

Analisis Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Pelaku Umk Tidak Memilih Pembiayaan Di Bank Syariah: Studi Kasus Pasar Tiku, Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam

Putri Enjelika

UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi
Email Penulis: *putrienjelikaa.01@gmail.com*

Amsah Hendri Doni

UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi
Email Penulis: *amsahhendridoni@uinbukittinggi.ac.id*

Yuwarman Mansur

UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi
Email Penulis: *yuwarman@uinbukittinggi.co.id*

Baginda Parsaulian

UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi
Email Penulis: *bagindaparsaulian@uinbukittinggi.co.id*

Abstract

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di Pasar Tiku yang memilih pembiayaan melalui Bank Konvensional dibandingkan Bank Syariah. Kondisi ini diduga disebabkan oleh rendahnya persepsi dan pengetahuan pelaku usaha terhadap prinsip dan produk perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMK dalam tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 33 responden pelaku UMK di Pasar Tiku. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMK dalam tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah. Artinya, semakin rendah persepsi dan pengetahuan pelaku usaha terhadap sistem perbankan syariah, semakin tinggi kecenderungan mereka menggunakan pembiayaan di Bank Konvensional.

Kata kunci: Persepsi, Pengetahuan, Keputusan, UMK, Pembiayaan syariah

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil (UMK) merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu. Usaha mikro memiliki aset maksimal Rp50.000.000 dan omzet tahunan paling banyak Rp300.000.000, sedangkan usaha kecil memiliki aset bersih antara Rp50.000.000 hingga Rp500.000.000 dengan omzet tahunan antara Rp300.000.000 hingga Rp2,5 miliar. UMK berperan penting dalam perekonomian nasional, karena mampu menyerap

tenaga kerja, mengurangi pengangguran, serta berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pemerintah juga mendukung pengembangan UMK melalui berbagai program pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Pembiayaan Ultra Mikro (UMi).

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha adalah individu atau badan usaha yang melakukan kegiatan ekonomi di wilayah hukum Indonesia. Di Pasar Tiku, Kecamatan Tanjung Mutiara, terdapat 33 pelaku UMK yang sebagian besar memperoleh pembiayaan dari Bank Konvensional. Tidak satu pun pelaku UMK di wilayah tersebut memilih pembiayaan dari Bank Syariah. Di Pasar Tiku terdapat berbagai jenis pelaku usaha yang menjalankan usahanya, daftar pelaku usaha di Pasar Tiku dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 1. Pelaku UMK Pasar Tiku

No	Nama Pelaku Usaha	Jenis Usaha	Sumber Permodalan
1	Toko Pakaian Buk Mar	Usaha Mikro	Bank BRI
2	Toko Pakaian Buk Dahlia	Usaha Mikro	Bank BRI
3	Toko Pakaian Buk Pik Sari	Usaha Mikro	Bank BRI
4	Aksesoris Bang Ben	Usaha Mikro	Bank BRI
5	Toko Pakaian Buk Na	Usaha Mikro	Bank BRI
6	Nn Busana	Usaha Mikro	Bank BRI
7	Toko Pakaian Buk Marnis	Usaha Mikro	Bank BRI
8	Toko Pakaian Buk Rat	Usaha Mikro	Bank BRI
9	Toko Pakaian Buk Is	Usaha Mikro	Bank BRI
10	Toko Pakaian Buk Pik	Usaha Mikro	Bank BRI
11	Toko Pakaian Buk Rella	Usaha Mikro	Bank BRI
12	Leni Busana	Usaha Mikro	Bank BRI
13	Kedai Hijab Buk Na	Usaha Mikro	Bank BRI
14	Des Hijab	Usaha Mikro	Bank BRI
15	Toko Sembako Bunga Padi	Usaha Mikro	Bank BRI

16	Kedai Santan Ayub	Usaha Mikro	Bank BRI
17	Kedai Santan Ella	Usaha Mikro	Bank BRI
18	Kedai Santan Riko	Usaha Mikro	Bank BRI
19	Minimarket Bujang	Usaha Kecil	Bank BRI
20	Kedai Buah Buk Ma	Usaha Mikro	Bank BRI
21	Kedai Sate Zul	Usaha Mikro	Bank BRI
22	Toko Sembako Lisa	Usaha Kecil	Bank BRI
23	Kedai Cabe Buk Supik	Usaha Mikro	Bank BRI
24	Kedai Cabe Buk Eva	Usaha Mikro	Bank BRI
25	Kedai Sayur Buk Ani	Usaha Mikro	Bank BRI
26	Kedai Cabe Buk Yun	Usaha Mikro	Bank BRI
27	Kedai Ayam Potong Bapak Ontong	Usaha Mikro	Bank BRI
28	Kedai Buah Buk Nur	Usaha Mikro	Bank BRI
29	Kedai Cabe Bang Met	Usaha Mikro	Bank BRI
30	Toko Sembako Neti	Usaha Mikro	Bank BRI
31	Toko Sembako Bundo Leli	Usaha Kecil	Bank BRI
32	Kedai Sepatu Buk Ani	Usaha Mikro	Bank BRI
33	Toko Sembako Rosmaniar	Usaha Mikro	Bank BRI

Sumber: Observasi awal (wawancara, 2024)

A.

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa seluruh pelaku UMK di Pasar Tiku masih menggunakan pembiayaan dari Bank Konvensional dan belum ada yang memilih pembiayaan dari Bank Syariah.

Fenomena ini menarik untuk dikaji, karena berkaitan dengan teori pengambilan keputusan konsumen. Pelaku UMK di Pasar Tiku lebih cenderung memilih Bank Konvensional dibandingkan Bank Syariah sebagai sumber pembiayaan usaha. Keputusan tersebut diduga dipengaruhi oleh faktor persepsi dan

pengetahuan terhadap prinsip dan produk perbankan syariah.¹ Selain itu, keterbatasan informasi serta jarak lokasi Bank Syariah yang relatif jauh juga menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMK di Pasar Tiku yang tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah bentuk pemecahan masalah yang dilakukan setelah memilih satu dari berbagai alternatif yang dibuat. Sementara itu, pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif yang paling baik dari sekian banyak alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti sebagai pemecahan masalah.²

2. Pengertian Persepsi

Menurut Assael persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi agar mereka memilih pemahaman yang lebih berarti.³

3. Pengertian Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui; kepandaian: atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran).⁴ Pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu dan ini setelah orang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

4. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (1989) menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau layanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi

¹ Riofita, H. (2015). Perilaku organisasi. Pekanbaru: CV Mutiara Pesisir. Robbins, S. P. (1998). Perilaku organisasi. Jakarta: PT Tembaga Baru. Robbins, S.P. (2007). Perilaku organisasi (Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.

² Faisal, S. (2004). Metode penelitian pendidikan. Surabaya: Usaha Nasional.

³ Assael, H. (1998). Consumer Behavior and Marketing Action. Cincinnati: South Western College Publishing.

⁴ Pusat Departemen Pendidikan Nasional. (2001). Kamus besar bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).⁵ Teori ini menekankan bahwa seseorang akan menerima suatu sistem jika mereka merasa sistem tersebut bermanfaat dan mudah digunakan.

Meskipun awalnya dikembangkan dalam konteks adopsi teknologi, konsep TAM juga relevan dalam bidang keuangan, termasuk perbankan syariah. Dalam penelitian ini, TAM digunakan untuk menjelaskan bahwa pelaku UMK akan memilih menggunakan pembiayaan syariah apabila mereka memiliki persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan produk perbankan syariah. Sebaliknya, persepsi negatif dan pengetahuan yang rendah dapat menurunkan niat mereka untuk beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah

5. Kajian Teoretis dan Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung hubungan antara persepsi, pengetahuan, dan keputusan dalam konteks perbankan syariah. Penelitian oleh Rahmawati (2021) menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap keunggulan produk Bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan tersebut⁶. Sementara itu, penelitian oleh Sari (2024) menemukan bahwa pengetahuan nasabah tentang prinsip syariah menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembiayaan.⁷ Temuan serupa juga dikemukakan oleh Biesriani et al. (2020), yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman terhadap sistem syariah menjadi penyebab utama rendahnya penggunaan pembiayaan syariah oleh pelaku UMK.⁸

Dengan demikian, teori TAM bersama konsep persepsi dan pengetahuan menjadi dasar teoretis dalam menganalisis keputusan pelaku UMK di Pasar Tiku yang tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah.

⁵ Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

⁶ Rahmawati, A., & Hamdan, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Warugunung Surabaya). In *International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics* (Vol. 2, No. 1, pp. 377-397).

⁷ Sari, M. D. (2023). Perilaku konsumen. Jawa Timur:Uwais Inspirasi Indonesia.

⁸ Biesriani, B., Arsa, A., & Habibah, A. (2025). Peran Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Bagi Usaha Mikro Di Muaro Bungo (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Muaro Bungo). *MARGIN: Journal of Islamic Banking*, 5(1), 140-159.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya berbentuk angka dan diolah secara statistik untuk menguji hipotesis.⁹ Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMK dalam tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah.

1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMK di Pasar Tiku, Kecamatan Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam. Berdasarkan data lapangan, terdapat 33 pelaku UMK yang aktif menjalankan usaha di wilayah tersebut. Oleh karena jumlah populasi relatif kecil dan masih terjangkau, maka seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (metode sensus). Dengan demikian, jumlah sampel sebanyak 33 responden dianggap representatif, karena mencakup seluruh pelaku UMK yang menjadi objek penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu:

- a. Observasi, dilakukan dengan meninjau langsung kondisi pasar untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas usaha dan sumber pembiayaan yang digunakan oleh pelaku UMK.
- b. Wawancara, dilakukan secara terstruktur kepada beberapa pelaku UMK untuk memperdalam pemahaman tentang alasan mereka memilih atau tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah.
- c. Kuesioner, digunakan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai persepsi, pengetahuan, dan keputusan pelaku UMK. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum disebarkan, kuesioner diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk memastikan setiap butir pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

⁹ Sahir, S. H. (2021). Metode penelitian. Yogyakarta:KBM Indonesia.

4. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMK. Selain itu, dilakukan uji korelasi, uji koefisien determinasi (R^2), uji t untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen, dan uji F untuk menguji pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

D. Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Hasil Penelitian

a. Gambaran Umum Objek Penelitian Profil Pasar Tiku

Pasar Tiku merupakan salah satu pasar serikat yang terletak di Nagari Tiku Selatan, Kecamatan Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam. Sebelum adanya pasar ini pasar sebelumnya bernama Pasar Usang berdiri sekitar abad ke-19. Terbentuknya pasar ini, karena Tiku adalah sebuah Bandar yang telah aktif dalam perdagangan sejak masa lalu, terutama pada abad ke-17 ketika terjadi dominasi ekonomi oleh Kerajaan Aceh. Selain faktor ini menyebabkan Tiku menjadi tempat pertemuan bagi para pedagang baik yang berasal dari daerah pedalaman maupun yang berasal dari arah Bandar di sekitarnya, seperti Sibolga dan Barus. Semula Pasar Tiku terletak di tepi jalan perlintasan jalan raya Padang Pariaman-Lubuk Basung-Pasaman.

Masyarakat berjualan kecil-kecilan ditepi jalan, contohnya berjualan kelapa, beras, minyak masak dan membuat pondok-pondok kecil untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Seiring perkembangan zaman lokasi pasar ini semakin sempit sebab adanya pelebaran jalan kemudian dipindahkan ke Pasar Tiku saat ini. Pasar Tiku ini didirikan oleh 3 Nagari yang tersebar di Kecamatan Tanjung Mutiara, yaitu: Nagari Tiku Selatan, Nagari Tiku Utara dan Nagari Tiku V Jorong.

b. Struktur Kepengurusan Pasar Tiku

Dalam manajemen pasar yang baru ini diisi oleh orang-orang muda yang dinilai cukup berkompeten menurut beberapa kalangan, ketua pengurus langsung di ketuai Oleh Ismardi S.P beliau adalah Wali Nagari Tiku selatan tempat Berdirinya Pasar serikat Tiku inisekaligus sebagai penanggung jawab pasar ,tokoh muda Nagari tiku selatan yang baru saja terpilih sebagai Wali Nagari Tiku Selatan untuk periode 2021-2027, selanjutnya untuk pengelolaan Operasional pasar dikepalai oleh Nanang sarfinal, S.P, beliau juga tokoh muda di Nagari Tiku Selatan yang saat ini berkiprah sebagai ketua Bamus Nagari Tiku selatan sekaligus juga seorang Wiraswasta yang

sukses dibidang Perdagangan sehingga beberapa pihak menilai untuk jabatan ini sangat mampu diemban oleh yang bersangkutan dan ketua pengawas Dipercayakan Muhammad Taufik, SE, tokoh sekaligus ketua Bamus Di Nagari Tiku Utara, seorang sarjana Ekonomi, pelaku Usaha sekaligus berkecimpung dibidangpengawasan Usaha koperasi di kabupaten Agam.

c. Pengolahan Data

1) Uji Validitas

Uji Validitas Persepsi (X_1)

Pernyataan	Pearson Correlation	Rtabel ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
X1	0,560	0,344	Valid
X2	0,530	0,344	Valid
X3	0,519	0,344	Valid
X4	0,822	0,344	Valid
X5	0,522	0,344	Valid
X6	0,722	0,344	Valid

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan dari variabel persepsi sudah valid. Hasil ini dapat dilihat dari nilai Person Corelation yang lebih besar dari pada Rtabel yaitu 0,344 yangberarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel persepsi sudah valid.

Uji Validitas Pengetahuan (X_2)

Pernyataan	Person Correlation	Rtabel ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
X1	0,375	0,344	Valid
X2	0,369	0,344	Valid
X3	0,387	0,344	Valid
X4	0,424	0,344	Valid
X5	0,629	0,344	Valid

X6	0,435	0,344	Valid
X7	0,401	0,344	Valid
X8	0,432	0,344	Valid
X9	0,586	0,344	Valid
X10	0,447	0,344	Valid

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel Pengetahuan sudah valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai Person Corelation yang lebih besar dari pada Rtabel yaitu 0,344 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel pengetahuan sudah valid.

Uji Validitas Keputusan (Y)

Pernyataan	Person Correlation	Rtabel ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
Y1	0,739	0,344	Valid
Y2	0,550	0,344	Valid
Y3	0,534	0,344	Valid
Y4	0,538	0,344	Valid
Y5	0,515	0,344	Valid
Y6	0,565	0,344	Valid
Y7	0,776	0,344	Valid
Y8	0,760	0,344	Valid
Y9	0,552	0,344	Valid

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua pernyataan dari variabel keputusan sudah valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai Person Corelation yang lebih besar dari pada Rtabel yaitu 0,344 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel keputusan sudah valid.

2) Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Koefisien	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi	6 item pernyataan	0,739	Reliabel
Pengetahuan	10 item pernyataan	0,689	Reliabel
Keputusan	9 item pernyataan	0,741	Reliabel

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Menurut pendapat Guilford & Spearman Brown, instrumen dikatakan reliabel apabila nilai cronbach's alpha > nilai batas (0,60). Dari data diatas dapat dikatakan bahwa nilai cronbach's alpha > nilai batas yaitu (X₁) 0,739 > 0,60, (X₂) 0,689 > 0,60 Dan (Y) 0,741 > 0,60 yang menunjukkan bahwa variabel persepsi (X₁), pengetahuan (X₂) dan keputusan (Y) reliabel.

3) Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-sampel Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.16930338
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.067
Test Statistic		.200
Asymp. Sig. (2-tailed)		.895
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan tabel di atas uji normalitas one- Sample KolmogoravSminov Test pada tabel menunjukkan nilai probabilitas atau Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200.

Oleh karena itu, nilai probabilitas lebih dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$ maka data penelitian terdistribusi dengan normal.

4) Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.392	.154	.097	5.339	1.840
a. Predictors: (Constant), Persepsi, Pengetahuan					
b. Dependent Variable: Keputusan					

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui nilai DW adalah sebesar 1.840. Kemudian untuk mencari nilai DL dan DU bisa menggunakan table durbin Watson pada signifikan $\alpha=5\%$. Dengan rumus $(k:N)$ dengan k variabel bebas=2 dan N (sample) =33. Maka dapat diperoleh nilai DU=1.508, nilai DL=1.383, dan nilai $4-DU=2.492$.

- Jika $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, maka hipotesis ditolak, yg mana terdapat autokorelasi.
- Jika $DU < DW < 4-DU$ maka hipotesis nol diterima, yg berarti tidak terdapat autokorelasi.
- Jika $DL \leq DW \leq DU$ atau $4-DU \leq DW \leq 4-DL$ maka uji durbin Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Dapat disimpulkan, tidak ada autokorelasi bila nilai $DU < DW < 4-DU$ ($1.508 < 1.840 < 2.492$) berarti hipotesis nol diterima yg berarti tidak terdapat autokorelasi.

5) Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.490	0.468		11.728
	Persepsi	1.840	0.074	0.833	24.770
	Pengetahuan	1.173	0.090	0.437	12.981
a. Dependent Variable: Keputusan					

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan table 3 diatas maka model regresi linear Berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 5.490 + 1.840X_1 + 1.173X_2$$

Interperensi dari persamaan regresi linear berganda adalah:

- a) $a = 5.490$ menyatakan bahwa, apabila variabel keputusan dianggap konstan maka besarnya persepsi dan pengetahuan pada pelaku usahamikro kecil di Pasar Tiku sebesar 5.490.
- b) Koefisien regresi Persepsi sebesar 1.840, koefisien regresi positif sebesar 1.840 artinya, setiap kenaikan variabel persepsi (X_1) sebagai satu satuan maka variable Keputusan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1.840 atau 18,40%.
- c) Koefisien regresi pengetahuan sebesar 1.173, koefisien regresi positif sebesar 1.173 artinya, setiap kenaikan variabel pengetahuan (X_2) sebagai satu satuan maka variable keputusan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1.173 atau 11,73%.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda diatas dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat, dengan kata lain dapat dijelaskan apabila tingkat Persepsi dan pengetahuan meningkat maka keputusan juga akan meningkat.

6) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.392	.154	.097	5.339
a. Predictors: (Constant), Persepsi, Pengetahuan				

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisiensi determinasi yang ditunjukkan dengan R Square yaitu sebesar .154 Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu persepsi, dan pengetahuan memberikan pengaruh sekitar 15,4% Terhadap Keputusan Pelaku UMK Pasar Tiku

tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah. Sedangkan sisanya sebesar 84,6% variabel keputusan (Y) di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini seperti kondisi ekonomi, gaya hidup, motivasi, kepribadian, budaya dan lainnya.

7) Uji Parsial (Uji T)

Hasil Uji T

Coefficients			
Model		T	Sig
1	(Constant)	11.728	.001
	Persepsi	24.770	.001
	Pengetahuan	12.981	.001
a. Dependent Variable: Keputusan			

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Pengaruh persepsi para pelaku UMKM pada pengambilan keputusan di dapatkan Nilai sig Persepsi yaitu 0,01 dan Thitung Persepsi yaitu 24.770, sedangkan Ttabel sebesar 1,697 (Thitung 24.770 > Ttabel 1,697 dan sig 0,01 < 0,05 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa H1 diterima.

Selain daripada pengaruh persepsi, terdapat pengaruh pengetahuan dalam pengambilan keputusan dalam memilih sumber pembiayaan di dapatkan nilai sig pengetahuan yaitu 0.01 dan Thitung Pengetahuan 12.981 (Thitung 12.981 > Ttabel 1,697 dan sig 0,01 < 0,05) berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa H1 diterima. Artinya Persepsi dan Pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan Pelaku UMK di Pasar Tiku tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah.

8) Uji F

Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	378.441	2	189.221	432.684	.001 ^b
Residual	13.120	30	0.437		
Total	391.561	32			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN					
b. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN, PERSEPSI					

Sumber: Olahan Data IBM SPSS V2023

Berdasarkan table diatas dapat ketahui nilai dari uji f yang telah dilakukan peneliti bawah pengaruh Persepsi dan pengetahuan terhadap Keputusan pelaku UMK di Pasar Tiku di dapatkan nilai sig 0.01 Fhitungnya 432.684, sedangkan Ftabel sebesar 3.316 (Fhitung 432.684 > Ftabel 3.316 dan sig 0,01 pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan Pelaku UMK di Pasar Tiku.

2. Pembahasan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian langsung di Pasar Tiku, Kecamatan Tanjung mutiara, Kabupaten Agam dengan melakukan observasi, wawancara hingga melakukan kuisioner terhadap para pelaku UMK sebanyak 33 orang responden tentang analisis pengaruh persepsi dan pengetahuan dalam memilih sumber pendanaan untuk menunjang usaha para pelaku UMK.

a. Pengaruh Persepsi (X_1) Terhadap Keputusan (Y)

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMK dalam tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah. Nilai t hitung sebesar 24,770 lebih besar dari t tabel (1,697) dengan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Artinya, semakin negatif persepsi pelaku UMK terhadap Bank Syariah, semakin kecil kemungkinan mereka memilih pembiayaan syariah.

Secara faktual, pelaku UMK di Pasar Tiku memandang proses pembiayaan Bank Syariah cukup rumit dan kurang menguntungkan dibandingkan Bank Konvensional. Mereka menganggap sistem bagi hasil tidak jauh berbeda dengan bunga pada Bank Konvensional. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan individu. Ketika Bank Syariah dianggap tidak memberikan manfaat yang jelas atau dirasa sulit diakses, maka persepsi negatif akan menghambat adopsi.

Penelitian ini konsisten dengan temuan Wandira et al. (2025) yang menunjukkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah (t hitung 5,166 > t tabel 1,662).¹⁰

¹⁰ Wandira, A., Doni, A. H., Mansur, Y., Parsaulian, B. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Nagari Sungai Limau Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 8(9), 1-10.

b. Pengaruh Pengetahuan (X_2) Terhadap Keputusan (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMK dengan nilai t hitung $12,981 > 1,697$ dan signifikansi $0,01 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya pengetahuan pelaku UMK tentang sistem, produk, dan prinsip pembiayaan syariah menjadi faktor utama mereka tidak memilih Bank Syariah.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar responden belum memahami konsep bagi hasil, akad, serta perbedaan mendasar antara pembiayaan syariah dan konvensional. Minimnya literasi keuangan syariah membuat mereka lebih nyaman dengan sistem konvensional yang sudah dikenal. Menurut teori perilaku konsumen dan TAM, tingkat pengetahuan yang rendah menyebabkan rendahnya persepsi manfaat dan kemudahan, sehingga menghambat keputusan untuk beralih ke sistem baru.

Temuan ini mendukung penelitian Aisyah & Arif (2023) yang menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KUR Syariah di BSI (t hitung $9,740 > 1,675$).¹¹

c. Pengaruh Persepsi (X_1) dan Pengetahuan (X_2) Terhadap (Y)

Hasil uji simultan (F) menunjukkan nilai F hitung sebesar $432,684 > 3,316$ dengan signifikansi $0,01 < 0,05$, yang berarti bahwa persepsi dan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMK dalam memilih sumber pembiayaan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,154 mengindikasikan bahwa kedua variabel ini menjelaskan 15,4% variasi keputusan pelaku UMK, sementara 84,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kondisi ekonomi, motivasi, pengalaman, dan akses terhadap lembaga keuangan.

Secara empiris, hasil ini menunjukkan masih adanya kesenjangan antara pemahaman konsep keuangan syariah dan implementasinya di masyarakat. Rendahnya literasi dan kuatnya persepsi negatif terhadap sistem syariah menjadi hambatan utama dalam peningkatan partisipasi pelaku usaha terhadap layanan Bank Syariah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Akbar et al. (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat menjadi penghambat

¹¹ Aisyah, S., & Arif, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1980-1991.

utama adopsi pembiayaan syariah di kalangan UMK.¹² Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi keuangan syariah dan pendekatan sosialisasi yang lebih efektif agar persepsi dan pengetahuan masyarakat dapat berubah ke arah positif.

E. Penutup

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMK dalam tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah. Artinya, semakin negatif persepsi pelaku usaha terhadap sistem dan produk perbankan syariah, semakin kecil kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut.
2. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMK dalam tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah. Rendahnya pemahaman mengenai prinsip, akad, dan manfaat pembiayaan syariah menyebabkan pelaku usaha lebih memilih Bank Konvensional yang dianggap lebih mudah dan familiar.
3. Persepsi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMK. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman dan persepsi positif terhadap bank syariah dapat mendorong partisipasi pelaku usaha dalam sistem keuangan syariah.

¹² Akbar, F. M. A., Rosidta, A., & Lazuardi, A. (2024). Pengembangan Model Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 29-38.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Arif, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1980-1991.
- Akbar, F. M. A., Rosidta, A., & Lazuardi, A. (2024). Pengembangan Model Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 29-38.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati: South Western College Publishing.
- Biesriani, B., Arsa, A., & Habibah, A. (2025). PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KEWIRAUSAHAAN BAGI USAHA MIKRO DI MUARO BUNGO (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Muaro Bungo). *MARGIN: Journal of Islamic Banking*, 5(1), 140-159.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Faisal, S. (2004). *Metode penelitian pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Pusat Departemen Pendidikan Nasional. (2001). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahmawati, A., & Hamdan, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Warugunung Surabaya). In *International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics* (Vol. 2, No. 1, pp. 377-397).
- Riofita, H. (2015). *Perilaku organisasi*. Pekanbaru: CV Mutiara Pesisir.
- Robbins, S. P. (1998). *Perilaku organisasi*. Jakarta: PT Tembaga Baru.
- Robbins, S.P. (2007). *Perilaku organisasi (Buku 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sahir, S. H. (2021). *Metode penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku konsumen*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wandira, A., Doni, A. H., Mansur, Y., Parsaulian, B. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Nagari Sungai Limau Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 8(9), 1-10.