

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pembiayaan, Promosi dan Jumlah Kantor terhadap Jumlah Nasabah Pembiayaan ( Studi pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia)” ini ditulis oleh Nickie Neziana Surya, NIM. 17401153317, pembimbing Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.

Keuangan inklusif adalah seluruh upaya yang bertujuan meniadakan segala bentuk hambatan yang bersifat harga maupun non harga, terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan. Survei Bank Dunia pada tahun 2010 menunjukkan hanya 49% rumah tangga Indonesia yang memiliki akses terhadap lembaga keuangan formal. Hal serupa ditemukan Bank Indonesia dalam Survei Neraca Rumah Tangga tahun 2011 yang menunjukkan bahwa persentase rumah tangga yang menabung di lembaga keuangan formal dan non lembaga keuangan sebesar 48%. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, perbankan berperan besar untuk menjadi motor penggerak kegiatan keuangan inklusif mengingat perbankan Indonesia memiliki *share* kegiatan keuangan sampai dengan 80%.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah pembiayaan pada perbankan syariah berpengaruh terhadap jumlah nasabah pembiayaan sebagai indikator implementasi keuangan inklusif perbankan syariah di Indonesia? (2) Apakah promosi pada perbankan syariah berpengaruh terhadap jumlah nasabah pembiayaan sebagai indikator implementasi keuangan inklusif perbankan syariah di Indonesia? (3) Apakah jumlah kantor pada perbankan syariah berpengaruh terhadap jumlah nasabah pembiayaan sebagai indikator implementasi keuangan inklusif perbankan syariah di Indonesia? Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pembiayaan, promosi dan jumlah kantor terhadap jumlah nasabah pembiayaan sebagai indikator implementasi keuangan inklusif perbankan syariah di Indonesia. penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. populasi yang digunakan adalah perbankan syariah di Indonesia sebanyak 201 bank. Sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan terpilih sampel yaitu Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang beroperasi di Indonesia sebanyak 34 bank. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji-t, uji-F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembiayaan dan jumlah kantor berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah nasabah pembiayaan, sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah pembiayaan.

**Kata kunci:** *Pembiayaan, Promosi, Jumlah Kantor, Nasabah, Keuangan Inklusif*

## **ABSTRACT**

The thesis entitled "Effect of Financing, Promotion and Number of Offices on Number of Financing Customers (Study at Sharia Commercial Banks and Sharia Business Units in Indonesia)" was written by Nickie Neziana Surya, NIM. 17401153317, supervisor Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.

Inclusive finance is all efforts aimed at eliminating all forms of price or non-price barriers to people's access to financial services. The World Bank survey in 2010 showed that only 49% of Indonesian households had access to formal financial institutions. Similar was found by Bank Indonesia in the 2011 Household Balance Sheet Survey, which showed that the percentage of households saving in formal and non-financial financial institutions was 48%. In economic development in Indonesia, banks play a major role in becoming the driving force of inclusive financial activities considering that Indonesian banks have a share of financial activities up to 80%.

The formulation of the problem in this study is (1) Does financing in Islamic banking affect the number of financing customers as an indicator of the implementation of financial inclusion in Islamic banking in Indonesia? (2) Does promotion of Islamic banking affect the number of financing customers as an indicator of the implementation of financial inclusion in Islamic banking in Indonesia? (3) Does the number of offices in Islamic banking affect the number of financing customers as an indicator of the implementation of financial inclusion in Islamic banking in Indonesia? This study aims to examine the effect of financing, promotion and number of offices on the number of financing customers as an indicator of the implementation of financial inclusion of Islamic banking in Indonesia. this research is included in associative research with a quantitative approach. the population used is Islamic banking in Indonesia as many as 201 banks. Sampling in this study used a purposive sampling technique and selected samples, namely 34 Islamic banks and Sharia Business Units operating in Indonesia. The method of data analysis uses the classical assumption test, multiple linear regression test, t-test, F-test, and test the coefficient of determination. The results of this study indicate that financing and office space have a significant positive effect on the number of financing customers, while promotions do not have a significant effect on the number of financing customers.

Keywords: *Credit, Promotion, Office, Customer, Inclusive Finance*