

Determinan Minat *Financing* UMKM Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus UMKM Disekitar Malioboro Yogyakarta)

Ayif Fathurrahman¹⁾, Mendasari Utami²⁾, Anggoro Sugeng³⁾

^{1,2} Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

³ Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, IAIN Metro, Lampung

*Email korespondensi: [Ayif.fathurrahman@umy.ac.id](mailto:ayif.fathurrahman@umy.ac.id)

Abstract

This study aims to analyze the determinants of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) interest in conducting the financing from Islamic Financial Institutions and to find out what factors are the most dominant influence on MSMEs interest in applying for financing at Islamic financial institutions. The data used in this study is primary data. The subject of this research is the owner of MSMEs around Malioboro Yogyakarta. In this study using a sample of 100 respondents. The sampling technique is using the Non Probability Sampling technique by means of Purposive Sampling. The data collection method used a questionnaire with a Likert scale. The analytical tool used is multiple regression which is supported by SPSS 16 software. Based on the analysis conducted, the results show that service, reputation and procedure variables have a positive and significant influence on interest.

Keywords: *UMKM, Services, Reputation, Procedures, Interests, Islamic Bank*

Saran sitasi: Fathurrahman, A., Utami, M., & Sugeng, A. (2022). Determinan Minat *Financing* UMKM Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus UMKM Disekitar Malioboro Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 583-589. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4419>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4419>

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM merupakan suatu kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sangat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

UMKM merupakan jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak. Dengan demikian, maka UMKM adalah jenis usaha yang perlu diperhatikan adalah sebuah keniscayaan. Proses pengembangan UMKM ini tentu saja membutuhkan pendanaan yang banyak, sehingga banyak UMKM yang melakukan *financing* melalui kredit bank, baik bank pemerintah maupun bank swasta. UMKM berperan secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi maupun penyediaan lapangan

kerja. Selain faktor SDM yang rendah, terbatasnya sarana dan prasarana, teknologi, faktor utama yang menghambat perkembangan UMKM yaitu kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan (Nugroho dan Tamala, 2018; Aisyah 2018; Faisal 2017; Feyisa and Tamene 2019; Rini 2017; Veiga and McCahery 2019).

Eksistensi Bank Syariah dapat mengakomodir berbagai aspirasi dan keinginan masyarakat untuk mendapatkan pembiayaan terutama pengusaha UMKM. Lembaga keuangan syariah memiliki peluang cukup besar mengingat banyaknya keunggulan dan kelebihan yang dimiliki lembaga keuangan syariah di banding bank konvensional. Pada umumnya produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan syariah adalah produk pembiayaan (*financing*) dan produk simpanan (*funding*). Produk pembiayaan meliputi pembiayaan *mudharabah*, *murabahah*, *musyarokah*, dan lain-lain. Melihat semakin ketatnya persaingan dalam dunia perbankan, maka bank syariah hendaknya memiliki strategi yang tepat untuk mengatasi masalah permodalan pengusaha

UMKM dan menarik minat pengusaha UMKM untuk mengajukan pembiayaan usaha. Bank Syariah sebagai *intermediary* juga perlu untuk memahami perilaku pelaku pengusaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai bagian dari upaya untuk menangkap peluang pasar. Dengan demikian, perbankan syariah perlu melengkapi dan memperbaiki kinerja dalam memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen (Abdullrahim dan Robson 2017; Ali dan Raza 2017; Alnaser et al. 2017; Janahi dan Al Mubarak 2017; Muhammed et al. 2017; Saleh et al. 2017).

Meskipun demikian, sektor usaha mikro dan menengah (UMKM) berada dalam posisi *track record* yang baik di berbagai daerah, sehingga memungkinkan menjadikan Indonesia sebagai negara yang berpeluang besar bagi perkembangan (UMKM) usaha mikro kecil dan menengah. Dan pada saat yang sama juga menjadi *captive market* pembiayaan dari perbankan syariah. Pernyataan ini diperkuat dengan penelitian Faisol (2017) yang menyimpulkan bahwa kinerja sektor usaha kecil menengah (UKM) di Kediri akan meningkat jika pembiayaan Bank Syariah terhadap UMKM meningkat. Begitu juga dengan pengembangan UMKM secara Nasional bahwa pengembangan UKM baik menyangkut jumlah unit usaha, lapangan kerja, dan pembiayaan dari perbankan syariah menunjukkan arah positif atau meningkat secara signifikan.

Berkaitan dengan itu, ada beberapa faktor yang harus mendapatkan perhatian dari perbankan syariah, seperti aksesibilitas (Delima dan Paramita 2019; Widiastuti dan Huda 2019), pelayanan (Abror dkk. 2019; Aisyah 2018;). Faktor-faktor tersebut menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih perbankan syariah.

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi daerah yang memiliki pertumbuhan ekonomi tertinggi nasional pada tahun 2019. Diperkirakan ekonomi Yogyakarta tumbuh pada kisaran 6,8-7,2 persen, meskipun pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi nasional sempat mengalami resesi. Perekonomian DIY triwulan III-2021 terhadap triwulan III-2020 (y-on-y) tumbuh sebesar 2,30 persen. Kondisi ini mencerminkan kondisi yang lebih baik jika dibanding periode yang sama tahun sebelumnya yang mengalami kontraksi sebesar 2,98 persen.(BPS DIY, 2021).

Hal itu seiring dengan makin digenjotnya penyelesaian pembangunan infrastruktur serta kinerja konsumsi yang diperkirakan masih akan meningkat

sebagai '*trickledown effect*' peningkatan aktivitas pariwisata di DIY. UMKM di Yogyakarta menyumbang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta.

Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh faktor pelayanan, reputasi, dan prosedur Perbankan syariah terhadap minat pembiayaan UMKM di Bank Syariah.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian kali ini adalah pemilik UMKM di sekitar Malioboro yang menjadi nasabah di Lembaga Keuangan Syariah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 4.250 data pemilik UMKM yang berada di wilayah Malioboro. Data UMKM diperoleh dari Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel akan menggunakan *non probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus solvin, dan hasilnya sampel sebanyak 100 responden.

2.2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis berganda yang mencakup uji F, uji t dan Uji koefisien determinasi (R²), untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Dimana:

Y = Minat UMKM

a = Konstanta Interception

b = Koefisien Regresi

X₁ = Pelayanan

X₂ = Reputasi

X₃ = Prosedur

e = error

Untuk dapat mengetahui apakah model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat atau kriteria, maka akan dilakukan uji reabilitas dan uji validitas serta uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) terlebih dahulu (Basuki & Prawoto, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Uji Kualitas Instrumen

Analisis instrumen di uji dengan menggunakan uji reabilitas dan uji validitas sebelum menuju ke uji instrumen lainnya.

Uji Reabilitas

Berdasarkan data tabel dibawah ini, dapat diketahui bahwa uji reliabilitas variabel pada penelitian ini memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 yang artinya data tersebut dapat diuji dan terbukti reliabel atau dapat dipercaya.

Tabel : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Pelayanan	0,870	Reliabel
Reputasi	0,897	Reliabel
Prosedur	0,851	Reliabel
Minat	0,711	Reliabel

Uji Validitas

Berdasarkan data tabel dibawah ini, dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner variabel pada penelitian ini memiliki korelasi r dengan nilai yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 (sesuai dengan r tabel dengan nilai signifikansi 0,05 dengan nsejumlah 100). Maka karena seluruh item kuesioner memiliki nilai lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan dapat dikatakan valid dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

Tabel : Uji Validitas Variabel Pelayanan

Variabel	Item Kuisisioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Pelayanan	1	0,813	0,195	Valid
	2	0,874	0,195	Valid
	3	0,883	0,195	Valid
	4	0,870	0,195	Valid

Berdasarkan data tabel dibawah ini, dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner variabel pada penelitian ini memiliki korelasi r dengan nilai yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 (sesuai dengan r tabel dengan nilai signifikansi 0,05 dengan nsejumlah 100). Maka karena seluruh item kuesioner memiliki nilai lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi dapat dikatakan valid dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

Tabel: Uji Validitas Variabel Reputasi

Variabel	Item Kuisisioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Reputasi	1	0,858	0,195	Valid
	2	0,920	0,195	Valid
	3	0,912	0,195	Valid
	4	0,820	0,195	Valid

Berdasarkan data tabel dibawah ini, dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner variabel pada penelitian ini memiliki korelasi r dengan nilai yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 (sesuai dengan r tabel dengan nilai signifikansi 0,05 dengan nsejumlah 100). Maka karena seluruh item kuesioner memiliki nilai lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 dapat disimpulkan bahwa variabel prosedur dapat dikatakan valid dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

Tabel: Uji Validitas Variabel Prosedur

Variabel	Item Kuisisioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Prosedur	1	0,883	0,195	Valid
	2	0,880	0,195	Valid
	3	0,869	0,195	Valid

Berdasarkan data tabel dibawah ini, dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner variabel pada penelitian ini memiliki korelasi r dengan nilai yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 (sesuai dengan r tabel dengan nilai signifikansi 0,05 dengan nsejumlah 100). Maka karena seluruh item kuesioner memiliki nilai lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 dapat disimpulkan bahwa variabel minat dapat dikatakan valid dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

Tabel: Uji Validitas Variabel Minat

Variabel	Item Kuisisioner	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
Minat	1	0,899	0,195	Valid
	2	0,865	0,195	Valid

3.1.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas menentukan data yang telah dikumpulkan dengan berdistribusi normal atau yang diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak terlalu rumit. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa residual terdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* yakni sebesar $0,858 > 0,05$.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dalam asumsi ini dapat dikatakan apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terkena multikolinearitas, sedangkan apabila nilai $VIF > 10$ maka dapat dikatakan terkena Multikolinearitas.

Tabel: Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pelayanan	0,392	2,552
Reputasi	0,433	2,312
Prosedur	0,493	2,028

Berdasarkan tabel diatas, nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* >10. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF <10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, digunakan *uji gletser* untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Dapat dikatakan signifikan apabila hasil yang diperoleh dalam pengujian besar dari 0,05 (> 0,05). Maka dapat dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel: Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.
Pelayanan	-1.338	0.184
Reputasi	1.166	0.247
Prosedur	-0.789	0.432

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel independen > 0,05, yang artinya bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model ini, dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

3.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen (X₁ pelayanan, X₂ reputasi, X₃ prosedur) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam uji ini dapat mengetahui apakah model yang dapat digunakan untuk variabel dependen yakni dilihat dari ANOVA (*Analysis of Variance*).

Tabel Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79.477	3	26.492	26.175	.000^a
Residual	97.163	96	1.012		
Total	176.640	99			

Dari hasil perhitungan didapat nilai *f_{hitung}* sebesar 26,175 dengan tingkat signifikansi 0,000 (*sig*< 0,05). Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan, reputasi, dan prosedur berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai R square dalam tabel model summary merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Tabel : Koefisien Determinasi Adjusted (R²)

Model	R	Model Summary		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671^a	.450	.433	1.00604

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa besar koefisien determinan atau kemampuan variabel Pelayanan (X₁), Reputasi (X₂), Prosedur(X₃) dalam memprediksi variabel minat (Y) sebesar 0,433 atau 43,3% dan sisanya 56,7% dijelaskan oleh variabel diluar ketiga variabel independen dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, yang ditujukan pada tabel *coefficient* dibawah ini.

Tabel : Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.596	.590		1.009	.315
Pelayanan	.153	.071	.261	2.155	.034
Reputasi	.136	.058	.270	2.350	.021
Prosedur	.174	.084	.223	2.073	.041

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,261 X_1 + 0,270 X_2 + 0,223 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat

X₁ = Pelayanan

X₂ = Reputasi

X₃ = Prosedur

e= error

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan:

- a. Hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan UMKM di Malioboro terhadap LKS. Hasil pengujian hipotesis ini diketahui nilai probabilitas sebesar $0,034 < 0,05$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai t hitung sebesar $2,155 > t$ tabel $1,660$ maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi X_1 (Variabel Pelayanan) sebesar $0,261$ dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat UMKM mengajukan pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik pelayanan akan meningkatkan minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah.
- b. Hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel reputasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan UMKM di Malioboro terhadap LKS. Hasil pengujian hipotesis ini diketahui nilai probabilitas sebesar $0,021 < 0,05$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai t hitung sebesar $2,350 > t$ tabel $1,660$ maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi X_2 (Variabel Reputasi) sebesar $0,270$ dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik reputasi, maka akan meningkatkan minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah.
- c. Hipotesis 3 menunjukkan bahwa variabel prosedur (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan UMKM di Malioboro terhadap LKS. Hasil pengujian hipotesis ini diketahui nilai probabilitas sebesar $0,041 < 0,05$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai t hitung sebesar $2,073 > t$ tabel $1,660$ maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi X_3 (Variabel prosedur) sebesar $0,223$ dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel prosedur mempunyai pengaruh positif terhadap minat UMKM untuk mengajukan pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah. Hal ini dikarenakan

nasabah lebih menyukai prosedur pembiayaan yang mudah, cepat dan tidak berbelit-belit.

3.2. Pembahasan

- a. Pengaruh variabel pelayanan terhadap variabel minat

Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Secara teoritis pelayanan adalah pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya (Hasibuan, 2007). Menurut Kotler (2007) mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak dimiliki. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang lebih dapat dirasakan daripada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi pelayanan tersebut (Janahi, *et.al*, 2017). Kualitas pelayanan menjadi perhatian, bahkan termasuk sebuah perusahaan, bukan saja perusahaan jasa (pelayanan), perusahaan manufaktur pun menyadarinya, tanpa pelayanan yang baik, setinggi apapun kualitas sebuah produknya jika tidak disertai dengan pelayanan baik pelanggan akan berpindah ke produk lainnya. Pada umumnya nasabah lebih memprioritaskan respons dari karyawan serta kenyamanan dan memperdulikan dengan penilaian tempat. Jika pelayanan memberikan pengaruh persepsi pada nasabah, dan jika pelayanan Lembaga Keuangan Syariah baik serta ada peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap minat nasabah. Begitu juga sebaliknya jika pelayanan suatu Lembaga Keuangan Syariah buruk maka akan menimbulkan turunya minat untuk menjadi nasabah di perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Abdullrahim, *et.al* (2017).

- b. Pengaruh variabel reputasi terhadap minat

Variabel reputasi berpengaruh positif dan signifikan. Secara teoritis, reputasi perusahaan yaitu asset yang tidak nyata (*intangible asset*). Keadaan reputasi akan tergantung pada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan

tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen (Saleh, *et.al*, 2017). Reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Contoh keputusan tersebut adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan, berlangganan, dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain, sehingga mau tidak mau, perusahaan mempunyai reputasi di masyarakat. Reputasi itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Reputasi yang buruk melahirkan dampak negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing. Jika reputasi suatu Lembaga Keuangan Syariah baik dan ada peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap minat pembiayaan UMKM. Begitu juga sebaliknya jika reputasi suatu Lembaga Keuangan Syariah buruk maka akan menimbulkan turunnya minat untuk menjadi nasabah di LKS tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Hoq, *et.al* (2010), Ladipo & Rahim, (2013) dan Saleh, *et.al* (2017) yang menjelaskan bahwa variabel reputasi (*quality image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

c. Pengaruh variabel prosedur terhadap minat

Variabel prosedur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Secara teoritis, prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang – ulang (Mulyadi, 2013). Azhar (2000) juga menjelaskan bahwa Prosedur adalah rangkaian aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara berulang perusahaan untuk bersaing. Jika prosedur suatu Lembaga Keuangan Syariah baik dan ada peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap minat nasabah. Begitu juga sebaliknya jika prosedur tidak baik, maka minat untuk menjadi nasabah di LKS tersebut rendah. Saat ini UMKM lebih memilih untuk mengajukan pinjaman pembiayaan ke bank konvensional daripada bank syariah karena proses

pengajuannya dirasa lebih mudah. Mulai dari pengisian formulir pengajuan yang mudah dipahami dan diisi, proses pembiayaan yang jauh lebih cepat hingga realisasi dana yang diberikan sesuai dengan yang diajukan UMKM itu sendiri. Oleh karena itu prosedur sangatlah berpengaruh terhadap minat. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Thoharudin dkk (2019), yang menjelaskan bahwa variabel prosedur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian tentang determinan minat pembiayaan UMKM di Lembaga Keuangan Syariah dapat disimpulkan dari penelitian ini sebagai berikut: Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan UMKM disekitar Malioboro di Bank syariah nilai probabilitas sebesar $0,034 < 0,05$. Kualitas pelayanan menjadi perhatian, bahkan termasuk sebuah perusahaan, bukan saja perusahaan jasa (pelayanan), perusahaan manufaktur pun menyadarinya, tanpa pelayanan yang baik, setinggi apapun kualitas sebuah produknya jika tidak disertai dengan pelayanan baik pelanggan akan berpindah ke produk lainnya. Variabel reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan UMKM disekitar Malioboro di Bank Syariah nilai probabilitas sebesar $0,021 < 0,05$. Jika reputasi suatu Lembaga Keuangan Syariah baik dan ada peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap minat pembiayaan UMKM. Variabel prosedur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan UMKM disekitar Malioboro di Bank syariah nilai probabilitas sebesar $0,041 < 0,05$. Jika prosedur suatu Lembaga Keuangan Syariah baik dan ada peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan terhadap minat nasabah. Begitu juga sebaliknya jika prosedur tidak baik, maka minat untuk menjadi nasabah di LKS tersebut rendah.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah penulis ucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Kemudian penulis ucapkan juga kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

sebagai institusi penulis dan LP3M UMY yang telah mensupport penelitian ini.

6. REFERENSI

- Abdullrahim, Najat, and Julie Robson. 2017. "The Importance of Service Quality in British Muslim's Choice of an Islamic or Non-Islamic Bank Account." *Journal of Financial Services Marketing* 22(2):54–63.
- Abror, Abror, Dina Patrisia, Yunita Engriani, Susi Evanita, Yasri Yasri, and Shabbir Dastgir. 2019. "Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement and Islamic Bank's Customer Loyalty." *Journal of Islamic Marketing*.
- Ali, Muhammad, and Syed Ali Raza. 2017. "Service Quality Perception and Customer Satisfaction in Islamic Banks of Pakistan: The Modified SERVQUAL Model." *Total Quality Management & Business Excellence* 28(5–6):559–577.
- Alnaser, F., M. Ghani, S. Rahi, M. Mansour, and H. Abed. 2017. "Determinants of Customer Loyalty: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Image of Islamic Banks in Palestine." *International Journal Economic Management Sci* 6(461):2.
- Aisyah, Muniaty. 2018. "Islamic Bank Service Quality and It's Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty." *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah* 10(02).
- Azhar, A. (2000). *Media Pengajaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Delima, Mustika, dan Metti Paramita. 2019. "Analisis Kemudahan Akses Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu)." *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 5(1):75–82.
- Faisol. 2017. "Islamic Bank Financing and It's Impact on Small Medium Enterprise's Performance." *Etikonomi* 16(01).
- Feyisa, Bizuayehu Daba, and Kaleb Amanu Tamene. 2019. "The Roles of Micro and Small Enterprises in Empowering Women: The Case of Jimma Town, Ethiopia." *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 06(02).
- Hasibuan, M. S. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara Jawa Barat.
- Janahi, Mohamed Abdalnaser, and Muneer Mohamed Saeed Al Mubarak. 2017. "The Impact of Customer Service Quality on Customer Satisfaction in Islamic Banking." *Journal of Islamic Marketing*
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 10. Jakarta: Erlangga.
- Ladipo, P. A., & Rahim, A. G. (2013). Corporate Reputation as a Strategic Asset. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 4, No.2., 220- 225.
- Lucky Nugroho, D. T. (2018). Persepsi Pengusaha Umkm Terhadap Peran Bank Syariah. *Jurnal Sistem Informasi, Keuangan, Auditing dan Perpajakan*, Vol 03, No 01, 52-57.
- Mohammad Ziaul Hoq, N. S. (2010). The Effect of Trust, Customer Satisfaction and Image on Customers' Loyalty in Islamic Banking Sector. *South Asian Journal of Management*, Vol. 17 No.1, Maret, 70-93.
- Muhammed, A. M., Irwan Shahrinaz, K. J. Ali, Jennifah Nordin, and Shamshul Anaz Kassim. 2017. "Does Religions and Service Quality Determine Customers' Preference in Selecting Islamic Bank?" *ICOPS2017 EProceedings* 833.
- Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Thoharudin, M, Y. S. (2019). Pengaruh Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan. *Jurkami Volume 4, Nomor 1*, 1-6.
- Rini, Hana Zunia. 2017. "Peran Perbankan Syariah Terhadap Eksistensi Umkm Industri Rumah Tangga Batik Laweyan." *Academica* 01(01).
- Saleh, Md Abu, Ali Quazi, Byron Keating, and Sanjaya S. Gaur. 2017. "Quality and Image of Banking Services: A Comparative Study of Conventional and Islamic Banks." *International Journal of Bank Marketing*.
- Veiga, Marcelo Godke, and Joseph A. McCahery. 2019. "The Financing of Small and Medium-Sized Enterprises: An Analysis of the Financing Gap in Brazil European Business Organization Law Review." *European Business Organization Law Review* 20.
- Widihastuti, Retno, and Hakim Miftahul Huda. 2019. "Aksesibilitas Lembaga Pembiayaan Formal Untuk Pelaku Usaha Mikro Pengolahan Ikan di Kabupaten Gresik." *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 14(2):249–259.