



**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP  
MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN  
BANK SYARIAH  
(Studi pada Pelaku UMKM di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)**

**Muhammad Widinur Caronge<sup>1</sup>, Nuraeni Gani<sup>2</sup>, Supriadi<sup>3</sup>**

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar

Email: [widicaronge@gmail.com](mailto:widicaronge@gmail.com)<sup>1</sup>, [hjnuraeni.gani@gmail.com](mailto:hjnuraeni.gani@gmail.com)<sup>2</sup>, [supriadi.hamid@uin-alauddin.ac.id](mailto:supriadi.hamid@uin-alauddin.ac.id)<sup>3</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan, persepsi, dan sikap secara simultan terhadap minat menggunakan pembiayaan di Bank Syariah bagi pelaku UMKM di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Untuk mengetahui tingkat minat pelaku UMKM tersebut, maka digunakan metode Uji Regresi, Uji t dan Uji Hipotesa. Berdasarkan Hasil uji regresi linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Oleh karena itu, nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  dapat diartikan bahwa pengetahuan (X1), persepsi (X2) dan sikap (X3) berpengaruh terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Nilai Sig.  $< 0,05$  dapat diartikan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil *Analysis Paired Samples Test* (Uji t) yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai variabel pengetahuan (X1) Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai Persepsi (X2) Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,004 < 0,05$  memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Sementara itu, untuk nilai variabel Sikap (X3) Sig. (2-tailed)  $> 0,05$  yaitu  $0,958 > 0,05$ , tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis yang ada dalam penelitian ini untuk H0 ditolak dan H1 serta H2 diterima dengan arti ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan persepsi UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah. Sedangkan untuk H3 ditolak dan H0 diterima dengan arti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara sikap UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah.

**Kata kunci:**

Pengetahuan; Persepsi; Sikap; Minat; Bank Syariah

**Abstract**

*This study aims to determine the influence of knowledge, perception, and attitude simultaneously on the interest in using financing at Islamic banks for MSMEs in Rappocini District, Makassar City. To determine the level of interest of MSMEs, the Regression Test, t-Test and Hypothesis Test methods are used. Based on the results of the simple linear regression test using the SPSS application, it is known that the significance value (Sig.) is 0.000. Therefore, the value of Sig.  $0.000 < 0.05$  can be interpreted that knowledge (X1), perception (X2) and attitude (X3) influence the interest in using financing at Islamic banks (Y). The value of Sig.  $< 0.05$  can be interpreted that the variable X has a significant effect on the variable Y. Based on the results of the Analysis Paired Samples Test (t-Test) that has been carried out, it is known that the value of the knowledge variable (X1) Sig. (2-tailed)  $< 0.05$  is*

$0.000 < 0.05$  and the value of Perception (X2) Sig. (2-tailed)  $< 0.05$ , namely  $0.004 < 0.05$ , has a significant influence on the variable of interest in using financing at Islamic banks (Y). Meanwhile, for the value of the Attitude variable (X3) Sig. (2-tailed)  $> 0.05$ , namely  $0.958 > 0.05$ , it does not have a significant influence on the variable of interest in using financing at Islamic banks (Y). Based on this, it can be interpreted that the hypothesis in this study for  $H_0$  is rejected and  $H_1$  and  $H_2$  are accepted, meaning there is a significant influence between knowledge and perception of MSMEs on the interest in using financing at Islamic banks. Meanwhile,  $H_3$  is rejected and  $H_0$  is accepted, meaning there is no significant influence between the attitude of MSMEs on the interest in using financing at Islamic banks.

**Keywords:**

*Knowledge; Perception; Attitude; Interest; Sharia Bank*

## **PENDAHULUAN**

Bank Syariah adalah salah satu bank yang mendukung program pemerintah, dengan mempermudah kegiatan pengajuan pembiayaan kepada para pelaku UMKM. Bank Syariah berkembang cukup baik di Indonesia, yang terdiri dari Bank Unit Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank syariah pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyedia jasa keuangan lainnya. Perbedaannya adalah seluruh kegiatan usaha bank syariah, UUS maupun BPRS didasarkan pada prinsip syariah. Bank syariah di Kota Makassar berkembang cukup baik namun belum mampu untuk melewati bank konvensional dalam hal percepatan pertumbuhan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR).

Minat pelaku UMKM di kota Makassar untuk melakukan pembiayaan serta menggunakan jasa produk yang telah ditawarkan bank syariah persentasenya lebih kecil dibandingkan pembiayaan yang dilakukan di bank konvensional. Mereka memutuskan lebih memilih bank konvensional sebagai mitranya, dengan alasan bank konvensional lebih menjanjikan dan lebih terpercaya. Ini dibuktikan dengan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 132.469 pelaku UMKM di Kota Makassar 95% masih menggunakan bank konvensional sebagai patner pembiayaan keuangan (Nisa, 2022).

## **LANDASAN TEORI**

### **Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi, 2015). Jadi perilaku konsumen adalah sikap seorang konsumen yang dapat menunjang untuk melakukan sebuah pembelian. Kemudian intensi pembelian konsumen dipengaruhi oleh *brand image* pada sebuah perusahaan yang dapat berdampak terhadap kelayakan nasabah (Samsul, dkk, 2022). Perilaku konsumen berkaitan erat dengan suatu proses keputusan pembelian, seperti aktivitas konsumen dalam melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (Firmansyah, 2018).

Menurut (Nugroho, 2019), indikator perilaku konsumen yaitu terdiri dari sebelum membeli, saat membeli, dan saat mengkonsumsi. Sementara menurut (Solomon, 2009), indikator perilaku konsumen yaitu merek produk, pengetahuan tentang produk, perasaan seseorang

terhadap produk, dan kenyamanan berbelanja membandingkan harga suatu produk.

### **Pengetahuan**

Masyarakat dapat mengenal produk-produk bank syariah diantaranya, karena pengetahuan dan informasi yang diperoleh sehingga mempengaruhi masyarakat untuk tertarik atau tidak tertarik terhadap produk perbankan syariah. Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan. Pendapat (Dewi dkk., 2017), menggambarkan bahwa pengetahuan sebagai informasi yang disimpan seseorang di dalam memori otaknya, sebagian informasi tersebut berfungsi bagi konsumen untuk mengenali pasar, dan hal tersebut disebut sebagai pengetahuan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki oleh masyarakat terkait dengan produk dan jasa yang telah disimpan dalam ingatan.

### **Persepsi**

Persepsi merupakan hal yang sangat penting bagi manusia, karena dari persepsi ini akan muncul sebuah minat. Seseorang yang memiliki persepsi akan mencari informasi tentang objek, peristiwa, orang, dan faktor yang mempengaruhinya, sehingga melalui persepsi manusia akan menerima informasi yang dapat membangkitkan sebuah minat. Persepsi adalah suatu proses penginderaan yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka (Dudih, 2019).

Jadi dapat dipahami bahwa, persepsi adalah proses pengenalan seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya sehingga menimbulkan suatu informasi dan pengetahuan sehingga membentuk suatu pandangan atau persepsi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi pelaku UMKM berarti suatu pandangan, kesan ataupun penilaian daripada pelaku UMKM yang mendorong minat mereka untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.

### **Sikap**

Menurut Muhibbin Syah (2010), sikap adalah kecenderungan yang menetap untuk bereaksi dengan cara baik atau buruk terhadap orang lain atau situasi yang dihadapi, tetapi disusun dan dibentuk melalui pengalaman serta memberikan pengaruh langsung kepada respon seseorang. Sikap juga diartikan sebagai reaksi dari suatu perangsang atau situasi yang dihadapi individu. atau salah satu aspek psikologis individu yang sangat penting, karena sikap merupakan kecenderungan untuk berperilaku sehingga banyak mewarnai perilaku seseorang. Sikap setiap orang bervariasi, baik kualitas maupun jenisnya sehingga perilaku individu menjadi bervariasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, sikap merupakan kecenderungan seseorang atau kelompok untuk bertindak dan bertingkah laku. Dan setiap individu atau kelompok memperlihatkan tingkah laku yang berbeda dalam situasi yang sama, atau kesiapan merespon yang sifatnya positif (suka) atau negatif (tidak suka) terhadap suatu objek atau situasi secara konsisten.

### **Minat**

Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu terhadap suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) arti kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah adalah satu perangkat

mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, simpati, prasangka, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat juga diartikan sebagai faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut (Yuniarti dkk., 2015).

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disebut UMKM. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Definisi UMKM menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.

**Tabel 1: Data Jumlah UMKM di Kota Makassar Tahun 2022**

No	Kecamatan	Jumlah (Unit)
1	Wajo	160
2	Ujung Tanah	207
3	Ujung Pandang	415
4	Tamalate	668
5	Tamalanrea	150
6	Tallo	429
7	Rappocini	551
8	Panakkukang	355
9	Mariso	242
10	Manggala	1,199
11	Mamajang	305
12	Makassar	256
13	Kepulauan Sangkarrang	86
14	Bontoala	139
15	Bringkanaya	225
<b>JUMLAH</b>		<b>5, 387</b>

Sumber: Data Penelitian 2024

### **Bank Syariah**

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan syariah, bank syariah merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2015). Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadist (Ismail, 2013).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada Bab 1 Pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Irham, 2015). Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah pihak bank (Andrianto dan Firmansyah, 2019).

**Tabel 2: Daftar Nama-Nama Bank Syariah di Kecamatan Rappocini Makassar**

No	Nama Bank	Alamat
1	BPR Syariah Niaga Madani	Jl. Letjen Hertasing No. 18
2	Bank Mandiri Syariah-KK Makassar	Jl. Boulevard No. 52
3	PT. Bank Syariah Mandir Kantor Kas UNISMUH	Jl. Sultan Alauddin, Universitas Muhammadiyah Makassar
4	Bank Syariah BUKOPIN	Jl. Sultan Alauddin No 259
5	Bank Syariah Indonesia KCP Makassar	Jl. Boulevard, Kav. Edelweys No.2
6	Bank Syariah Indonesia KC Makassar	Jl. AP. Pettarani No. 70
7	BNI Syariah Pettarani	Jl. AP. Pettarani No.102
8	PT. BPR Sayariah INDOTIMUR	Jl. Malengkeri Luar No 17
9	Bank Muammalat	Jl. AP. Pettarani No. 10 D

Sumber: Data survey peneliti 2024

Bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil, maka kondisi besar kecilnya bagi hasil tergantung pada besar kecilnya jual-beli yang dilakukan. Artinya semakin tinggi transaksi keuntungan yang diperoleh dari jual-beli yang dilakukan maka semakin besar bagi hasil yang diperoleh, dan begitu pula sebaliknya.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode

survey dipilih untuk mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan dan sikap terhadap minat UMKM dalam menggunakan pembiayaan pada bank syariah. Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM sebanyak 85 unit usaha yang berada di Kecamatan Rappocini Makassar. Teknik pengolahan dan analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji t dan uji hipotesa dengan bantuan program SPSS versi 22.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

### **Uji Validitas**

Hasil uji validitas terhadap butir (item) angket pertanyaan yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22 diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed)

$< 0,05$ . Hasil pengujian validitas untuk butir (item) soal angket (kuisisioner) pertanyaan variabel Pengetahuan (X1), Persepsi (X2), Sikap (X3) dan Minat Menggunakan Pembiayaan di Bank Syariah (Y) semua nilai Sig. (2-tailed) yang diperoleh dibawah ambang batas 0,05 atau dapat dinyatakan bahwa nilai Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Selain nilai sig. (2-tailed)  $< 0,05$  juga diketahui bahwa semua nilai yang diperoleh positif. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir (item) soal angket (kuisisioner) pertanyaan valid. Penentuan nilai validitas dari hasil pengujian item atau butir soal angket (kuisisioner) dapat dilakukan dengan mengacu pada dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabilai nilai Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  dan Pearson Correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
2. Apabilai nilai Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  dan Pearson Correlation bernilai negatif, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Apabilai nilai Sig. (2-tailed)  $> 0,05$ , maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid

### **Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas terhadap butir (item) angket pertanyaan yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Hasil pengujian reliabilitas untuk butir (item) soal angket (kuisisioner) pertanyaan variabel pengetahuan (X1) yakni  $0,832 > 0,60$ ; variabel persepsi (X2) yakni  $0,865 > 0,60$ ; variabel sikap (X3) yakni  $0,835 > 0,60$  dan variabel minat menggunakan pembiayaan di bank Syariah (Y) yakni  $0,838 > 0,60$ . Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua item atau butir pertanyaan angket untuk semua variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel atau konsisten. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan untuk semua butir atau item pertanyaan yang ada dalam angket (kuisisioner) penelitian. Untuk menentukan reliabel atau tidak item atau butir soal dari angket (kuisisioner) pertanyaan dapat dilakukan dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan (Sujarweni, 2014) sebagai berikut:

1. Apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka butir (item) soal dalam angket (kuisisioner) dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Apabila nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$  maka butir (item) soal dalam angket (kuisisioner) dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

### **Uji Regresi Linier Sederhana**

Hasil uji regresi linear sederhana terhadap variabel dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3: Hasil Analisis Regresi**

	<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	1004,113	3	334,704	32,496	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1153,576	112	10,300		
	Total	2157,690	115			

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, 2024

Hasil uji regresi linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Oleh karena itu, nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  dapat diartikan bahwa pengetahuan (X1), persepsi (X2) dan sikap (X3) berpengaruh terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Nilai Sig.  $< 0,05$  dapat diartikan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

### Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dengan dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4: Hasil Uji T**

<b>No.</b>	<b>Varibel</b>	<b>N</b>	<b>Sig. (2-tailed)</b>
1	Pengetahuan (X1)	115	0.000
2	Persepsi (X2)	115	0,004
3	Sikap (X3)	115	0,958

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, 2024

Hasil uji hipotesis terhadap variabel dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) untuk variabel X1  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ); variabel X2  $< 0,05$  ( $0,004 < 0,05$ ) dan variabel X3  $> 0,05$  ( $0,958 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel X yang diujikan terhadap variabel Y diketahui bahwa variabel X1 dan X2 yakni pengetahuan dan persepsi terdapat pengaruh terhadap variabel Y (minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah). Sementara itu, untuk variabel X3 atau sikap tidak terdapat pengaruh terhadap variabel Y (minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah).

Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis yang ada dalam penelitian ini untuk H0 ditolak dan H1 serta H2 diterima dengan arti ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan persepsi UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah. Sedangkan untuk H3 ditolak dan H0 diterima dengan arti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara sikap UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah.

### Uji T

Hasil pengujian signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini dengan menggunakan Uji T (*Paired Samples Test*) dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5: Hasil Uji T**

No.	Varibel	N	Mean	Std. Mean	Sig. (2-tailed)
1	Pengetahuan (X1) - Minat Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah (Y)	115	-3,81	0,515	0,000
2	Persepsi (X2) - Minat Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah (Y)	115	1,224	0,415	0,004
3	Sikap (X3) - Minat Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah (Y)	115	-0,017	0,327	0,958

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, 2024

Hasil pengujian signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22 (*Analysis Paired Samples Test*) diketahui bahwa variabel X1 (Pengetahuan) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Minat Menggunakan Pembiayaan pada Bank Syariah). Hal ini dapat dilihat dari nilai Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Untuk variabel X2 (Persepsi) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Minat Menggunakan Pembiayaan pada Bank Syariah). Hal ini dapat dilihat dari nilai Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,004 < 0,05$ . Kemudian untuk variabel X3 (Sikap) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Minat Menggunakan Pembiayaan pada Bank Syariah). Hal ini dapat dilihat dari nilai Sig. (2-tailed)  $> 0,05$  yaitu  $0,958 > 0,05$ . Berdasarkan hasil *Analysis Paired Samples Test* yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel pengetahuan (X1) dan Persepsi (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Sementara itu, untuk variabel Sikap (X3) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y).

Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis yang ada dalam penelitian ini untuk H0 ditolak dan H1 serta H2 diterima dengan arti ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan persepsi UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah. Sedangkan untuk H3 ditolak dan H0 diterima dengan arti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara sikap UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil Uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai variabel pengetahuan (X1) Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai Persepsi (X2) Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  yaitu  $0,004 < 0,05$  memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Sementara itu, untuk nilai variabel Sikap (X3) Sig. (2-tailed)  $> 0,05$  yaitu  $0,958 > 0,05$ , tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan pembiayaan pada bank Syariah (Y). Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis yang ada dalam penelitian ini untuk H0 ditolak dan H1 diterima dengan arti ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan persepsi UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan pada Bank Syariah, sedangkan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan pembiayaan pada Bank Syariah, dalam uji secara bersama variabel bebas pengetahuan dan persepsi.

## **REFERENSI**

- Andrianto, dan Amamh Firmansyah. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Dewi T dan Lucky N. (2017). *Persepsi Pengusaha UMKM Terhadap Peran Bank Syariah*.  
Jurnal Sikap. Vol. 3, No. 1, 49-62.
- Dudih Sutrisman. (2019). *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*.  
Bogor: Guepedia.
- Firmansyah Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta:  
CV Budi Utama.
- Irham Fahmi. (2015). *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*. Jakarta:  
Mitra Wacana Media.
- Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhibbin Syah. (2010). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nugroho J.Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia group.
- Samsul, Dina Fikriyah dan Hafsah Umar. (2022). *Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction between Bank Muamalat and Bank Syariah Indonesia*.  
Addpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences. Vol. 1, No. 1, 244-249.
- Setiadi, J. Nugroho. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yuniarti dkk., dalam Imran dkk. (2017). *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. Journal of Business Administration Vol. 1 (2), Halaman: 209-218.