

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian masyarakat tidak selalu berjalan dengan mulus namun juga penuh dengan lika-liku, hal ini dapat mengakibatkan dampak negatif terhadap kelangsungan hidup dalam masyarakat. Dalam kondisi seperti itu bisa juga mengakibatkan kemiskinan. Kemiskinan dapat diartikan sebagai kondisi yang dihadapi oleh seseorang dimana mereka tidak mempunyai kecukupan modal sumber daya untuk menyambung kebutuhan hidup yang layak, salah satunya dari segi sosial dan ekonomi.²

Dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan basis ekonomi kerakyatan, diharapkan masyarakat dapat memenuhi kebutuhan ekonominya secara mandiri, salah satunya dengan cara mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk

² Berita Resmi Statistika diakses pada tanggal 22 Maret 2022 dari <http://www.bps.go.id>

mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.³

Bank syariah memiliki produk penghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan yang mana kegiatan usahanya dijalankan berdasarkan prinsip syariah dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya, harus berdasarkan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.⁴

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia semakin pesat dibuktikan dengan berdirinya berbagai lembaga keuangan syariah. Hal itu dimulai dengan lahirnya lembaga keuangan syariah pertama kali di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Pada awal masa bank syariah belum mendapatkan perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan. Landasan

³ Feni Dwi Anggraeni, “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Emping Jagung Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No. 6, hlm. 128

⁴ Muhammad, *Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2019), hlm. 9

hukum operasi bank syariah pada saat itu hanya dikomodir dalam satu ayat tentang “Bank dengan sistem bagi hasil” pada UU No. 7 Tahun 1992 tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis usaha yang diperbolehkan.⁵

Tabel 1.1
Jumlah Perkembangan Bank Syariah

Indikator	2016	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah					
- Jumlah Bank	13	13	14	14	14
- Jumlah Kantor	1.869	1.825	1.875	1.919	1.942
Unit Usaha Syariah					
- Jumlah bank umum konvensional yang memiliki UUS	21	21	20	20	20
- Jumlah kantor UUS	332	344	354	381	390
BPRS					
- Jumlah Bank	166	167	167	164	162
- Jumlah Kantor BPRS	453	441	496	617	622
Total Kantor	2.654	2.610	2.725	2.917	2.954

Sumber: *Statistika Perbankan Syariah Tahun 2022* (<https://www.ojk.go.id>)

Menurut data yang didapatkan dari statistik perbankan syariah, disimpulkan bahwa perkembangan jumlah bank dan jumlah kantor pada bank umum syariah pada tahun 2016 hingga juni 2020 mengalami peningkatan, meskipun jumlah kantor pernah mengalami penurunan pada tahun 2017 menjadi 1.825 dari jumlah 1.869 pada tahun 2016. Namun, secara bertahap pada tahun 2018 hingga 2020 terus mengalami peningkatan. Sedangkan, untuk jumlah bank

⁵ Rizal Yaya, et. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), hlm. 20

konvensional yang memiliki UUS pada tahun 2016 hingga juni 2020 mengalami penurunan, namun untuk jumlah kantor terus mengalami peningkatan dari 332 hingga 349 kantor.⁶

Sedangkan untuk jumlah bank pada BPRS mengalami penurunan, namun untuk jumlah kantor BPRS secara bertahap pada tahun 2016 hingga juni 2020 mengalami peningkatan dari 453 menjadi 622 kantor. Total kantor cabang bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pembiayaan rakyat syariah yang tersebar di Indonesia telah mencapai 2.954 kantor cabang. Dari banyaknya jumlah perbankan syariah hingga juni 2020 berdasarkan data statistik dapat dijadikan peluang untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter yang akan datang. Selain itu, dengan perkembangan dan pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia menunjukkan bahwa adanya keberhasilan bermuamalah dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam.⁷

Tabel 1.2
Total Pembiayaan (*Financing*) Bank Syariah
(Satuan Data Juta Rupiah)

Indikator	2016	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah	178.043	190.354	202.766	225.607	246.957
Unit Usaha Syariah	71.044	96.467	118.541	130.830	138.056

Sumber: *Statistika Perbankan Syariah Tahun 2022* (<https://www.ojk.go.id>)

⁶ Statistika Perbankan Syariah Tahun 2022 diakses pada 23 Maret 2022 dari <https://www.ojk.go.id>

⁷ Ibid.

Menurut data yang didapatkan dari statistik perbankan syariah, disimpulkan bahwa jumlah pembiayaan (*financing*) pada Bank Umum Syariah (BUS) pada tahun 2016 hingga tahun 2020 mengalami peningkatan. Jumlah pembiayaan (*financing*) terendah terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 178.043 dan jumlah pembiayaan (*financing*) tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 246.957. Sedangkan untuk Unit Usaha Syariah (UUS) juga mengalami perkembangan atau kenaikan dari tahun ke tahun yaitu tahun 2016 sampai 2020. Jumlah pembiayaan (*financing*) terendah terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 71.044 dan jumlah pembiayaan (*financing*) tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 138.056.⁸

Dalam memilih suatu lembaga keuangan, pelaku UMKM tentu didasari dengan berbagai alasan yang pada akhirnya dapat mengambil keputusan untuk menjadi nasabah disuatu bank tertentu. Hal yang menjadi alasan atau dasar pengambilan keputusan salah satunya adalah larangan riba dalam Islam sehingga mereka yang patuh dan taat akan aturan tersebut akan berusaha menghindari adanya riba yang dalam bank adalah bunga.⁹

Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan atau perbankan yang segala kegiatan usahanya menggunakan prinsip syariah Islam, termasuk dalam sistem operasionalnya yang tidak menggunakan sistem bunga yang dalam

⁸ Statistika Perbankan Syariah Tahun 2022 diakses pada 23 Maret 2022 dari <https://www.ojk.go.id>

⁹ Ibid.

ajaran agama Islam bunga merupakan riba. Oleh karena itu, Bank Syariah dalam segala aktivitasnya berusaha menjauhi bunga yang merupakan riba dan telah dilarang dalam ajaran agama Islam. Dalam rangka mengembangkan bank syariah tentu diperlakukan adanya masyarakat yang mempunyai keinginan atau keputusan menjadi nasabah bank syariah, baik nasabah tabungan, pembiayaan dan sebagainya. Keputusan merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri untuk mencapai tujuan tertentu. Keputusan merupakan kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar tertentu.¹⁰

Bank syariah mempunyai prinsip yang berbeda dengan Bank Konvensional. Perbedaan yang paling mendasar adalah bagaimana memperoleh keuntungan, dimana pada Bank Konvensional dikenal dengan bunga, sedangkan pada Bank Syariah melarang adanya bunga yaitu dengan menggunakan prinsip bagi hasil. Pendirian bank syariah selain bertujuan untuk mendapat keuntungan tapi juga untuk menciptakan kesejahteraan di masyarakat, berupa pemberian jasa dengan menginvestasikan dana masyarakat pada bank syariah, baik itu dalam kerjasama dalam bentuk UMKM maupun untuk menabung. Selain itu seiring dengan prospek lajunya perekonomian yang meningkat dan juga kebutuhan masyarakat untuk mengakses keuangan di bank dengan baik maka dibutuhkanlah

¹⁰ Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 225

peranan bank syariah untuk memberikan kenyamanan yang memadai, hal ini sangat penting terutama untuk masyarakat yang tinggal di pedesaan.

Menurut Kotler, faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menghimpun dana di bank syariah dapat dipengaruhi oleh : pengetahuan, gaya hidup, motivasi, pelayanan, kepribadian, dan promosi. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang dapat berbentuk informasi nasabah tentang perbankan syariah untuk digunakan sebagai bahan acuan untuk memilih produk perbankan syariah daripada perbankan konvensional.¹¹

Pandangan pelaku UMKM terkait sistem bank syariah memiliki kesan bahwasanya, bank syariah memiliki banyak produk dan jasa yang tidak ditemukan pada bank konvensional. Prinsip-prinsip bank syariah antara lain wadiah, mudharabah, musyarakah, ijarah, istishna, dan tidak adanya bunga melainkan bagi hasil. Keberadaan bank syariah dengan produk yang dimiliki akan menjadi suatu pilihan bagi pelaku UMKM berdasarkan kebutuhan yang mereka inginkan. Faktor pertimbangan agama adalah motivasi yang penting untuk mendorong penggunaan jasa dan juga produk perbankan syariah mempunyai kecenderungan yang sangat kuat. Pengetahuan tentang perbankan syariah yang diperoleh pelaku UMKM menjadikan mereka mengetahui betul mengenai bank syariah tersebut dan juga mereka beranggapan bahwa bank

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 217

syariah lebih baik dan semakin tinggi kemungkinan untuk memilih bank syariah.¹²

Pengetahuan tentang bank syariah merupakan faktor yang penting bagi keputusan pelaku UMKM untuk menjadi nasabah di bank syariah.¹³ Menurut Mowen dan Minor pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk dan jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.¹⁴ Pengetahuan sangat dibutuhkan untuk mengambil keputusan. Pengetahuan akan terlihat pada diri seseorang dapat komitmen atau setia yang diakhirnya akan berpengaruh terhadap cara para pelaku UMKM mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Secara umum pengetahuan mengacu pada fakta, perasaan atau pengalaman yang diketahui oleh seseorang atau kelompok orang. Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai kesadaran yang didapat dari pengalaman atau proses belajar. “Pengetahuan adalah segenap yang diketahui mengenai suatu objek tertentu atau suatu hal tersebut yang merupakan hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai”.¹⁵ Pengetahuan juga merupakan semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan

¹² Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Industri Jasa Keuangan Syariah Buku 8*, Seri Literasi Keuangan, hlm 64

¹³ Nurul Indarti, *Manajemen Pengetahuan : Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2017), hlm. 14

¹⁴ Donni Junni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 130

¹⁵ Darwis Darmawan, Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap Lingkungan dengan Perilaku Wisatawan dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan, *Jurnal Geografi*, Vol. 4, No. 1, April 2018, Hlm. 41

lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah bank syariah.¹⁶ Jadi pengetahuan merupakan hasil dari proses usaha manusia untuk ingin tahu suatu hal, pengetahuan dapat diperoleh dari berbagai media informasi seperti koran, radio, televisi, pamflet dan lain-lain atau dapat melalui pengalaman dan pembelajaran yang didapat.

Menurut teori Gayalba jika pengetahuan itu baik maka keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah juga akan baik.¹⁷ Lalu jika kepercayaan itu baik maka keputusan dalam menjadi nasabah di bank syariah juga akan baik, dan apabila motivasi itu baik maka keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah juga pasti baik. Namun fakta yang sesuai dilapangan itu pengetahuan, pelayanan, dan motivasi itu sudah terpenuhi atau baik tetapi keputusan menjadi nasabah di bank syariah masih rendah. Sehingga ada terdapat kesenjangan teori dengan fakta.

Pengetahuan merupakan hasil yang didapatkan dari orang yang telah melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media masa maupun lingkungan. Menurut teori Mowen dan Minor mengatakan bahwa pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai

¹⁶ Fadhilatul Hasanah, Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 4, No. 1, Juni 2019, Hal. 489

¹⁷ Sidi Gayalba, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), hal. 85

produk dan jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.¹⁸ Pengetahuan menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam perilaku pengambilan keputusan seseorang. Pengetahuan nasabah merupakan segala informasi yang telah didapatkan oleh seseorang nasabah maupun konsumen tentang berbagai macam produk jasa dan pengetahuan yang lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah.¹⁹ Menurut Engle et.al., indikator pengetahuan memiliki tiga jenis pengetahuan yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian.²⁰

Pengetahuan menjadi variabel yang harus diperhatikan karena pengetahuan memegang peranan penting dalam menumbuhkan keputusan masyarakat untuk mau menggunakan jasa perbankan, terutama perbankan syariah. Pengetahuan dapat diperoleh melalui media seperti iklan, tv, radio dan lain sebagainya, pengetahuan juga bisa diperoleh melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan pelaku UMKM dapat diartikan sebagai informasi yang dimiliki pelaku UMKM mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, informasi dan yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²¹

¹⁸ Donni Juni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal.130-131

¹⁹ Rini Dwi Astuti, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Ubpress Malang: 2012), hal. 50-53

²⁰ Donni Juni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 132

²¹ Ujang Sumawarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2014),hal.120

Tingkat pengetahuan pelaku UMKM mengenai perbankan syariah tergolong masih rendah, serta terbatasnya pemahaman menyebabkan pelaku UMKM banyak yang memiliki persepsi yang kurang baik mengenai operasional perbankan syariah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Ratnasari, pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Pengetahuan tidak hanya bisa diperoleh dari sekolah maupun lembaga pendidikan akan tetapi juga bisa diperoleh secara eksternal. Pengetahuan eksternal bisa didapat melalui media online, media cetak, media elektronik maupun informasi kerabat/keluarga/tetangga. Seseorang yang tertarik menggunakan suatu produk cenderung mencari informasi mengenai produk yang akan digunakan. Sama halnya dengan produk tabungan atau tertarik menggunakan tabungan bila mengetahui segala informasi tentang produk tersebut.²²

Sebuah kunci untuk menjaga dan mempertahankan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah mempertahankan layanan dan respon serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah. Kualitas pelayanan bank yang nantinya menentukan minat nasabah. Pelayanan merupakan hal terpenting bagi tiap-tiap unsur bisnis ataupun usaha untuk mencapai tujuan utama yaitu

²² Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1, tahun 2018

kepuasan dan kenyamanan konsumen. Pelayanan menjadi salah satu penentu dari perhatian utama dari perusahaan.²³

Semakin bertambahnya kantor jumlah nasabah pada bank syariah dari tahun ke tahun tersebut menandakan bahwa kualitas yang diberikan bank cukup baik. Sehingga pelaku UMKM sangat tertarik dan ingin memilih bank tersebut sesuai dengan yang mereka harapkan. Kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu.²⁴ Menurut Kotler kualitas merupakan “keseluruhan ciri dan juga sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan”.²⁵ Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan suatu bentuk penilaian konsumen atas tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Salah satu kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah yaitu kualitas dalam menjelaskan produk yang ada. Untuk mengukur kualitas layanan Bank Syariah menggunakan 6 atribut antara lain: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *sharia compliance*, dan *tangible*.²⁶

²³ Hessel Nogi, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Grassendo, 2015), hlm. 208

²⁴ Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: PT Indeks, 2018), hlm. 12

²⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2018), hlm. 67

²⁶ Suryani dan Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 258

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan barang atau jasa memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen, jadi konsumen harus diberikan pelayanan dengan baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan sangat erat dengan keputusan pembelian. Apabila perusahaan memberikan pelayanan yang baik maka perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.²⁷

Bukan hanya pelayanan, tingkat pendapatan juga merupakan penentu dalam pengambilan keputusan minat menjadi nasabah bank syariah. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi.²⁸ Tingkat perekonomian yang berbeda beda disetiap individu bilamana nasabah menggunakan konsumsi sekarang tentunya juga menghitung berapa pendapatan yang tersedia untuk dapat disimpan atau di tabung. Biaya hidup satu keluarga belum tentu tidak sama, bagi individu dengan kondisi perekonomian menengah kebawah akan sulit untuk menyimpan sebagian uang yang dimiliki.

²⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2017), hlm. 83

²⁸ John Maynard Keynes, *Teori Umum Mengenai Kesempatan Kerja, Bunga dan Uang*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2019), hlm. 48

Pendapatan setiap individu tidaklah sama karena pekerjaan dan profesi yang berbeda. Pendapatan yang diperoleh setiap individu tidak semua digunakan untuk belanja barang atau jasa, jika semua kebutuhan terpenuhi maka sisa uang dari pendapatan akan ditabung. Pendapatan memiliki pengaruh terhadap perilaku seseorang untuk menjadi nasabah disuatu lembaga perbankan syariah. Ketika pendapatan tinggi akan berpengaruh pada tingginya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah begitu juga sebaliknya, jika pendapatan rendah maka akan mempengaruhi rendahnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Alasan peneliti memilih pengetahuan karena pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang bank syariah mulai dari sistem operasional sampai produknya secara tidak langsung mempengaruhi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Jika pengetahuan masyarakat terutama pelaku UMKM di Desa Tanggung terkait bank syariah rendah maka secara tidak langsung niat masyarakat untuk bergaung menjadi nasabah juga dapat dipastikan rendah juga. Pengetahuan masyarakat dianggap dapat mempengaruhi niat menabung di bank syariah karena pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurbaiti, Supaino, dan Diena Fadhilah.²⁹ Menunjukkan bahwa pengetahuan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

²⁹ Nurbaiti, Supaino, dan Diena Fadhilah, Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah, *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal) Vol. 1 No. 2*. Desember 2020. E-ISSN: 2747-0830. hlm. 35

menjadi nasabah di bank syariah. Semakin banyak pengetahuan masyarakat terutama pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung tentang perbankan syariah dan produknya, maka semakin tinggi juga minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian terdahulu dari Rahma Bellani,³⁰ yang menyatakan bahwa pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Kedua, peneliti memilih pelayanan karena pelayanan bank yang bermutu sangatlah penting. Pelayanan merupakan bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal pelanggan agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka. Melina Agustina Rahayu, Mustika Wodowati, dan Jati Handayani.³¹ Dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Semarang. Dengan kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kunjungan konsumen pada perusahaan dan juga meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Ketika perusahaan memberikan pelayanan

³⁰ Rahma Bellani, “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah, Skripsi, 2019, hlm. 126

³¹ Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati Dan Jati Handayani, “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung”, *Al-Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, Vol. 2, No. 1, Bulan Juni 2021, hlm. 157

yang optimal pada konsumen. Maka keputusan pembelian produk dan kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang dijual tersebut akan timbul dengan sendirinya atau dalam hal ini berdampak terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah secara berkala.

Ketiga, peneliti memilih motivasi karena motivasi masyarakat sebagai salah satu hal yang mempengaruhi menjadi nasabah di bank syariah. Sesuai dengan penelitian terdahulu dengan variabel motivasi yaitu penelitian yang dilakukan oleh Khoirun Nisa'.³² Menurut teori Keynes tidak semua motivasi yang diperoleh masyarakat dibelanjakan untuk barang dan jasa. Tetapi, sebagian akan ditabungkan. Tingginya tingkat tabungan bergantung pada besar kecilnya motivasi yang siap untuk dibelanjakan.³³ Dengan hasil penelitian bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Muh. Riza Pahlevi.³⁴ Dimana motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri. Artinya semakin tinggi tingkat motivasi masyarakat, maka probabilitas masyarakat menabung di perbankan syariah juga semakin tinggi.

³² Rusdarti, Kusmuriyanto, *Ekonomi Fenomena di Sekitar Kita 1*, (Platinum:2018), hlm. 170

³³ Muh. Riza Pahlevi, "*Pengaruh Pendapatan, Tempat, Umur, dan Pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri*", Skripsi IAIN Ponorogo, 2020, hlm. 58

³⁴ *Ibid.*, hlm 59

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengetahuan, pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan UMKM Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung). Hasil penelitian ini dilandasi pada teori-teori yang berkaitan serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dan berkaitan. Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Pengetahuan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung terhadap bank syariah masih minim karena jauh dari akses bank syariah. Sehingga berakibat terhadap rendahnya keputusan UMKM menjadi nasabah bank syariah
2. Pelayanan bank syariah masih lemah jika dibandingkan dengan bank konvensional. Misalnya dalam urusan kredit rumah KPR. Dibandingkan

dengan KPR di bank konvensional, selisih angkanya terpaut jauh lebih mahal dan lebih memberatkan nasabah. Sehingga pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung kurang tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah.

3. Motivasi pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung terhadap bank syariah masih minim karena kurangnya akses bank syariah. Sehingga berakibat terhadap rendahnya keputusan UMKM menjadi nasabah bank syariah
4. Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi yang fluktuatif mendorong keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi belum maksimal. Karena ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk memilih menjadi nasabah di bank syariah.

C. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan masalah yang mungkin muncul dalam penelitian, agar pembahasannya terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yakni mengenai hal-hal yang mempengaruhi keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung untuk memilih menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini berfokus pada pengaruh pengetahuan, pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Dari uraian latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y)?
2. Apakah pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y)?
3. Apakah motivasi (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y)?
4. Adakah pengetahuan (X_1), pelayanan (X_2), dan motivasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y)?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y).

2. Untuk menguji pengaruh Pelayanan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggungnung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y).
3. Untuk menguji pengaruh Motivasi terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggungnung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y).
4. Untuk menguji pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi secara bersama-sama terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggungnung menjadi nasabah di Bank Syariah (Y).

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan keilmuan dan bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggungnung dalam menjadi nasabah di bank syariah seperti Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi. Selain itu juga dapat menjadi suatu sumber pemikiran dalam bidang Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pimpinan Bank Syariah, peneliti berharap hasil Penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi Bank Syariah untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menarik keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung untuk melakukan transaksi di Bank Syariah dan dapat dijadikan sebagai masukan kepada perbankan syariah agar memberikan edukasi terhadap calon nasabahnya.
- b. Bagi Pelaku UMKM, peneliti berharap dapat membantu mengembangkan wawasan serta memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan para pelaku usaha terutama pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah bank syariah. Selain itu bisa dijadikan media pembelajaran dalam memecahkan masalah.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat digunakan sebagai sarana penambah ilmu pengetahuan dan kemampuan serta wawasan tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan para pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung dalam memilih menjadi nasabah di bank syariah serta digunakan sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian yang sejenis.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian adalah mengetahui seberapa luas cakupan pembahasan dan menghindari terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan dalam penelitian ini.

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan, pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah, dengan menggunakan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) yaitu pengetahuan (X_1), pelayanan (X_2), dan motivasi (X_3). Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

2. Keterbatasan Penelitian

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga, biaya, pikiran, dan kemampuan yang dimiliki peneliti, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti memberikan keterbatasan pada:

- 1) Peneliti memilih pelaku UMKM di Desa Tanggung sebagai objek penelitian.
- 2) Penelitian ini menitik beratkan pada keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Mengingat banyaknya

faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah maka peneliti mengambil tiga faktor yang dianggap paling penting yaitu pengetahuan, pelayanan, dan motivasi.

Pada ruang lingkup dan batasan-batasan penelitian ini juga berguna sebagai peralihan kemungkinan-kemungkinan dari pembahasan yang tidak sesuai dengan permasalahan yang ada. Adapun penelitian ini menerangkan tentang variabel dan subjek yang digunakan yaitu:

- 1) Variabel terdiri dari Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi memilih menjadi nasabah di bank syariah. Apakah saling memiliki keterkaitan atau tidak.
- 2) Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung

G. Penegasan Istilah

Definisi operasional digunakan untuk memberikan kejelasan terhadap variabel-variabel yang diteliti sebagai bahan penafsiran terhadap judul penelitian.

a. Definisi Konseptual

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian tentang “Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pelaku UMKM di Desa

Tanggunggunung)”, maka penulis harus memberikan konfirmasi serta penjelasan sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang didapat untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada di dalam pikiran seseorang dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba.³⁵

Pengetahuan merupakan apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu.³⁶ Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa baik untuk diri sendiri maupun makhluk hidup lain dan konsumen adalah orang yang terpenting dalam dunia usaha/bisnis.³⁷

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta

³⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia, 2003), hal.19

³⁶ Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2010), hlm. 85.

³⁷ Pendit dan Tata Sudarta, *Psychology of Service (Sebuah Pengantar dalam Memberikan Pelayanan secara Paripurna)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), hlm. 23.

pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.³⁸

Adapun yang dimaksud dengan pengetahuan konsumen disini adalah pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Tanggunggunung terhadap bank syariah. Pengetahuan tersebut dapat berupa informasi seputar bank seperti halnya logo bank, lokasi kantor, produk dan lain sebagainya.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen.³⁹ Menurut Mahmoedin pelayanan adalah suatu proses untuk mencapai kepuasan konsumen atau pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴⁰ Menurut Danang Sunyoto, pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <http://kbbi.web.id>, diakses pada 09 Maret 2022

⁴⁰ Mahmoedin, "Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Memnciptakan Ke;Puasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora Dan Unit Online-Nya", *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* Vol. 4 No. 2, 2007, hlm. 48

ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.⁴¹

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan diartikan sebagai perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain.⁴² Menurut Kotler Philip dan Keller mendefinisikan pelayanan sebagai aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak terwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat diubah.⁴³ Dengan kata lain, pelayanan atau jasa (*service*) adalah suatu hasil dari kegiatan hubungan timbal balik antara producer dan customer dengan melalui beberapa kegiatan internal, producer dapat memenuhi kebutuhan customer dalam bentuk kepuasan.⁴⁴

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian proses di sini terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bentuk-bentuk layanan ada 3 macam yaitu:⁴⁵

⁴¹ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017), hlm. 45

⁴² Erham Anggawirya dan Audi C, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Indah Surabaya, 2002), hlm. 41

⁴³ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran, Terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid 2*, (Jakarta: Index Kelompo Gramedia, 2004), hlm. 45

⁴⁴ H. Oka A, Yoeti, *Hotel Marketing*, (Jakarta: Perca, 1995), hlm. 23

⁴⁵ H. A. S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 17

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat. Bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan kepada siapapun yang memerlukan.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam melaksanakan tugas. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya.

c. Layanan bentuk perbuatan

Layanan dalam bentuk perbuatan ini memerlukan keahlian dan ketrampilan yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan dan faktor kecepatan dalam pelayanan menjadi dambaan setiap nasabah, disertai dengan kaulitas hasil yang memadai.

3. Motivasi

Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau dirinya sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan tenaga

pendorong atau penarik yang menyebabkan adanya tingkah laku ke arah suatu tujuan tertentu. Motivasi sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak.⁴⁶

4. Keputusan

Keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilakukan konsumen. Dapat juga diartikan dengan suatu tindakan seseorang secara sadar dan atas keinginan sendiri.⁴⁷

Menurut Stanton keputusan untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti kebutuhan akan cukup terpuaskan melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan, baik harga, produk maupun pelayanan yang diterima maka konsumen mungkin tidak akan mengulang kembali keputusannya dengan mempertimbangkan berbagai alternatif produk lainnya.⁴⁸ Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk keputusan adalah tahap proses konsumen menentukan pilihannya untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Sejalan dengan itu Schiffman dan Kanuk mengatakan

⁴⁶ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 150

⁴⁷ Nirwana, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: DIONA, 2004), hal. 16

⁴⁸ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, terj. Yohanes Lamarto (Jakarta: Erlangga, 2000), hal. 247.

bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses seleksi untuk memilih di antara dua atau lebih alternatif pilihan.⁴⁹

Keputusan yang dimasud dalam penelitian ini adalah keputusan pelaku UMKM di Desa Tanggung untuk bergabung menjadi nasabah bank syariah. Tentu keputusan tersebut dipengaruhi baik itu pengetahuan, persepsi, motivasi dan minat pelaku UMKM sehingga pada akhirnya mereka memilih atau tidak memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan untuk mempercayakan transaksi keuangannya.

5. Bank Syariah

Bank syariah merupakan salah satu perangkat dalam ekonomi syariah. Dimana bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW.⁵⁰

b. Definisi Operasional

Berdasarkan definisi konseptual diatas, maka dapat dijelaskan definisi operasional dari penelitian yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Motivasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank

⁴⁹ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 493.

⁵⁰ Rukmana dan Amir Machmud, *BANK SYARIAH*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 9

Syariah adalah pengaruh tiga variabel independen yaitu pengetahuan, pelayanan, dan motivasi terhadap variabel dependen yaitu proses pengambilan keputusan para pelaku UMKM di Desa Tanggungung memilih menjadi nasabah di Bank Syariah.

Dan juga guna untuk mengetahui sejauh mana para pelaku UMKM di Desa Tanggungung dalam menentukan pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah jika didasarkan pada pengetahuan, pelayanan, dan motivasi dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan para pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung menjadi nasabah di Bank Syariah.

H. Sistematika Skripsi

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Dalam rangka mempermudah pemahaman maka dalam pembahasan ini akan disusun secara sistematis sesuai dengan tata urutan dan permasalahan yang ada antara lain:⁵¹

⁵¹ *Pedoman Penyusunan Skripsi FEBI UIN SATU Tulungagung*

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan terkait Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penulisan, Penegasan Istilah, dan Sistematika Skripsi.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini penulis menguraikan terkait teori yang membahas mengenai Pengetahuan, Pelayanan, Motivasi, dan Keputusan menjadi nasabah bank syariah, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini menggambarkan mengenai metode penelitian yang berisi pendekatan dan Jenis penelitian, Populasi, Sampling, dan Sampel penelitian, Sumber data, Variabel dan Skala pengukurannya, Teknik pengumpulan data, Instrumen penelitian, dan Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis serta temuan penelitian. Pada bab ini menunjukkan data tentang pengaruh pengetahuan, pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan

menjadi nasabah di bank syariah (studi kasus pada pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung).

Bab V Hasil Pembahasan

Pada bab ini menguraikan tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data mengenai perkembangan, pengaruh, dan dampak pengaruh secara positif atau negatif mengenai pengetahuan, pelayanan, dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah (studi kasus pada pelaku UMKM di Desa Tanggunggunung).

Bab VI Penutup

Pada bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dan saran atau rekomendasi. Bagian akhir terdiri dari rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.