda akan memilih lembaga keuangan yang pembayaran cicilannya tidak memaksakan target	0,610

Sumber : hasil olah data

Selain diadakan uji validitas pada pertanyaan kuesioner, sebelum dilakukan analisis faktor, terlebih dahulu dilakukan uji Kaiser Mayer Olkin (KMO) untuk menunjukkan apakah metode sampling yang digunakan memenuhi syarat atau tidak, sehingga akan ditentukan data dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan Analisis Faktor atau tidak. Hasil uji KMO pada 7 faktor bebas dapat dilihat pada Tabel 4.21. dari hasil pengujian untuk menunjukkan apakah metode sampling yang digunakan memenuhi syarat atau tidak. atau uji KMO, didapatkan nilai KMO 0,511 yang berarti bahwa data cukup baik untuk dilakukan analisis faktor. Hasil pengolahan data dengan program SPSS ditunjukkan oleh Tabel 4.21 berikut :

**Tabel 4.17 Uji Bartlett's  
KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.511
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	134.981
	Df	21
	Sig.	.000

Sumber : hasil olah data

Setelah dilakukan uji realibilitas dan uji validitas, berikut akan dipaparkan tentang karakteristik/ profil responden yang akan dideskripsikan disertai gambar tabel/ diagram hasil olah data.

#### 4.4 Analisis Faktor

Besarnya proporsi varians dari faktor, atau *communality* di dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.18.

**Tabel 4.18 Extraction Communality**

**Communalities**

	Initial	Extraction
agmet	1.000	.663
klassos	1.000	.938
motivasi	1.000	.629
syarat	1.000	.913
lokasi	1.000	.662
playanan	1.000	.602
cicilan	1.000	.442

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : hasil olah data

*Extraction communality* yang menjelaskan hubungan antara faktor dan faktor menunjukkan bahwa faktor-faktor yang digunakan di dalam penelitian ini hamper seluruhnya bernilai di atas 0,5 yang berarti bahwa hubungan antara faktor dan faktor relatif besar, kecuali untuk faktor cicilan. Faktor kelas sosial memiliki nilai *extraction communality* terbesar, yaitu 0,938. Hal ini dapat dikatakan bahwa faktor kelas sosial memiliki kemampuan paling baik yang menunjukkan hubungan faktor kelas sosial dengan faktor dalam penelitian ini. Faktor berikutnya adalah persyaratan, agama dan etnis, lokasi, motivasi, pelayanan dan cicilan.

Sementara itu, *initial communality* menjelaskan estimasi varians masing-masing faktor berdasarkan faktor yang terbentuk. Seluruh faktor di dalam penelitian ini memiliki *initial communality* sebesar 1, yang berarti varian faktor dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Dengan demikian maka faktor-faktor yang digunakan di dalam penelitian ini telah mendapatkan faktor yang baik.

Selanjutnya berdasarkan pengolahan data dengan SPSS 13 didapatkan hasil bahwa 7 faktor yang digunakan dalam penelitian initerdiri dari 3 faktor, sebagaimana yang tertera pada Tabel 4.19. Berdasarkan tabel 4.19 terlihat terdapat 3 faktor yang terbentuk, yaitu :

- Faktor 1 dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,296 varians sebesar 32,798%
- Faktor 2 dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,323 varians sebesar 18,896%
- Faktor 3 dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,230 varians sebesar 17,567%

Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor 1 mampu menjelaskan seluruh varians sebesar 32,798%, sedangkan faktor 2 menjelaskan seluruh varians sebesar 18,896%. Factor 3 menjelaskan varians sebesar 17,567%. Seluruh faktor menjelaskan varians sebesar 69,261%.



**Tabel 4.19 Nilai Total Variance Explained**

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative
1	2.296	32.798	32.798	2.296	32.798	32.798	2.047	29.239	29.2
2	1.323	18.896	51.694	1.323	18.896	51.694	1.443	20.617	49.8
3	1.230	17.567	69.261	1.230	17.567	69.261	1.358	19.405	69.2
4	.950	13.571	82.832						
5	.711	10.155	92.987						
6	.417	5.957	98.944						
7	.074	1.056	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : hasil olah data

Pengelompokkan faktor-faktor tersebut ke dalam faktor-faktor dapat dilihat pada Tabel 4.20. Hasil output pada Tabel *Rotated Component Matrix* merupakan hasil uji untuk menjawab hipotesis penelitian ini, yaitu faktor kelas sosial dan faktor persyaratan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pelaku UMK pengguna jasa pelepas uang menggunakan jasa pinjaman lembaga keuangan syariah sebagai penyedia jasa pinjaman.

**Tabel 4.20 Rotated Component Matrix**

	Component		
	1	2	3
agmet	-.167	.787	.128
klassos	.964	.087	-.028
motivasi	.323	.722	-.051
syarat	.952	.037	-.076
lokasi	-.244	-.504	.590
playanan	.086	-.057	.769
ciciian	.106	-.192	-.627

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Sumber : hasil olah data

Sedangkan besarnya nilai-nilai koefisien faktor dapat dilihat pada Tabel 4.21.

Tabel 4.21 Nilai *Component Matrix*

	Component		
	1	2	3
agmet	.118	-.634	.497
klassos	.875	.401	.111
motivasi	.575	-.414	.357
syarat	.861	.413	.042
lokasi	-.598	.505	.223
playanan	-.198	.400	.634
cicilan	.222	-.056	-.624

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Sumber : hasil olah data

Dari tabel 4.21 didapatkan persamaan matematis sebagai berikut :

$$F_1 = 0,875 X_2 + 0,575 X_3 + 0,861 X_4 - 0,598 X_5$$

Dimana :  $X_2$  = kelas sosial

$X_3$  = motivasi

$X_4$  = persyaratan

$X_5$  = lokasi

Faktor di atas adalah faktor utama yang mendorong pelaku untuk menggunakan jasa pinjaman lembaga keuangan syariah. Selanjutnya ada satu faktor penjelas kedua yaitu faktor agama dan etnis. Koefisien faktor agama dan etnis adalah :

$$F_2 = -0,634 X_1$$

Dimana  $X_1$  = agama dan etnis

Faktor di atas ( $F_2$ ) adalah faktor penjelas kedua terhadap yang mendorong untuk menjadi pengguna BMT sebagai penyedia jasa pinjaman, yaitu koefisien untuk faktor pelayanan dan cicilan :

$$F_3 = 0,634 X_6 - 0,624 X_7$$

Dimana :  $X_6$  = pelayanan

$X_7$  = cicilan

Dengan demikian, berdasarkan analisis yang telah dilakukan, faktor penjas utama yang mempengaruhi pelaku UMK untuk menggunakan Lembaga keuangan mikro syariah sebagai penyedia jasa pinjaman terdiri dari faktor-faktor kelas sosial, motivasi, persyaratan, dan lokasi.

#### **4.5 Faktor Dominan Determinan Minat Pelaku UMK terhadap Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah.**

Faktor penjas adalah sebuah faktor yang menjelaskan suatu ciri utama yang dimiliki obyek yang merupakan sebuah kelompok yang homogen. Dalam penelitian ini obyek yang berasal dari sebuah kelompok yang homogen tersebut adalah yang menjadi determinan minat para pelaku UMK menggunakan lembaga keuangan mikro syariah sebagai penyedia jasa pinjaman. Dengan demikian, faktor penjas utama yang mempengaruhi pelaku UMK meminjam kepada lembaga keuangan mikro syariah adalah sebuah faktor dominan yang berasal dari sekumpulan faktor-faktor, dimana faktor ini merupakan determinan utama para pelaku UMK menggunakan lembaga keuangan mikro syariah sebagai penyedia jasa pinjaman.

Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa faktor situasi dan kondisi yaitu kelas sosial dan motivasi, serta faktor kemudahan yaitu persyaratan dan lokasi, adalah faktor-faktor yang menjadi determinan utama minat pelaku usaha mikro kecil muslim terhadap jasa lembaga keuangan mikro syariah. Sementara itu, faktor pribadi yang dijelaskan agama dan etnis menjadi faktor determinan kedua, dan faktor pelayanan dan cicilan yang masuk dalam faktor determinan ketiga.

Dalam penelitian ini, kelas sosial merupakan faktor penjas dari Faktor situasi dan kondisi. Kelas sosial dalam penelitian ini menitikberatkan pada indikator ekonomi para pelaku UMK, yaitu omset harian. Pelaku UMK dengan omset harian > Rp 400.000 membutuhkan lembaga keuangan mikro syariah dalam mengembangkan usahanya. Selain itu pelaku UMK dengan omset harian > Rp 400.000 dana dalam jumlah yang lebih besar pun lebih dibutuhkan.

Hasil pengamatan dan wawancara menunjukkan bahwa pelaku UMK yang memiliki omset yang lebih dari 400.000 cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk meminjam ke lembaga keuangan mikro syariah. Secara fakta mereka yang memiliki omset lebih besar telah memiliki akses ke lembaga keuangan formal, sehingga peluang untuk memanfaatkan jasa lembaga keuangan mikro syariah relative besar dibandingkan dengan pelaku UMK yang memiliki omset kurang dari 400.000,00 per hari. Rasionalitasnya, mereka yang memiliki omset di atas 400.000 memiliki kemampuan membayar yang lebih besar dibandingkan pelaku UMK yang memiliki omset harian yang lebih rendah.

Berdasarkan hasil ini, maka kelas social merupakan faktor dominan utama yang menjadi determinan minat pelaku UMK di Sepanjang Kebun Raya-Tajur untuk menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah. Hal ini sesuai dengan teori Kottler yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen adalah situasi dan kondisi, yang mana termasuk didalamnya kelas sosial.

Selain kelas sosial, faktor penjelas dari faktor situasi dan kondisi adalah motivasi. Motivasi adalah dorongan dari dalam individu untuk melakukan sesuatu. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa selain kelas sosial, motivasi merupakan faktor penjelas utama determinan minat pelaku UMK terhadap lembaga keuangan mikro syariah.

Rasionalitas mengapa motivasi menjadi faktor penjelas dominan dikarenakan pelaku UMK baik mereka yang memiliki omset rendah ataupun yang lebih tinggi memiliki motif meminjam meski dengan alasan yang berbeda. Pelaku UMK dengan omset rendah motivasi meminjam lebih didasarkan pada kebutuhan yang sifatnya fisik atau kebutuhan sehari-hari, sedangkan pelaku UMK yang memiliki omset yang lebih besar motivasi meminjam didasari keinginan untuk memperluas skala usaha.

Hasil temuan dalam penelitian ini dimana faktor penjelas kelas sosial dan motivasi menjadi faktor dominan sesuai dengan teori Kottler, yaitu bahwa faktor situasi kondisi merupakan faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen. Dimana, motivasi dan kelas sosial merupakan bagian dari faktor situasi dan kondisi.

Setelah kelas sosial dan motivasi, faktor dominan selanjutnya persyaratan. Persyaratan ini merupakan faktor penjelas dari Faktor kemudahan. Hasil analisis menunjukkan persyaratan yang mudah atau tidak berbelit, proses pencairan dana yang cepat, jaminan yang meringankan memiliki proporsi yang lebih dalam membentuk minat pelaku UMK di Bogor kepada jasa lembaga keuangan mikro syariah.

Temuan ini memperkuat hasil temuan sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Pringgodigdo (2009) yang menyatakan bahwa faktor kemudahan yaitu jaminan, ekonomi, persyaratan dan perlakuan merupakan faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pedagang muslim tradisional dalam memilih lembaga keuangan formal syariah sebagai penyedia jasa modal kerja.

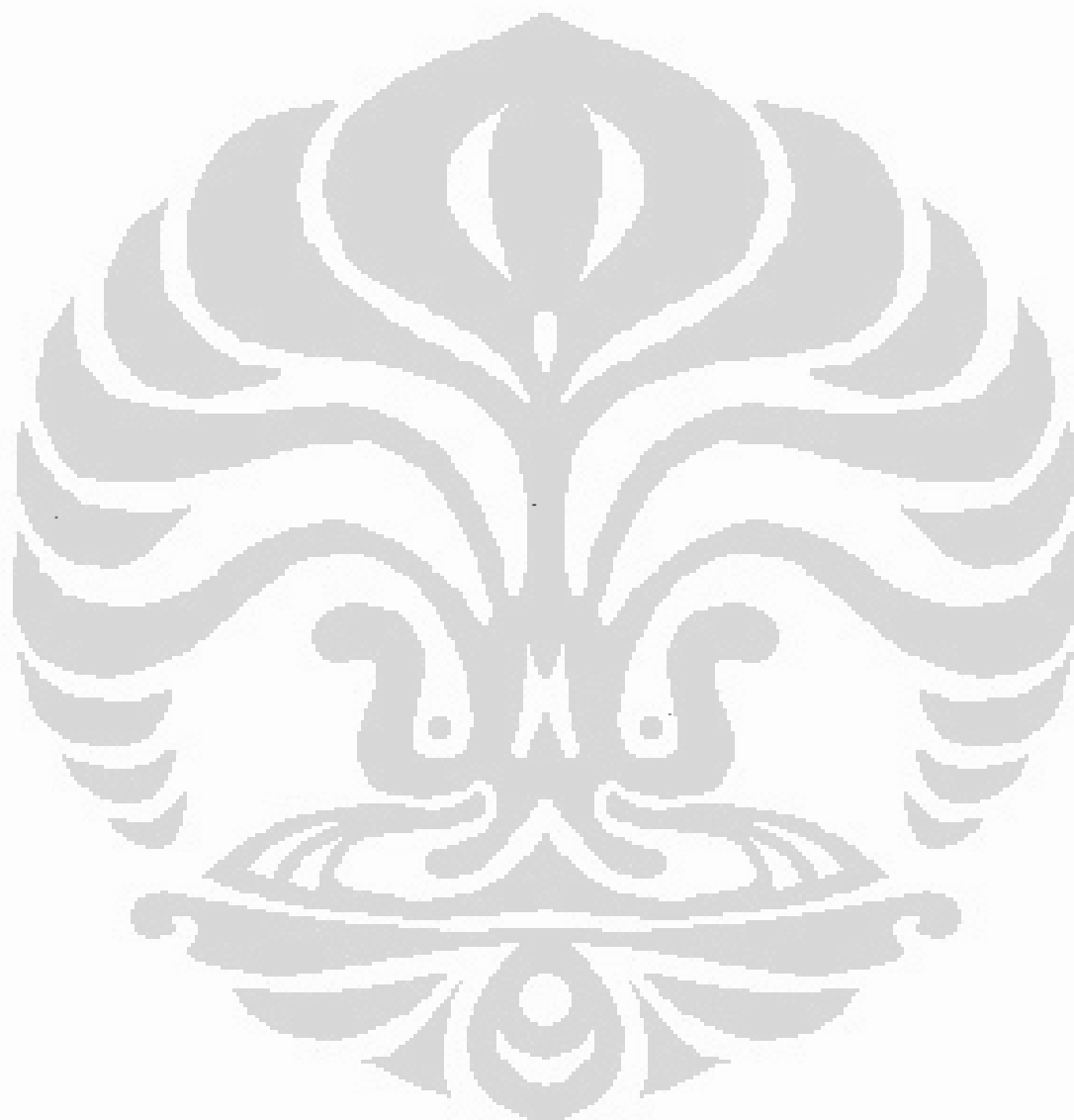
Dalam praktiknya, para pelepas uang selalu mengedapankan prinsip memudahkan, tidak mempersulit. Prinsip ini membuat para pelepas uang merasa yakin dengan apa yang dilakukannya akan berhasil. Bahkan, mereka tidak pernah meminta kartu tanda penduduk (KTP) serta memberikan kredit dilakukan di lokasi peminjaman.

Faktor dominan keempat adalah lokasi. Faktor ini terkait dengan kemudahan akses pelaku UMK kepada jasa lembaga keuangan mikro syariah. Pengertian akses di sini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya. Dan penentuan lokasi tidak hanya untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit.

Menurut Payne (1993, hal 181) terdapat tiga jenis interaksi antara penyedia jasa dengan pelanggannya yang mempengaruhi lokasi usaha. Ketiga jenis interaksi tersebut adalah (1) pelanggan mendatangi penyedia jasa, (2) penyedia jasa mendatangi pelanggan, dan (3) penyedia jasa dan pelanggan mentransaksikan bisnis dalam jarak jauh. Bila pelanggan mendatangi penyedia jasa, maka lokasi usaha menjadi sangat penting. Namun bila interaksi yang terjadi adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan, maka lokasi usaha menjadi kurang penting.

Salah satu bentuk kemudahan akses yang dibangun para pelepas uang adalah dengan mendatangi langsung pelaku UMK sehingga tidak mengganggu aktivitas mereka. Kebiasaan ini membentuk pemikiran bahwa mereka akan tertarik untuk

menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah jika akses ke lembaga tersebut mudah dan murah. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pringgodigdo (2009) dan Nadya (2008).



## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, jawaban dari pertanyaan penelitian yang terkait dengan permasalahan penelitian mengenai Persepsi dan Faktor Dominan Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil Muslim Pengguna Jasa Pelepas Uang Terhadap Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pelaku UMK pengguna jasa pelepas uang terhadap kemudahan akses lembaga keuangan formal ataupun informal:
  - a. Paguyuban, 8,77% mengatakan mudah, 84,21% menyatakan biasa saja, sisanya 7,02% menyatakan sulit
  - b. Kerabat, 62,41% mengatakan mudah, 33,33% menyatakan biasa saja, sisanya 5,26% menyatakan sulit
  - c. Koperasi, 28,07% mengatakan mudah, 68,42% menyatakan biasa saja, sisanya 3,51% menyatakan sulit
  - d. Koperasi Syariah, 17,54% mengatakan mudah, 77,19% menyatakan biasa saja, sisanya 5,26% menyatakan sulit
  - e. BMT, 36,647% mengatakan mudah, 56,24% menyatakan biasa saja, sisanya 7,02% menyatakan sulit
  - f. Bank, 10,53% mengatakan mudah, 10,53% menyatakan biasa saja, sisanya 78,95% menyatakan sulit
  - g. Bank Syariah, 5,26% mengatakan mudah, 21,05% menyatakan biasa saja, sisanya 73,68% menyatakan sulit
  
2. Berdasarkan hasil analisis faktor, dari lima faktor dalam penelitian ini yaitu: pribadi, lingkungan, kemudahan, pelayanan, dan cicilan diperoleh tiga faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap minat pelaku UMK untuk menggunakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah, yaitu :

- a. Faktor utama ( $F_1$ ) yaitu faktor situasi dan lingkungan dan kemudahan. Kondisi ekonomi pelaku UMK mempengaruhi kemampuan pihak pedagang tradisional dalam memenuhi persyaratan yang diajukan pihak lembaga keuangan syariah dan membayar kewajibannya sebagai konsekuensi terhadap jasa yang diberikan pihak lembaga keuangan mikro syariah. Kemudahan mempengaruhi minat responden dalam memilih lembaga keuangan syariah karena efisiensi dan efektifitas layanan mempermudah responden dalam memenuhi kebutuhannya.
- b. Faktor penjas kedua ( $F_2$ ) yaitu pribadi. Kepribadian individu responden merupakan bagian dari faktor internal responden yang mempengaruhi minat dan merupakan faktor penentu responden dalam pertimbangan memilih lembaga keuangan mikro syariah. Agama dan ras merupakan bagian dari faktor internal responden dalam mempengaruhi keputusan responden dalam memilih lembaga keuangan formal syariah. Agama dan etnis tertentu memiliki suatu nilai dan pandangan tertentu dalam aturan hidup.
- c. Faktor penjas ketiga ( $F_3$ ) yaitu pelayanan dan cicilan. Perlakuan pihak lembaga keuangan mikro syariah yang tidak diskriminatif memberikan akses yang lebih luas kepada calon pengguna jasa lembaga keuangan mikro syariah untuk mendapatkan layanannya.

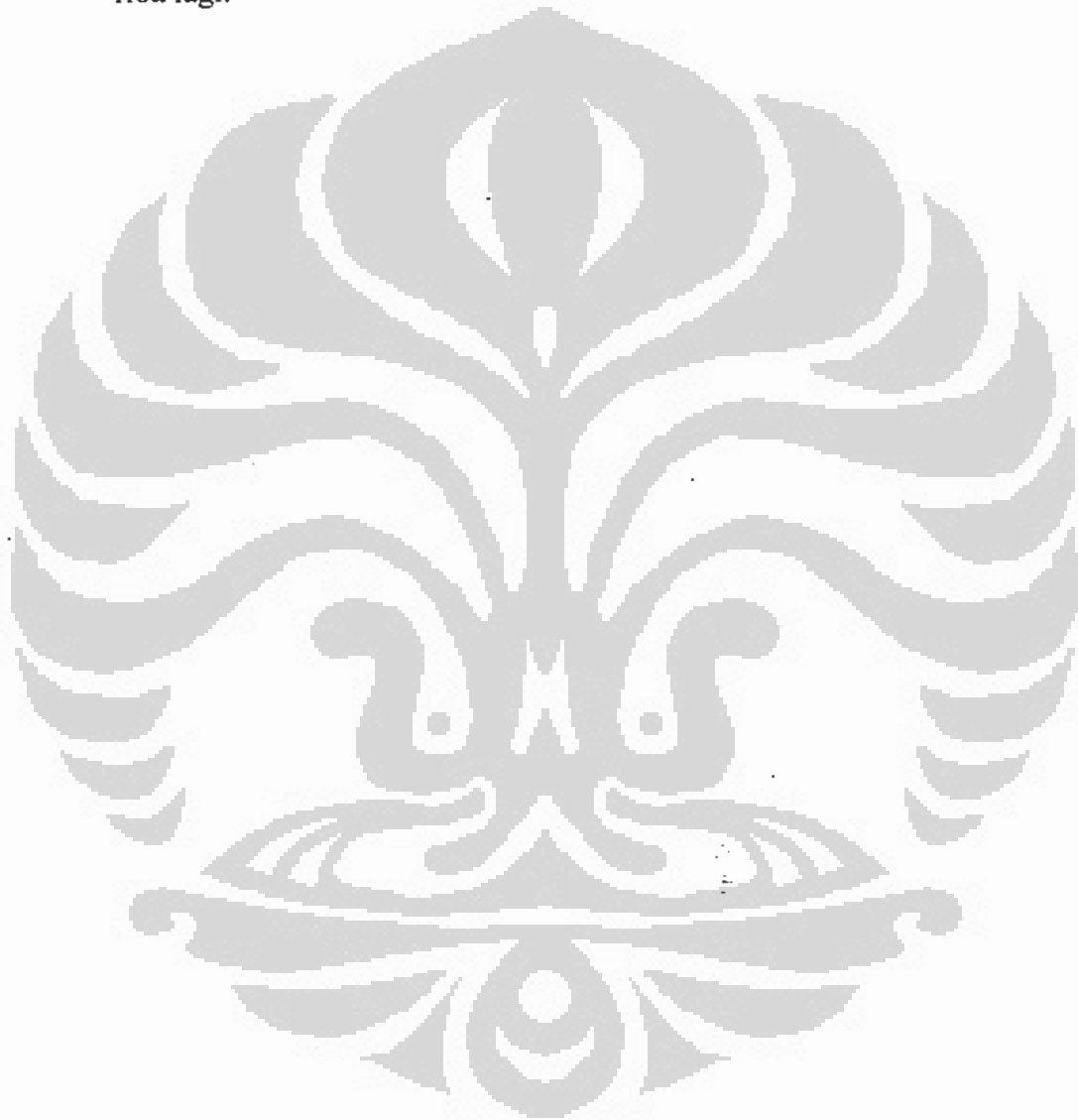
## 5.2 Saran

Dalam bersaing dengan pelepas uang dalam menarik minat pelaku UMK, maka yang harus diperhatikan oleh pihak Lembaga Keuangan Mikro Syariah adalah :

1. Memberikan layanan prima dan mempermudah persyaratannya seperti membayar cicilan dengan memberikan rentang waktu pembayaran yang lebih flexibel kepada para pelaku UMK lainnya sebagai calon nasabah atau anggotanya. Hal ini sangat penting karena respon yang baik, rekomendasi dan motivasi pelaku UMK merupakan sarana promosi yang sangat penting.



2. Lebih mendekatkan diri dengan para pelaku UMK dalam memberikan pelayanan serta informasi agar tidak terjadi lagi mispersepsi terhadap lembaga keuangan mikro syariah. Selain itu, juga dapat menarik para pelaku UMK pengguna pelepas uang yang notabene muslim agar tidak melakukan praktik riba lagi.



## DAFTAR REFERENSI

### Al-Quran Terjemahan

- Amalia, Euis. (2005). *Sejarah pemikiran ekonomi islam Dari Masa Klusik Hingga Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Asatruss
- Arsyad, Lincolin, "Microfinance and economic development ; Evidence From Developing Countries" dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, FE UGM, Vol. 21, No. 3, 2006.
- As'ad, Moh. (1998). *Psikologi industri*. Yogyakarta : Liberty
- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*. Boston: Kent Publishing Company
- Chaplin. (1995). *Kamus lengkap psikologi* (Terjemahan Kartono K). Jakarta : Rajawali
- Chatim, Erna dan Handayani A. Diana, (2001). *LKM dalam catatan sejarah*, Bandung : Yayasan Akatiga
- Damsar. (2002). *Sosiologi ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danan, Eric. (2003). *Revealed cognitive preference theory*. Paris: Eurequa Universite de Paris I
- De Vito, (1997). *Human communication : The basic course*. Longman, 1997
- Dietrich, Michael. (1994). *Transaction cost economics and beyond; Toward a new economics of the firm*. New York: Routledge.
- Engel, James F., Roger D. Blacwell & Paul W. Miniard (1994). *Perilaku konsumen, Jilid 1 & 2*, Terjemahan, Budianto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gunarso, S. 1985. *Psikologi remaja*. Jakarta : Andi Offset
- Handayani. 2000. *Perilaku melayani ditinjau dari minat kerja dan konsep diri pada perawat/rumah sakit*. Skripsi (tidak diterbitkan).
- Harsey, Blanchard (1992). *Manajemen perilaku organisasi*. Jakarta : Erlangga
- Heap, Shaun Hargreaves, dkk. (1997). *The theory of choice: A critical guide*. Oxford USA & UK: Blackwell.

- Istijanto. (2009). *Aplikasi praktis riset pemasaran: Cara praktis meneliti konsumen dan pesaing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Adiwarmanto. (2003). *Ekonomi mikro islami*. Jakarta: IIIT Indonesia.
- Kasali, Renald. (2007). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, positioning*, Jakarta: Gramedia Pustaka Ilmu.
- Kasmir, (2002). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Kreps, David M. (1990). *A course In microeconomic theory*. Britain: University Press
- Kotler, Philip (2000). *Marketing management*, Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong (1997). *Manajemen pemasaran: Analisis perencanaan dan pengendalian*, Edisi 5, Penerjemah: Jaka Wasana, Jakarta, Erlangga, terjemahan dari "Marketing Management: analysis, planning, and control" 5<sup>th</sup> Ed.
- Kuncoro, M. 2002. *Analisis spasial dan regional: Studi aglomerasi dan kluster industri Indonesia*. Yogyakarta: UPP YMP YKPN.
- Syamsudin (Lidyawati, 1998)
- Malhotra, Naresh K. (1999). *Marketing research an applied orientation*. New Jersey: prentice hall inc
- Marquerite S. Robinson, 1993, *Beberapa strategi yang berhasil untuk mengembangkan Bank Pedesaan: Pengalaman dengan Bank Rakyat Indonesia 1970 – 1990*, dalam Bunga Rampai Pembiayaan Pertanian Pedesaan, Sugianto (Ed.), Penerbit Institut Bankir Indonesia, Jakarta.
- Mas'ud, Fuad (2004). *Faktor-faktor yang mempengaruhi lamanya waktu yang dibutuhkan mustahik untuk merubah pendapatan*, Tesis Program Studi Timur Tengah dan Islam Universitas Indonesia, Jakarta
- Moeliono, Anton, M., dkk. (1996). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta: Balai Pustaka
- Morgan, Clifford T. (1986). *Introduction to psychology*, New York : Mc Graw Hill
- Muflih, Muhammad. (2006). *Perilaku konsumen dalam perspektif ilmu ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muhammad. (2009). *Lembaga keuangan mikro syari'ah: Pergulatan melawan kemiskinan dan penetrasi ekonomi global*, Yogyakarta, Graha Ilmu

- Mulyana, Deddy (2007). *Ilmu komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nachrowi, Djalal dan Hardius Usman. (2002). *Penggunaan teknik ekonometri*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nadya, Prameswara Samofa (2009), *Faktor-faktor penjas preferensi menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil* (Studi Kasus 3 BMT di Jakarta). Tesis Program Studi Timur Tengah dan Islam Universitas Indonesia, Jakarta.
- Nasution, Harun. (2002). *Teologi Islam; Aliran-aliran sejarah analisa perbandingan*, Jakarta: UI-Press.
- Nasution, Mustafa Edwin dan Hardius Usman. (2008). *Proses penelitian kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Pareck, Udai (1996). *Perilaku organisasi*. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Oslon, *Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Penerjemah: Damor Sihombing, Jakarta: Penerbit Erlangga, Terjemahan dari "Consumer Behavior and Marketing Strategy" 4<sup>th</sup> Ed.
- Prameswara, 2008. *Faktor-faktor penjas preferensi menjadi nasabah Baitul Maal wat Tamwil* (Studi kasus 3 BMT di Jakarta)
- Pringgodigdo, 2009. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang tradisional dalam memilih LKMS sebagai penyedia jasa modal kerja*, Jakarta: Tesis Universitas Indonesia
- Poervodarminto. 1991. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Prastidjo, Risyanti dan John JOI Ihalaw (2004). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta : Penerbit : Andi
- Qardhawi, Yusuf. (1997). *Peran nilai dan moral dalam perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Press.
- Ramli, Rusli. (2002). *Sektor informal perkotaan pedagang kakilima*. Jakarta: Ind-Hill. Co.
- Rifwan, Hendri, (2006). *Atribut-atribut Baitul maal wat Tamwil yang mempengaruhi nasabah : Studi kasus pada tiga BMT di Jakarta*. Jakarta : Tesis Universitas Indonesia, 2006

- Sab'atun, I. 2001. *Minat membeli kosmetik produk luar negeri ditinjau dari penerimaan diri dan dukungan sosial dikalangan peragawati*. Skripsi (tidak diterbitkan).
- Sabirin, S. (2001). *Pemanfaatan kredit mikro untuk mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat di dalam era otonomi daerah*. Orasi Ilmiah Lustrum IX Universitas Andalas, Padang, 13 September 2001.
- Sakti, Ali. (2007). *Analisis teoritis ekonomi Islam: Jawaban atas kekacauan ekonomi modern*. Jakarta: Paradigma & Aqsa Publishing
- Santoso, Singgih. (2002) *Buku latihan SPSS statistik multivariate*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Analisis data penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Schiffman, G.L and Kanuk L,. (2008). *Perilaku konsumen*, Edisi Ketujuh, Penerjemah : Zoelkifli Kasip, Jakarta : PT Indeks, Terjemahan dari "Comsumer Behavior" Seventh Edition.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi umum dan lintasan sejarah*. Bandung : CV. Pustaka Setia
- Solomon, Michael R. (1999). *Consumer behavior; buying, having and being*. Sixth Edition. New Jersey: Prentice Hall
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2005). *Analisis regresi ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sudarsono, Heri. (2007) cetakan ke-empat. *Bank dan lembaga keuangan syariah: deskripsi dan ilustrasi*. Ekonosia. Yoyakarta
- Suntara. (1998). *Hubungan antara sikap menonton iklan rinso di televisi terhadap minat membeli pada ibu-ibu kelurahan sangkrah*. Skripsi (tidak diterbitkan).
- Sutisna (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. Irawan, H. (2000). *Manajemen pemasaran manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta : Liberty.

Teguh, Muhammad. (1999) *Metodologi penelitian ekonomi*, Jakarta, Rajawali Press

Tim Peneliti. (2007). *Aktivitas ekonomi berbasis bagi hasil; Dalam sektor tersier*. Jakarta: P2E-LIPI.

Umar, Husein (2005). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan *Jakarta Business Research Center*

Umar, Husein. (2002). *Research methods in finance and banking*, Cet. II. Jakarta: PT Gramedia

Usman, Husaini, dan Purnomo Setiady, *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan *Jakarta Business Research Center*

Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Winardi, (1992). *Manajemen perilaku organisasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti

Yustika, Alunad Erani. (2006). *Ekonomi kelembagaan*. Malang: Bayumedia, 2006

#### **Surat Kabar dan Majalah**

Djoko Retnadi, *Menengok Kebijakan UMKM di Malaysia*, Kompas, Sabtu, 16 Oktober 2004.

Krisna Wijaya, "*Kredit Mikro Bukan Hibah*", Harian Kompas, Selasa, 1 Maret 2005.

Neddy Rafinaldy. 2006. *Memeta Potensi dan Karakteristik UMK Bagi Penumbuhan Usaha Baru*. Jurnal infokop no. 29 tahun XXII.

Rudjito, *Peran Lembaga Keuangan Mikro Dalam Otonomi Daerah Guna Menggerakkan Ekonomi Rakyat dan Menanggulangi Kemiskinan: Studi Kasus Bank Rakyat Indonesia*, Jurnal Keuangan Rakyat Tahun II, Nomor 1, Maret 2003

**Website**

<http://we-press.com/?p=12.22/02/2009>

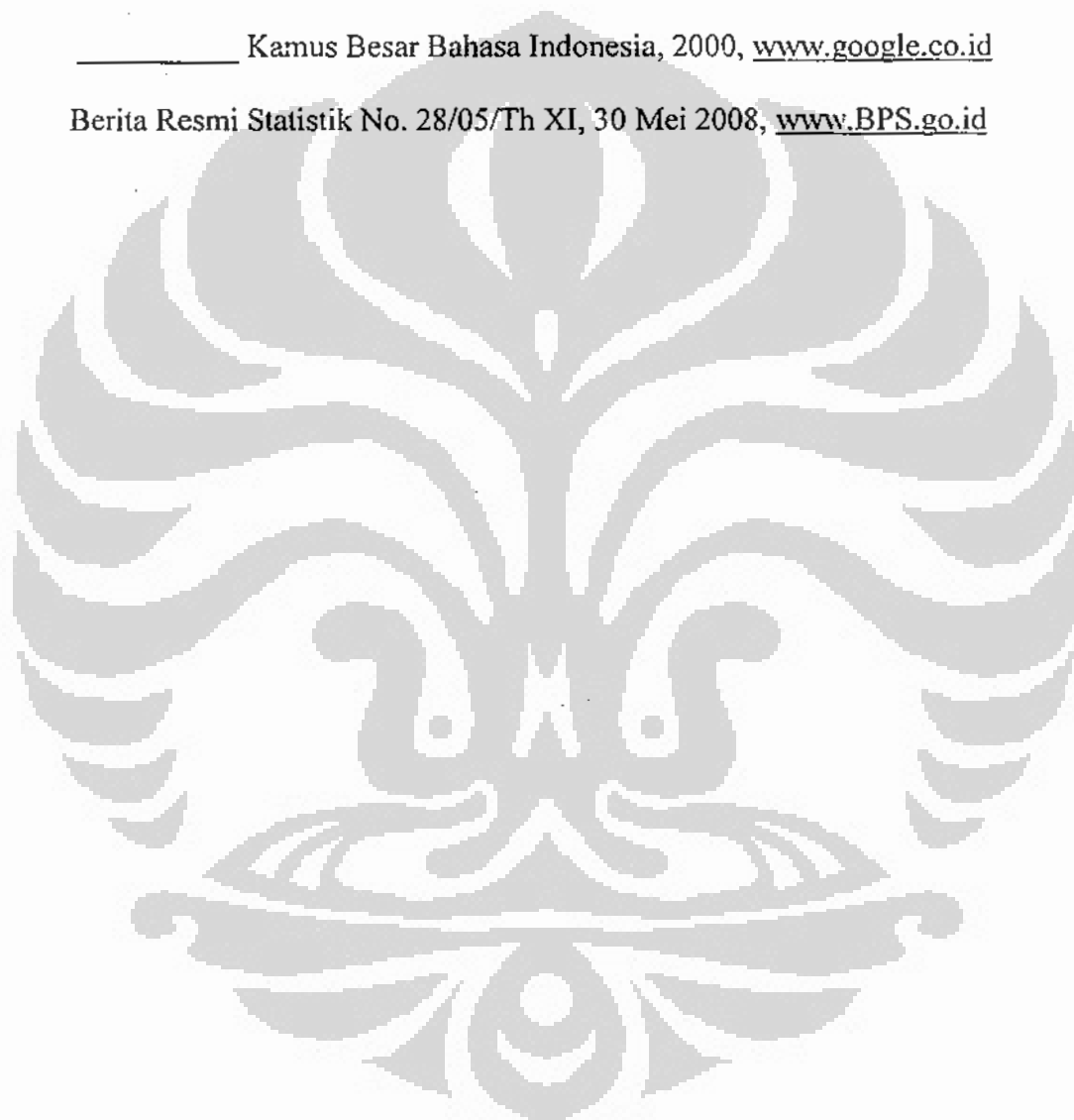
Karsidi, <http://createpdf.adobe.com/?Language=ENU> : 15

[www.navigation.com](http://www.navigation.com) , 30/2/2009

Iwan Piliang, <http://tinyurl.com/prabowo> : 20/3/2009

\_\_\_\_\_ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2000, [www.google.co.id](http://www.google.co.id)

Berita Resmi Statistik No. 28/05/Th XI, 30 Mei 2008, [www.BPS.go.id](http://www.BPS.go.id)



## Uji Validitas dan Uji Bartlett's

### *Anti-image matrices* agama dan etnis

#### Anti-image Matrices

		P1	P2	P3
Anti-image Covariance	P1	.121	-.117	-.111
	P2	-.117	.133	.070
	P3	-.111	.070	.774
Anti-image Correlation	P1	.516 <sup>a</sup>	-.922	-.364
	P2	-.922	.519 <sup>a</sup>	.217
	P3	-.364	.217	.622 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

### *Anti-image matrices* kelas sosial

#### Anti-image Matrices

		P4	P5	P6	P7
Anti-image Covariance	P4	.879	-.156	-.056	-.144
	P5	-.156	.739	-.307	.043
	P6	-.056	-.307	.673	-.245
	P7	-.144	.043	-.245	.833
Anti-image Correlation	P4	.736 <sup>a</sup>	-.193	-.073	-.168
	P5	-.193	.594 <sup>a</sup>	-.435	.055
	P6	-.073	-.435	.591 <sup>a</sup>	-.327
	P7	-.168	.055	-.327	.620 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

### *Anti-image matrices* motivasi

#### Anti-image Matrices

		P8	P9	P10
Anti-image Covariance	P8	.927	-.076	-.041
	P9	-.076	.412	-.309
	P10	-.041	-.309	.416
Anti-image Correlation	P8	.865 <sup>a</sup>	-.124	-.067
	P9	-.124	.531 <sup>a</sup>	-.747
	P10	-.067	-.747	.532 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)



*Anti-image matrices persyaratan*

**Anti-image Matrices**

		P11	P12	P13	P14	P15	P16
Anti-image Covariance	P11	.798	-.117	-.046	-.054	-.215	.044
	P12	-.117	.708	-.292	.039	-.139	.008
	P13	-.046	-.292	.713	-.200	.030	-.004
	P14	-.054	.039	-.200	.765	-.205	-.091
	P15	-.215	-.139	.030	-.205	.693	-.157
	P16	.044	.008	-.004	-.091	-.157	.924
Anti-image Correlation	P11	.753 <sup>a</sup>	-.156	-.061	-.070	-.289	.052
	P12	-.156	.664 <sup>a</sup>	-.411	.053	-.199	.010
	P13	-.061	-.411	.641 <sup>a</sup>	-.271	.043	-.005
	P14	-.070	.053	-.271	.701 <sup>a</sup>	-.281	-.109
	P15	-.289	-.199	.043	-.281	.682 <sup>a</sup>	-.196
	P16	.052	.010	-.005	-.109	-.196	.683 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

*Anti-image matrices lokasi*

**Anti-image Matrices**

		P17	P18	P19	P20
Anti-image Covariance	P17	.896	-.187	-.056	.078
	P18	-.187	.631	-.275	-.149
	P19	-.056	-.275	.643	-.197
	P20	.078	-.149	-.197	.787
Anti-image Correlation	P17	.648 <sup>a</sup>	-.248	-.074	.093
	P18	-.248	.648 <sup>a</sup>	-.431	-.211
	P19	-.074	-.431	.659 <sup>a</sup>	-.277
	P20	.093	-.211	-.277	.711 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

*Anti-image matrices pelayanan*

Anti-image Matrices

		P21	P22	P23	P24	P25	P26
Anti-image Covariance	P21	.535	-.209	-.053	-.103	-.002	-.048
	P22	-.209	.539	-.177	-.039	-.021	.055
	P23	-.053	-.177	.611	.008	-.092	-.056
	P24	-.103	-.039	.008	.341	-.209	.022
	P25	-.002	-.021	-.092	-.209	.309	-.159
	P26	-.048	.055	-.056	.022	-.159	.728
Anti-image Correlation	P21	.845 <sup>a</sup>	-.390	-.093	-.241	-.006	-.076
	P22	-.390	.812 <sup>a</sup>	-.309	-.091	-.051	.087
	P23	-.093	-.309	.873 <sup>a</sup>	.018	-.211	-.084
	P24	-.241	-.091	.018	.760 <sup>a</sup>	-.644	.045
	P25	-.006	-.051	-.211	-.644	.738 <sup>a</sup>	-.336
	P26	-.076	.087	-.084	.045	-.336	.825 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

*Anti-image matrices cicilan*

Anti-image Matrices

		P27	P28	P29	P30	P31
Anti-image Covariance	P27	.662	-.260	-.117	-.047	-.121
	P28	-.260	.556	.056	-.277	-.059
	P29	-.117	.056	.876	-.161	-.167
	P30	-.047	-.277	-.161	.644	.161
	P31	-.121	-.059	-.167	.161	.896
Anti-image Correlation	P27	.684 <sup>a</sup>	-.429	-.154	-.071	-.157
	P28	-.429	.602 <sup>a</sup>	.081	-.463	-.084
	P29	-.154	.081	.614 <sup>a</sup>	-.214	-.188
	P30	-.071	-.463	-.214	.610 <sup>a</sup>	.213
	P31	-.157	-.084	-.188	.213	.452 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.511
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	134.981
	Df	21
	Sig.	.000

entri data survei

no resp	Agama dan etnis			Kelas Sosial				Motivasi			Persyaratan						Lokasi			Pelayanan					Cicilan					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	F'9	P30
1	5	4	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	6	4
2	5	4	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	6	4
3	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	5	5	4	6	4
4	5	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	5	5	4	6	4
5	5	4	5	5	5	4	4	1	6	6	4	5	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	4	6	4
6	5	4	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
7	5	4	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
8	3	2	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
9	5	5	5	5	4	4	5	2	6	6	4	5	6	6	6	5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
10	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	4	5	6	6	6	4	5	5	4	5	5	5	6	6	6	5	5	4	6	4
11	4	3	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6	4
12	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6	4
13	3	2	5	5	5	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
14	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
15	3	2	6	5	4	5	3	3	3	3	2	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
16	5	5	5	5	5	5	6	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
17	5	5	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
18	5	4	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
19	5	4	5	5	4	4	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
20	5	4	5	5	4	4	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
21	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
22	5	5	5	5	4	4	4	1	5	4	2	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
23	5	4	5	3	3	5	3	3	3	3	2	4	5	4	5	6	5	4	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
24	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	1	6	4	4	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
25	2	3	3	4	3	3	6	1	5	4	3	4	4	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
26	3	2	5	5	4	4	4	1	5	4	2	4	4	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
27	4	3	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
28	3	2	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
29	3	2	5	3	3	5	5	2	5	5	4	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4
30	3	2	4	4	5	3	4	2	5	5	2	5	6	6	5	5	5	6	4	5	5	6	6	6	6	5	5	4	6	4



entri data kuesioner A

No. Responden	Jenis Barang	Lama Berdagang	Omset per hari	Lembaga Keuangan Lain	Ketersediaan Lembaga Keuangan	Kemungkinan dari Lembaga Keuangan Lain	Pilihan Lembaga Keuangan										Alasan Menggunakan Lembaga Keuangan
							Persaingan	Koperasi	Koperasi Syariah	BMT	Pengumpulan	Bank	Bank Syariah	Kredit	Lembaga Keuangan Lain		
1	sayuran	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelakan lama, harus ada jaminan	
2	Montong	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar	
3	sayuran	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar	
4	Makanan	< 5 tahun	Rp 200.001-300.000	Tidak	Bersedia	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Biasa Saja		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelakan lama	
5	Kue Kering	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Sulit	Mudah	Mudah	Mudah	Sulit	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelakan lama, tidak tenang	
6	Sembako	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Tidak	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelakan lama, harus ada jaminan	
7	Makanan	> 10 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Bersedia	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Biasa Saja		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelakan lama, harus ada jaminan	
8	Makanan	5 - 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelakan lama, harus ada jaminan	

9	Sembako	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Berbeda	Mudah/ tidak rumit persyaratannya, biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, mempermudah usaha	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, harus ada jaminan
10	Ketongg	> 10 tahun	Rp 100.000-100.000	Tidak	Berbeda	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, harus ada jaminan
11	Makanan Kecil	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Berbeda	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
12	Sembako	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Berbeda	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, tidak ada biaya	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, harus ada jaminan, tidak tenang
13	Makanan	5-10 tahun	Rp 200.000-300.000	Tidak	Tidak		Mudah	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, masih bisa usaha sendiri
14	Sayuran	> 10 tahun	> Rp 100.000	Tidak	Berbeda	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, tidak ada jaminan, tidak tenang
15	Sembako	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Berbeda	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai agunan	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, tidak punya agunan
16	Batagor	< 5 tahun	Rp 200.000-300.000	Tidak	Tidak		Mudah	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, harus ada jaminan
17	lain	> 10 tahun	Rp 300.000-400.000	Tidak	Berbeda	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang-sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama, harus ada jaminan

18	sayuran	> 10 tahun	Rp 300.000-400.000	Tidak	Bersedia	Mudah/ tidak mudah, tergantung, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana, memperoleh keuntungan	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama, tidak tenang
19	Montong	< 5 tahun	Rp. 300.000 -400.000	Tidak	Tidak	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana, memperoleh keuntungan	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Mudah	Takut tidak bisa mengembalikan	
20	Makanan	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana, tidak ada jaminan, memperoleh keuntungan	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Biaya Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama	
21	Bubur ayam	> 10 tahun	Rp 200.000-300.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama	
22	Sembako	> 10 tahun	> Rp 400.000	Ya, Koperasi	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama, modal cukup	
23	Montong	5 - 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana, tanpa jaminan	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama, modal cukup	
24	Makanan dan minuman	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Biaya Saja	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama
25	Workop	< 5 tahun	< Rp 100.000	Ya, Koperasi	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi	
26	Puisi	< 5 tahun	Rp 300.000-400.000	Tidak	Tidak	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama	
27	Sembako	< 5 tahun	Rp 200.000-300.000	Tidak	Tidak	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Mudah	Mudah	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Biaya Saja	Khawatir susah bayar cicilan	
28	Makanan	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit, persyaratannya, Biaya transaksi kecil, cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Mudah	Mudah	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Biaya Saja	Sulit	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, belum perlu	

29	Sayur	> 10 tahun	Rp 100.000-200.000	Ya, Koperasi	Beredia	Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi lebih cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
30	Sembako	> 10 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Beredia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi lebih cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
31	Sembako	5-10 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Beredia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi lebih cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
32	Sembako	< 5 tahun	> Rp 400.000	Ya, Koperasi	Beredia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi lebih cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
33	sewaan	5-10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Tidak		Mudah	Mudah	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
34	suju kedelai	< 5 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Tidak		Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi
35	Asli	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Tidak		Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
36	Sembako, makanan n minuman ringan	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Tidak		Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Tidak mau rumit, bar usaha bisa berkembang sendiri
37	Es pending	< 5 tahun	Rp 300.000-400.000	Tidak	Tidak	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi lebih cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Sulit	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
38	Koran	< 5 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Beredia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi lebih cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencairan lama



39	Pulsa	< 5 tahun	Rp 300.001-400.000	Tidak	Bersedia	Mudah/ tidak mudah/ tidak perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Bisa Saja		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, sulit
40	Makanan	< 5 tahun	Rp 200.001-300.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama, belum perlu
41	sembako	> 10 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Tidak		Mudah	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Mudah		Takut sulit
42	Makanan Kecil	> 10 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, pelayanan tidak baik	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Mudah		Khawatir susah bayar cicilan
43	Warkop	< 5 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Tidak	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Bisa Saja		Khawatir susah bayar cicilan
44	pakain	> 10 tahun	> Rp 400.000	Ya, Koperasi	Bersedia	Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, proses pencelaran lama
45	Kontong	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Bisa Saja		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau rumit, biaya transaksi besar, tidak tahu caranya
46	sembako, blongong	> 10 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Bisa Saja		
47	Makanan	< 5 tahun	> Rp 400.000	Tidak	Tidak		Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Sulit	Sulit	Mudah		Kondisi pasar sedang sepi, belum perlu
48	Warung	> 10 tahun	Rp 300.001-400.000	Ya, DRI	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/ tidak sulit/ perlu syaratnya. Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencelaran dana, untuk tambahan modal	Mudah	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Bisa Saja	Mudah	Bisa Saja	Mudah	Bisa Saja		Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau rumit, proses pencelaran lama

49	Tanaman	> 10 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Tidak		Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Biasa Saja	Biasa Saja		Repot, tidak tenang
50	perbedaan rotan	> 10 tahun	> Rp 400.000	Ya, gpi	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, dapat memperlus usaha	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau mencairkan biaya transaksi besar, proses pencairan lama
51	sembako	> 10 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau mencairkan biaya transaksi besar, proses pencairan lama
52	obat-obatan	5 - 10 tahun	Rp 200.001-300.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Mudah	Sulit	Sulit	Sulit	Mudah	Mudah	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau mencairkan biaya transaksi besar, proses pencairan lama
53	Sembako	5 - 10 tahun	Rp 200.001-300.000	Tidak	Bersedia	Mudah/tidak rumit persyaratannya, pembayaran tidak gadai	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Mudah	Sulit	Sulit	Sulit	Mudah	Mudah	Mudah	Tidak mau runt
54	bakso	> 10 tahun	Rp 200.001-300.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai jaminan	Sulit	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Mudah	Mudah	Sulit	Sulit	Sulit	Mudah	Mudah	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, tidak mau mencairkan biaya transaksi besar, proses pencairan lama
55	bakso	> 10 tahun	Rp 100.000-200.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana, tidak pakai jaminan	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Mudah	Mudah	Takut jumlah bagi hasil tinggi, khawatir susah bayar cicilan, kondisi pasar sedang sepi, tidak mau runt, biaya transaksi besar, proses pencairan lama
56	makanan	< 5 tahun	< Rp 100.000	Tidak	Tidak	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Sulit	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Takut jumlah bagi hasil tinggi
57	Pulsa	5 - 10 tahun	Rp 200.001-300.000	Tidak	Bersedia	Bunga rendah, cicilan ringan, Mudah/tidak rumit persyaratannya, Biaya transaksi kecil/cepat dalam proses pencairan dana	Mudah	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Mudah	Biasa Saja	Sulit	Sulit	Biasa Saja	Biasa Saja	Khawatir susah bayar cicilan



Kuesioner  
Program Studi Timur Tengah dan Islam  
Program Pascasarjana Universitas Indonesia

Assalaamu'alaikum. Wr. Wb.

Sehubungan dengan adanya penelitian untuk tugas akhir program pascasarjana (tesis) yang berjudul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pelaku Usaha Mikro Kecil Muslim Menggunakan Pelepas Uang Sebagai penyedia Jasa Pinjaman (Sebagai Pembanding Dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah)", saya Penny Rahmah Fadhilah mahasiswa Pusat Studi Timur Tengah dan Islam ( PSTTI) Universitas Indonesia, dalam proses pengumpulan data meminta kesediaan bapak/ibu/sdr./sdri. untuk menjadi responden daya dan mengisi semua pertanyaan dalam kuesioner secara lengkap. Atas kesediaan, partisipasi dan kerja sama bapak/ibu/sdr./sdri saya ucapkan terima kasih.

No. Urut:

Jenis barang yang dijual: \_\_\_\_\_

**A. Identitas dan Asal Usul Responden**

1. Berapa lamakah Anda sudah berdagang?

- a.  $\leq$  4 tahun
- b. 5 tahun – 9 tahun
- c.  $\geq$  10 tahun

2. Berapakah jumlah omset Anda perhari?

- a. < 100.000
- b. 100.000 s.d 200.000
- c. 200.001 s.d 300.000
- d. 300.001 s.d 400.000
- e. > 400.000

3. Selain perseorangan, apakah anda menggunakan Lembaga keuangan lain ?

- a. Tidak
- b. Ya, sebutkan .....

4. Bila jawaban bapak/ibu/sdr./sdri TIDAK, bersediakah apabila bapak/ibu/sdr./sdri ditawarkan Lembaga Keuangan lain sebagai penyedia jasa pinjaman lain?

- a. Bersedia
- b. Tidak bersedia

5. Bila bersedia, apakah yang bapak/ ibu/ sdr/ sdri inginkan dari lembaga keuangan tersebut?

- Bunga rendah
- Cicilan ringan
- Mudah/ tidak rumit proses dan persyaratannya
- Biaya transaksi kecil
- Cepat dalam proses pencairan dana
- Alasan lain, sebutkan .....

**Pilihan Lembaga keuangan**

1) Apakah menurut bapak/ibu/sdr/sdri semua pilihan penyedia jasa lembaga keuangan di bawah ini termasuk mudah? (beri tanda **M** untuk menilai "mudah", tanda **BS** untuk "biasa saja", dan **S** untuk menyatakan "sulit")

- Perseorangan
- Koperasi
- Koperasi Syariah
- BMT
- Paguyuban
- Bank
- Bank Syariah
- Kerabat

2) Apa yang membuat bapak/ibu/sdr/sdri enggan atau menghindari pinjam uang ke Lembaga Keuangan?

- Takut dengan jumlah beban bunga/bagi hasil yang tinggi.
- Khawatir tidak bisa membayar cicilan.
- Kondisi pasar yang tidak menguntungkan/sedang sepi.
- Tidak mau rumit.
- Biaya transaksi yang besar.
- Proses pencairan yang lama.
- Alasan lainnya, sebutkan.....

**B. Faktor yang menjadi pertimbangan responden dalam memilih lembaga keuangan**

Petunjuk: berikanlah tanda silang (x) atau centang (v) untuk menentukan seberapa setuju atau tidak setuju Anda terhadap pernyataan di bawah ini.

SS	S	KS	CS	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

### Kelompok B1

No.	Persyaratan	Penilaian					
		SS	S	KS	CS	TS	STS
P1	Agama mempengaruhi pilihan menggunakan menggunakan lembaga keuangan						
P2	Faktor etnis yaitu suku mempengaruhi keputusan dalam memilih lembaga keuangan						
P3	Dalam memilih lembaga keuangan, teman, keluarga atau sahabat mempengaruhi anda						

### Kelompok B2

No.	Persyaratan	Penilaian					
		SS	S	KS	CS	TS	STS
P4	Jenis pekerjaan mempengaruhi anda meminjam ke lembaga keuangan						
P5	Jumlah penghasilan anda membuat anda meminjam ke lembaga keuangan						
P6	Dalam memilih lembaga keuangan, adalah sesuai dengan kepribadian anda						
P7	Sumber penghasilan keluarga anda dibantu oleh anggota keluarga yang lain (contoh, suami/ isteri, anak, dll)						

### Kelompok B3

No.	Persyaratan	Penilaian					
		SS	S	KS	CS	TS	STS
P8	Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk kebutuhan sehari-hari						
P9	Meminjam ke lembaga keuangan adalah sebagai tambahan modal usaha						
P10	Meminjam ke lembaga keuangan adalah untuk memperluas usaha di tempat lain						