

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PEMASARAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN
PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK WAKAF MIKRO
MAWARIDUSSALAM**

SKRIPSI

Oleh:

Anggraini Octavia

NIM 0503162150

**Program Studi
PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2020

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PEMASARAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN
PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK WAKAF MIKRO
MAWARIDUSSALAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

Anggraini Octavia

NIM 0503162150

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggraini Octavia
NIM : 0503162150
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 25 Oktober 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Taqwa No. 10 D Medan Sunggal

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul " **PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PEMASARAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK WAKAF MIKRO MAWARIDUSSALAM** " benar karya asli saya, kecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 30 September 2020

Yang membuat pernyataan

A green revenue stamp (Meterai Tempel) with a value of 6000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the number 46C0CAHF479068385. A handwritten signature is written over the stamp.

AAnggraini Octavia

Nim. 0503162150

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PEMASARAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN
PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK WAKAF MIKRO
MAWARIDUSSALAM**

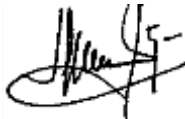
Oleh:

**Anggraini Octavia
NIM 0503162150**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 23 Juli 2020

Pembimbing I



Dr. Sri Sudiarti, MA
NIDN. 2012115903


Pembimbing II



Imsar, M. Si
NIDN. 2003038701

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



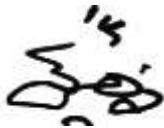
Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIDN. 2018087601

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PEMASARAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK WAKAF MIKRO MAWARIDUSSALAM**” an. Anggraini Octavia, NIM 0503162150, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 30 Juli 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 22 September 2020
Panitia Sidang Munaqasyah
Program Studi Perbankan Syariah UIN-SU

Ketua,



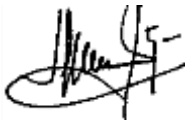
Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIDN. 2018087601

Sekretaris



Tuti Anggraini, MA
NIDN. 2031057701

Anggota



1. Dr. Sri Sudiarti, MA
NIDN. 2012115903



2. Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701



3. Dr. Muhammad Yafiz, MA
NIDN. 2023047602



4. Kusmilawaty, M. Ak
NIDN. 2014068001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU

Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

Anggraini Octavia, 2020. Skripsi berjudul, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Di bawah bimbingan, Pembimbing Skripsi I oleh Ibu DR. Sri Sudiarti, MA dan Pembimbing Skripsi II oleh Bapak Imsar, M. Si.

Dalam hal ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi penelitian yang di gunakan adalah seluruh nasabah pembiayaan mikro yang ada di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam dengan total nasabah 94 orang. Dengan sampel data yang diambil secara keseluruhan yaitu 94 orang. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuisisioner kepada seluruh nasabah pembiayaan mikro Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis linier berganda yang diolah melalui bantuan Software IBM SPSS statistics version 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Sedangkan pemasaran secara parsial berpengaruh sebesar 7,874 dengan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 terhadap pengambilan keputusan. Secara simultan literasi keuangan syariah dan pemasaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan sebesar 104,996 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan dari hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran berpengaruh sebesar 0,691 terhadap pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 69,1% pengambilan keputusan dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah dan pemasaran. Sedangkan sisanya 30,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran, Pengambilan Keputusan.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PEMASARAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN MIKRO DI BANK WAKAF MIKRO MAWARIDUSSALAM.”** adalah dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jurusan Perbankan Syariah.

Terselesainya skripsi ini tentu tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah mendorong dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama terimakasih teruntuk untuk kedua orangtua penulis ayahanda **Alm. Bustamar Tanjung** dan ibunda **Juniarti** tercinta, yang memberikan cinta dan kasih sayangnya tiada ternilai, dan tidak ada bosan-bosannya selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil dan doanya selama ini. Serta **Alm. Robby Sukma Wijaya, Sari Kartika, Santi Maharani, Vira Agustina** selaku abang, kakak dan adik penulis, atas doa, kasih sayang dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Begitu pun penulis ucapkan terimakasih kepada **Rahmat Fauzi Lubis** selaku orang yang selalu kebersamai untuk support dalam segala hal baik skripsi ataupun yang lain.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis tidak bekerja sendirinya dan dalam penulisan ini juga dibantu, dibimbing dan didukung oleh banyak pihak dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada yang telah membantu penulis selama penulisan skripsi hingga penyelesaian skripsi ini diantaranya:

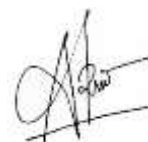
1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr.H. Muhammad Yafiz, M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Nurlaila Harahap. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Zuhrial M.Nawawi, M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Ibu Tuti Anggraini, M.A selaku Seketaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Sri Sudiarti, M.A sebagai Pembimbing Skripsi I dan Bapak Imsar, M. Si. sebagai Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman keluarga besar Perbankan Syariah C 2016 yang telah membantu dan memberikan dukungan, doa, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
8. Kepada teman-teman keluarga besar KSEI UIE yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, doa, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
9. Kepada teman-teman keluarga besar Generasi Baru Indonesia (GenBI) yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, doa, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
10. Kepada teman-teman keluarga besar Daarut Tauhid Peduli yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, doa, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
11. Tim KEPUL dan MONZA yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis.

12. Kepada teman magang di Kantor OJK Regional V Sumbagut, teman se-perorganisasian, teman lomba dan teman tempat bercerita segala hal seputar seperkuliahan Nurul Mailiza Rangkuti, Ridho Fikri Almi, M. Riski Sulaiman Siregar yang memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
13. Kepada sahabat tercinta Wak Geng, Nurul Mailiza Rangkuti dan Ade Alvianita Damanik yang memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
14. Kepada sahabat Aselole, Bebi Aisyah Alridha Pane, Gita Anggraini, Mahliza Afrida Zainuddin, Diah Sari Ramadani Harahap, Anita, Elly Mahdyana Ritonga, Winda Kartika Lyanda, Damai Yanti yang memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis selama proses skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih banyak penulis ucapkan untuk semangat dan ilmu yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak atas bantuan dan amal baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai. Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 23 Juli 2020
Penulis,



Anggraini Octavia
NIM. 05.03.16.21.50

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teoritis	13
1. Pengambilan Keputusan.....	13
a. Pengertian Keputusan	13
b. Proses Pengambilan Keputusan	13
2. Pembiayaan	14
a. Definisi Pembiayaan	15
b. Pembiayaan Qardh	16
c. Dasar Hukum Qardh	16
d. Rukun dan Syarat Qardh	18
e. Aturan Pembiayaan Qardh.....	18

3.	Pondok Pesantren.....	20
a.	Pengertian Pondok Pesantren.....	21
b.	Pondok Pesantren dan Ekonomi Umat	21
4.	Literasi Keuangan	21
a.	Visi Misi Strategi Nasional Literasi Keuangan.....	23
b.	Prinsip Pembangunan Literasi Keuangan Syariah....	24
c.	Manfaat Pembangunan Literasi Keuangan Syariah..	26
5.	Manajemen Pemasaran	28
a.	Pengertian Pemasaran	28
b.	Strategi Pemasaran.....	29
6.	Bank dan Lembaga Keuangan	34
a.	Lembaga Keuangan Mikro.....	35
7.	Bank Wakaf Mikro	38
B.	Kajian Terdahulu	44
C.	Kerangka Konseptual.....	47
D.	Hipotesis	48
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis Penelitian.....	50
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	50
C.	Populasi dan Sampel	50
D.	Definisi Operasional	51
E.	Jenis dan Sumber Data.....	53
F.	Teknik Pengumpulan Data	54
G.	Analisis Data	55
BAB IV	TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Temuan Penelitian	61
1.	Gambaran Umum BWM Mawaridussalam.....	61
a.	Sejarah BWM Mawaridussalam	61
b.	Gambaran Lokasi BWM Mawaridussalam	62
c.	Visi, Misi dan Tujuan BWM Mawaridussalam	62
d.	Struktur Organisasi BWM Mawaridussalam	65

2. Deskripsi Data Penelitian.....	66
3. Uji Persyaratan Analisis.....	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Reliabilitas	70
4. Uji Asumsi Klasik.....	71
a. Uji Normalitas	71
b. Uji Autokorelasi	73
c. Uji Multikolonieritas	73
d. Uji Heterokedastisitas	74
5. Uji Regresi Linier Berganda	76
6. Uji Hipotesis	77
a. Uji Parsial (t)	77
b. Uji Simultan (F)	78
c. Uji Determinasi (R Square)	79
B. Pembahasan Penelitian	80
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran-saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Penelitian terdahulu yang relevan	45
2. Definisi operasional variabel	52
3. Uji karakteristik responden berdasarkan usia	66
4. Uji karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	67
5. Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah	68
6. Hasil Uji Validitas Pemasaran	69
7. Hasil Uji Validitas Pengambilan Keputusan	69
8. Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan Syariah	70
9. Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran	70
10. Hasil Uji Reliabilitas Pengambilan Keputusan	71
11. Hasil Uji Normalitas	72
12. Hasil Uji Autokorelasi	73
13. Hasil Uji Multikolonieritas	74
14. Hasil Uji Heterokedastisitas	75
15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	76
17. Hasil Uji Parsial (t)	77
18. Hasil Uji Simultan (F)	79
16. Hasil Uji Determinasi (R Square)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Skema Pembiayaan Qardh	20
2. Model Bisnis Bank Wakaf Mikro Syariah	40
3. Proses bisnis LKM Syariah BWM Mawaridussalam.....	43
4. Kerangka Konseptual.....	48
5. Hasil Uji Normalitas P-P lot	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mengacu pada hasil sensus 2010 jumlah penduduk di Indonesia sebesar 237 juta jiwa, dari jumlah itu 87,2% adalah penduduk beragama Islam, jumlah yang fantastis namun jika melihat data terbaru Berita Resmi dari BPS menyatakan bahwa pada bulan Maret 2017, jumlah penduduk miskin (penduduk dengan pengeluaran per kapita perbulan di bawah Garis Kemiskinan) di Indonesia mencapai 27,77 juta orang (10,64 persen).¹ Dari perbandingan kedua data ini dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk miskin itu juga mayoritas umat Islam.

Cara penanggulangan kemiskinan adalah memberdayakan usaha-usaha produktif yang dapat dikelola langsung oleh keluarga miskin. Tentu selama proses berdayanya keluarga miskin tersebut harus ada pendampingan yang intens penuh perhatian dan keistiqomahan dari lembaga-lembaga di masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi untuk mengangkat derajat ekonomi umat khususnya keluarga miskin tersebut.

Usaha yang dilakukan dalam rangka mendorong fungsi dari lembaga keuangan sebagai institusi yang mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan, pencapaian stabilitas sistem keuangan, serta melawan praktik rentenir di tengah-tengah masyarakat maka OJK membuat suatu inovasi melalui *pilot project* yang bernama “Bank Wakaf Mikro” yang berdiri di lingkungan pondok pesantren.

Konsep Hernando De Soto dalam mengatasi kemiskinan itu dengan meningkatkan akses orang miskin dalam memperbaiki kehidupannya, diantaranya akses informasi, pendidikan dan akses modal usaha. Program pemberdayaan dari pesantren dapat memfasilitasi kebutuhan akses-akses tersebut melalui Lembaga Keuangan Mikro berpola Syariah (LKM Syariah

¹ <https://www.bps.go.id>

Bank Wakaf Mikro) yang dimiliki oleh Pesantren. Hal ini dikarenakan dalam konsepsi LKM Syariah Bank Wakaf Mikro menurut UU LKM dapat memberikan akses modal dengan akad-akad syariah bagi nasabahnya yaitu keluarga miskin, dan juga pendampingan/konsultasi usaha dari LKM Syariah Bank Wakaf Mikro terhadap keluarga miskin yang di damping.

Pesantren adalah lembaga yang sangat potensial di masyarakat menjadi lembaga pemberdayaan selain menjadi lembaga pendidikan umat Islam. Keterlibatan lembaga pesantren secara aktif dalam pemberdayaan masyarakat, merupakan wujud dari komitmen pesantren terhadap masyarakat sekitar dalam peningkatan masyarakat baik secara individu maupun secara kelompok. Hal ini dimaksudkan untuk mencapai tingkat sumber daya yang optimum, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan mutu masyarakat yang bertumpu pada kemandirian. Dari semua hal tersebut menunjukkan bahwa kehadiran pesantren betul-betul memberikan “berkah” terhadap masyarakat sekitar.

Menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan, Bank Wakaf Mikro hanya menyalurkan pembiayaan (*financing*) kepada nasabahnya dan tidak melakukan kegiatan pengumpulan dana (*funding*). Bank Wakaf Mikro memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang membutuhkan dana.

Berdasarkan hal ini, pihak-pihak yang membutuhkan dana tersebut merupakan masyarakat disekitar pondok pesantren yang mengajukan pembiayaan kepada Bank Wakaf Mikro. Bank Wakaf Mikro memberikan fasilitas pembiayaan kepada masyarakat yang berada di sekitar lingkungan pondok pesantren untuk skala usaha mikro dengan akad *qardh* dan *ju'alah*. Dimana, dana dari akad *ju'alah* tersebut digunakan untuk pengeluaran ketika halmi dilakukan, seperti mengundang ustad, dll. Adapun besaran akad *ju'alah* yang telah ditetapkan sebesar Rp 500,-/org/minggu.

Keberadaan Bank Wakaf Mikro (BWM) mulai terasa. Dimana dengan uang pinjaman minimal satu juta rupiah per nasabah, kehadiran BWM semakin ditunggu pengusaha kecil. Memperpanjang napas bisnis mereka. Jerat rentenir yang mencekik pengusaha dengan bunga tinggi mulai bisa dikurangi. Berganti

dengan pinjaman yang hanya dibayar Rp 20 ribu per minggu. Total lebih kurang 52 minggu uang itu harus dikembalikan. Nama BWM memang menjadi perhatian sejak akhir tahun lalu. Berawal saat Presiden Joko Widodo (Jokowi) meresmikan BWM KHAS Kempek di Cirebon, kemudian, BWM Al Fithrah Wawa Mandiri diresmikan di Surabaya. Dan dilanjutkan, Jokowi kembali meresmikan BWM di Pesantren An Nawawi Tanara di Serang, Banten. Gencar. Bank Wakaf Mikro merupakan lembaga baru keluaran pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Statusnya sama sekali berbeda dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) atau Badan Wakaf yang sudah ada. BWM merupakan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) yang dikelola oleh masyarakat. Dananya berasal dari donatur yang disalurkan oleh lembaga amil zakat (LAZ).

Menurut data per Juni 2020 OJK telah memberikan izin usaha kepada 56 Bank Wakaf Mikro yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Mereka menyalurkan pembiayaan mikro dengan kisaran antara Rp1 juta sampai dengan Rp 3 juta, dan tidak lebih dari itu. Program tersebut hasilnya mulai terlihat, sejak meluncur Oktober 2017, BWM sudah menyalurkan pembiayaan kumulatif sebanyak Rp 45,19 miliar hingga 08 Juli 2020. Dengan jumlah nasabah yang tadinya ratusan kini berjumlah 32,68 ribu nasabah, dengan jumlah KUMPI 4,15 ribu.²

Untuk wilayah Sumatera Utara sendiri BWM baru diresmikan pada Oktober 2018 di jalan Peringan, Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara yang diberi nama BWM Mawaridussalam. Dan ini peluncuran BWM pertama di Sumatera Utara. Diketahui per bulan Juli nasabah yang ada di Bank Wakaf Mikro berjumlah 94 orang dengan latar belakang usaha yang berbeda-beda. Dengan total jumlah pembiayaan kumulatif yang telah disalurkan sebesar Rp 284,88 juta, jumlah nasabah kumulatif 230 dan jumlah KUMPI 27, data per 08 Juli 2020.³

² LKMS Bank Wakaf Mikro, <http://www.lkmsbwm.id/>. Diakses tanggal 08 Juli 2020.

³ *Ibid*

Berdasarkan hal ini, posisi lembaga keuangan dalam pengembangan sektor usaha mikro menjadi penting dengan memegang peran bagi tersedianya akses sumber-sumber pembiayaan kepada pelaku usaha mikro dalam bentuk permodalan. Namun, realitas yang terjadi saat ini yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro adalah sulitnya mereka dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan tersebut.

OJK menyatakan, tingkat inklusi keuangan syariah Indonesia masih memiliki banyak ruang untuk tumbuh. Pasalnya, jika dibandingkan dengan tingkat inklusi keuangan secara Nasional, bisa dikatakan keuangan syariah cukup tertinggal. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dari sisi market share, lembaga keuangan syariah hanya mencapai market share sebesar 9,03 persen per April 2020. Tahun ini, OJK menargetkan 100 Bank Wakaf Mikro dapat terbentuk.⁴ Artinya, pertumbuhan BWM berjalan lebih lambat dibandingkan dengan jumlah nasabah dan total pembiayaan yang disalurkan.⁵

BWM menjadi pilar perekonomian Indonesia merupakan harapan yang dimiliki oleh OJK dan MUI. Adanya bank wakaf mikro di Indonesia dapat menjadi roda penggerak ekonomi negara, dengan mayoritas warganya yang muslim bukan tidak mungkin angan-angan ini dapat terwujud adanya. Rendahnya pangsa pasar itu sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan masyarakat dan juga cara pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan lembaga keuangan syariah yang belum maksimal.

Literasi keuangan adalah cara berfikir seseorang tentang kondisi keuangan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan untuk mengelola keuangan menjadi lebih baik lagi. Namun sekali lagi tingkat kesadaran dan pengetahuan masyarakat sendiri juga mempengaruhi ini semua.

⁴<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20190513195613-29-72210/2-tahun-berdiri-pembiayaan-bank-wakaf-mikro-capai-rp-845-m>

⁵ Rakhmindyanto dan Syaifullah, *Keuangan Inklusif dan Pengentasan Kemiskinan*, dalam www.kemenkeu.com

Rendahnya pengetahuan masyarakat juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Dilansir dari data yang dimiliki Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) pada Juli 2019, jumlah anak usia 7-12 tahun di Indonesia yang tidak bersekolah berada di angka 1.228.792 anak. Untuk kategori usia 13-15 tahun di 34 provinsi, jumlahnya 936.674 anak. Sementara usia 16-18 tahun, ada 2.420.866 anak yang tidak bersekolah. Sehingga secara keseluruhan, jumlah anak Indonesia yang tidak bersekolah mencapai 4.586.332.

Menurut sejumlah penelitian yang telah dilakukan terhitung dari 2004-2010 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada masyarakat sangat rendah. Sebagian besar masyarakat dunia terutama masyarakat miskin tidak memiliki akses untuk layanan keuangan. Di Indonesia sendiri menurut bank dunia hanya terdapat 52% dari masyarakat yang menggunakan layanan keuangan formal, 31% penduduk mengakses keuangan informal, 17% penduduk yang tidak mengakses layanan keuangan dan selain itu sebanyak 18% masyarakat menyimpan uang pada sektor informal semisal arisan, kelompok dana bergulir ataupun investasi, 50% nasabah menyimpan uangnya di sektor keuangan formal bank, sementara 32% masyarakat masih cenderung belum memiliki tabungan. Dalam sektor pinjaman sebanyak 33% masyarakat melakukan pinjaman kepada sektor informal semisal kepada keluarga, teman, majikan, tetangga ataupun rentenir. Dibandingkan dengan peminjaman pada sektor formal yang hanya 17%. Hal menyedihkan lainnya 50% dari masyarakat Indonesia di indikasikan masih buta atau tidak mengerti tentang jasa dan produk keuangan baik informal maupun formal.⁶

Berdasarkan tingkat pengetahuan yang rendah sudah semestinya BWM harus bekerja lebih giat untuk menanamkan mainset masyarakat tentang BWM yang halal sesuai syariah. Kebanyakan masyarakat masih bingung dengan nama yang di embel-embeli dengan bahasa arab seperti yang ada di bank wakaf mikro. Sehingga penyebaran yang di lakukan tidak bisa merata.

⁶ Rakhmindyanto dan Syaifullah, *Keuangan Inklusif dan Pengentasan Kemiskinan*, dalam www.kemenkeu.com

Sudah seharusnya para pelaku ekonomi yang ada di Indonesia lebih tepatnya dari pihak BWM lebih giat dalam melakukan pemasaran karena dalam pemasaran yang baik secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat pengetahuan dari masyarakat. Karena dengan rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah, maka pemahaman tingkat literasi keuangan syariah dan juga pemasaran yang baik dan tepat adalah suatu gerakan yang seharusnya di lakukan oleh para penggerak ekonomi untuk menunjang perkembangan bank syariah di Indonesia.

Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di wilayah pondok pesantren Mawaridussalam dipengaruhi oleh banyak faktor. Pertama, tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah masih sangat rendah. Istilah-istilah Arab yang mewarnai nama produk keuangan syariah menjadi alasan mengapa tingkat pemahaman masyarakat demikian rendah, belum lagi sistem, konsep dan mekanisme masing-masing akad dan produk yang berbeda dengan sistem yang sudah mereka ketahui pada umumnya. Kedua, masih belum ada suatu gerakan besar terutama dari Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam untuk mempromosikan dan menyuarakan tentang keuangan syariah secara simultan, terencana dan berkesinambungan. Ketiga, masih kurangnya pakar keuangan syari'ah untuk mengedukasi keuangan syariah. Keempat, kurangnya peran dari tokoh agama, seperti ulama, ustad, dan da'i untuk menyuarakan tentang keuangan syariah. Selama ini yang berjuang untuk menyuarakan keuangan islam masih sebatas dari para akademisi dan (DSN) Dewan Syariah Nasional yang memiliki pengetahuan lebih. Kelima, para akademisi di berbagai perguruan tinggi, termasuk perguruan tinggi Islam belum memainkan peran yang optimal dalam sosialisasi dan edukasi ekonomi syariah. Keenam, keberadaan ormas islam masih kurang untuk menyuarakan tentang keuangan syariah sehingga bantuan untuk menyuarakan gerakan tersebut masih sangat rendah.⁷

⁷ Agustianto, *'Membangun Literasi Keuangan Syariah'*, bag I dalam <http://www.agustiantocentre.com/?p=1668>,

Adapun permasalahan yang terjadi mengenai pengetahuan literasi keuangan syariah masyarakat sekitar pondok pesantren untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembiayaan mikro yaitu BWM Mawaridussalam menganggap BWM adalah sampingan dari pekerjaan pokok mereka dipondok pesantren. Jadi, BWM buka mulai pukul 14.00 wib – 18.00 wib. Dari sini terlihat pemasaran yang dilakukan Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam tidak maksimal, sehingga total nasabah yang pernah melakukan pembiayaan mikro per Juni 2020 sebanyak 94 orang. Dibandingkan dengan Bank Wakaf Mikro yang berada didaerah Jawa menjadikan Bank Wakaf Mikro sebagai pokok bukan sampingan yang sudah memiliki nasabah sebanyak 700 orang. Peraturan tentang jangkauan diperbolehkannya nasabah melakukan pembiayaan mikro hanya 5 km dari pondok pesantren, dan bisa naik 1 Desa dan paling tinggi 1 kecamatan. Harusnya ini juga menjadi tantangan untuk Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam untuk memberikan gaya baru dalam memasarkan atau pun mengenalkan Bank Wakaf Mikro sehingga pengetahuan literasi keuangan masyarakat semakin terbuka. Apalagi dari segi persaingan, banyaknya lembaga-lembaga keuangan yang hampir menyamai, seharusnya Bank Wakaf Mikro harus lebih gencar dalam melakukan sosialisasi atau pemasaran.

Demikian halnya dengan pemasaran merupakan suatu hal yang penting untuk bisa atau tidaknya suatu perusahaan bisa bertahan, termasuk juga di dunia bank. Literasi keuangan syariah dan juga pemasaran sangat mempengaruhi perkembangan Bank Wakaf Mikro, dimana literasi keuangan syariah dan pemasaran mempengaruhi bagaimana perilaku konsumen untuk memutuskan apakah dia akan menjadi nasabah bank syariah atau tidak.

Semakin fahamnya konsumen tentang literasi keuangan dan tercapainya pemasaran yang baik sehingga para kosumen akan mengetahui macam macam produk keuangan syariah sehingga tidak ada lagi kebingungan yang di ciptakan oleh para konsumen melalui bahasa asing yang tidak mereka ketahui. Salah satu jenis produk di Bank Wakaf Mikro adalah pembiayaan, seharusnya produk ini adalah produk yang sangat potensial di mana tidak adanya riba. Di Islam sendiri

riba juga dilarang sehingga sangat menguntungkan bagi para nasabah.⁸ Dengan semakin fahamnya nasabah mereka tidak akan melakukan pinjaman lagi di tempat yang informal yang dapat merugikan mereka sewaktu waktu. Larangan riba tersebut sebenarnya sudah jelas di terangkan dalam Al Quran surat Ali - Imron ayat 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.⁹

Sesuai dengan semua penjelasan yang telah di tulis sebelumnya. Seharusnya masyarakat memiliki tingkat pemahaman literasi keuangan syariah yang cukup serta mereka mendapatkan pelayanan pemasaran yang di berikan dengan baik. Jika mereka sudah mendapatkan itu semua, mereka dapat menaikkan tingkat mutu hidup mereka. Dikarenakan dapat mengambil keputusan dengan baik untuk masa depan mereka. Hal tersebut membuat penulis menjadi penasaran dan ingin melakukan penelitian kepada para nasabah yang ada di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya memiliki hasil yang berbeda, sehingga terjadi research gap mengenai literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah pembiayaan mikro. Research gap tersebut juga menjadi salah satu alasan untuk menelaah kembali hal-hal yang mempengaruhi literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah pembiayaan mikro.

Menurut hasil penilitian yang dilakukan oleh Rahmawati Deylla Handida dan Maimun Sholeh bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

⁸ Amir Taufiq, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada,2005), hal 113

⁹ Kemenag, Al – Qur'an Terjemah Kementerian Agama RI

masyarakat muslim menggunakan produk Perbankan Syariah di DIY baik secara parsial maupun simultan.¹⁰ Sedangkan menurut penelitian dari Agus Yulianto menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh negatif terhadap keputusan pembiayaan dan keputusan investasi di lembaga keuangan syariah.¹¹ Sementara menurut hasil penelitian dari Yulis Marlinda bahwa pemasaran berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat nasabah dan penggunaan produk warung mikro. Pemasaran juga berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap penggunaan produk warung mikro, melalui pengaruhnya terhadap minat nasabah.¹²

Penelitian ini berdasarkan logika bahwa dengan semakin berkembangnya zaman dan ilmu pengetahuan bukan tidak mungkin juga akan mempengaruhi bagaimana para nasabah di bank akan melakukan transaksi, dan salah satunya adalah melakukan pembiayaan terutama pembiayaan mikro yang notabennya sangat sering dilakukan oleh para nasabah. Kemampuan para nasabah untuk memahami tingkat literasi keuangan serta pemasaran yang baik akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan pengambilan keputusan dalam melakukan pembiayaan mikro. Atas dasar itu penulis ingin membuat suatu penelitian tentang **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro Di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam ”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, penulis mengidentifikasi permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini, yaitu:

¹⁰ Rahmawati Deylla Handida dan Maimun Sholeh, *“Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”*, (Jurnal, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018)

¹¹ Agus Yulianto, *“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah”*, (Jurnal, Universitas Islam Indonesia, 2018)

¹² Yulis Marlinda, *“Pengaruh Pemasaran terhadap Penggunaan Produk Warung Mikro dengan Minat Nasabah sebagai Variabel Moderating”*, (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2019)

1. Sumber permodalan bagi pelaku usaha kecil masih sulit untuk didapatkan.
2. Berkembangnya Lembaga Keuangan Mikro Syariah saat ini belum diimbangi dengan peningkatan keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro.
3. Masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap literasi keuangan syariah.
4. Masih kurangnya gerakan dari Bank Wakaf Mikro untuk mempromosikan dan menyuarakan tentang keuangan syariah.

C. Batasan Masalah

Adapun masalah yang harus dibatasi dari beberapa masalah yang sudah diidentifikasi pada latar belakang masalah, yaitu :

1. Berkembangnya Lembaga Keuangan Mikro Syariah saat ini belum diimbangi dengan peningkatan keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro.
2. Masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap literasi keuangan syariah.
3. Masih kurangnya gerakan dari Bank Wakaf Mikro untuk mempromosikan dan menyuarakan tentang keuangan syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh secara parsial antara literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam ?
2. Adakah pengaruh secara parsial antara pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam ?
3. Adakah pengaruh secara simultan antara literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam

F. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk memperkaya keilmuan ekonomi islam yang berkaitan dengan analisis perilaku konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pandangan dan sumber referensi untuk memperkaya ilmu pengetahuan sehingga akan mempermudah peneliti selanjutnya untuk meneliti terkait dengan pengaruh literasi keuangan dan pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi lebih kepada Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam khususnya bagian manajemen pemasaran mengenai pengaruh literasi keuangan dan pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam sehingga dapat menjadi sumbangan yang positif terkait menejemen pemasaran di lihat dari analisis perilaku konsumen untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Literasi keuangan juga mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan

keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Keputusan adalah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.¹

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa pilihan yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli, kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan. Berbagai macam keputusan mengenai aktivitas kehidupan sering kali harus dilakukan konsumen pada setiap hari. Konsumen melakukan keputusan setiap hari atau setiap periode tanpa menyadari bahwa mereka telah mengambil keputusan.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Secara umum tahapan dalam proses pengambilan keputusan ada tiga, diantaranya:

1) Pengenalan Masalah

Proses pengenalan dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan

¹ Ghozali Maski, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malaka”, *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol 4, No 1, Mei 2010, hal 15-16

oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen. Motivasi konsumen perlu ditingkatkan sehingga pembeli potensial memberikan pertimbangan yang serius.

2) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Melalui pengumpulan informasi, konsumen tersebut mempelajari merek-merek yang bersaing beserta fitur merek tersebut. Perusahaan juga harus mengidentifikasi merek-merek lain dalam perangkat pilihan konsumen, sehingga ia dapat merencanakan daya tarik bersaing yang tepat.

3) Evaluasi Alternatif

Konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

2. Pembiayaan

Dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, Lembaga Keuangan Mikro merupakan lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, dimana pemberian pembiayaan merupakan salah satu bentuk dari kegiatan yang dilakukan oleh LKM.²

² Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro

Pembiayaan dalam lingkup perbankan di Indonesia dapat dibedakan menjadi pembiayaan yang berbasis konvensional dan pembiayaan syariah. Pembiayaan konvensional berbasis kepada imbalan dalam bentuk bunga, sementara pembiayaan syariah berbasis pada nilai-nilai syariah dengan melarang adanya unsur *riba*, *gharar*, dan *maisyir*.³

Dalam lingkup pembiayaan yang berbasis pada nilai-nilai syariah, menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pembiayaan terbagi atas transaksi sebagai berikut :

- a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
- b) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
- c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*.
- d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan
- e) transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.

a. Definisi Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Pembiayaan juga dapat diartikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

³ Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: YKPN.2005)

b. Pembiayaan Qardh

Menurut Ascarya kata *qardh* yang dalam bentuk bahasa arab yang memiliki arti pinjaman atas sebuah transaksi pinjaman diadopsi oleh bangsa Romawi sebagai menjadi *crade* dan bangsa Inggris sebagai istilah *credit* (Inggris). Sebagaimana yang telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pembiayaan *qardh* merupakan transaksi pembiayaan syariah atas dasar pinjam meminjam.⁴

Pembiayaan *qardh* merupakan transaksi pinjaman murni tanpa bunga ketika peminjam mendapatkan uang tunai dari pemilik dana (dalam hal ini bank) dan hanya wajib mengembalikan pokok utang pada waktu tertentu di masa yang akan datang. Dalam kaidah fiqh, pemberi pinjaman tidak perkenankan mengambil keuntungan sedikitpun atas pinjaman yang diberikan kepada peminjam.⁵

c. Dasar Hukum Qardh

a) Dasar Hukum Qardh Al-Qur'an

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفُهُ لَهُ وَأُضْعَافًا
كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya : “Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik (menafkahkan harta di jalan Allah), maka Allah akan melipatgandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak” (Q.S Al-Baqarah : 245).⁶

⁴ Undang – undang No. 21 Tahun 2008 tentang Pembiayaan Qard

⁵ Riswandi, D. *Pembiayaan Qardul Hasan Di Bank Syariah Mandiri* (Kota Mataram. *Istinbath*,2015) hal 243-266.

⁶ Kemenag, Al-Qur'an Terjemah Kementerian Agama RI

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ
وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya : “Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, maka Allah akan melipat-gandakan (balasan) pinjaman itu untuknya, dan dia akan memperoleh pahala yang banyak” (QS. Al-Hadiid : 11).⁷

Melalui firman diatas, Allah menyampaikan kepada manusia untuk melakukan amal salih dan memberi *infaq fi sabilillah* melalui harta yang dipinjamkan. Sebagai balasan kepada orang yang melakukannya maka Allah akan memberikan pembayaran yang berlipat ganda dengan pembayaran hutang dan pemberian pahala yang banyak.

Dalam firman Allah yang lain, apabila dalam transaksi pinjam-meminjam pihak peminjam belum dapat melaksanakan kewajibannya untuk mengembalikan pinjaman, maka Allah menyerukan untuk memberi kelapangan untuk dapat memberikan tambahan waktu hingga pinjaman yang telah dipinjamkan tersebut dapat dikembali oleh peminjam kepada pihak yang meminjamkan.

b) Hadist

Dari Hadist Riwayat Bukhari berkata : “Orang yang terbaik di antara kamu adalah orang yang paling baik dalam pembayaran utangnya” (HR. Bukhari).

Dari Hadist Riwayat Muslim berkata : “Orang yang melepaskan seorang muslim dari kesulitannya di dunia, Allah akan melepaskan kesulitannya di hari kiamat; dan Allah

⁷ Kemenag, Al-Qur'an Terjemah Kementerian Agama RI

senantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudaranya” (HR. Muslim).

Pinjaman *qardh* merupakan pinjaman yang digunakan untuk membantu sesama muslim yang sedang membutuhkan pinjaman. Apabila seorang peminjam telah mampu untuk membayarkan hutangnya maka harus segera dibayarkan. Kepada pihak yang meminjamkan dananya merupakan bentuk sikap menolong kepada sesama.

d. Rukun dan Syarat Qardh

Adapun rukun dari *qardh* adalah sebagai berikut :

- 1) Adanya pihak yang meminjamkan pinjaman (*muqtaridh*).
- 2) Adanya pihak yang memberi pinjaman (*muqridh*).
- 3) Adanya pinjaman sebagai objek akad yaitu pinjaman yang dipinjamkan oleh pemilik kepada pihak yang menerima pinjaman (*dana/qardh*).
- 4) Adanya ijab qabul (*sighah*) yaitu adanya perkataan yang diucapkan oleh pihak yang menerima pinjaman dari orang yang memberi barang pinjaman atau ucapan yang mengandung adanya izin yang menunjukkan kebolehan untuk mengambil manfaat dari pihak yang menerima pinjaman.

e. Aturan Pembiayaan Qardh

Menurut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) melalui Fatwa No.19/DSN-MUI/IX/2000 tentang *Qardh* sebagai acuan bagi lembaga keuangan syariah adalah sebagai berikut :

- a) Ketentuan Umum :
 1. Sumber dana *qardh* dapat berasal dari modal lembaga keuangan syariah, keuntungan yang disisihkan oleh lembaga keuangan syariah, serta adanya lembaga lain

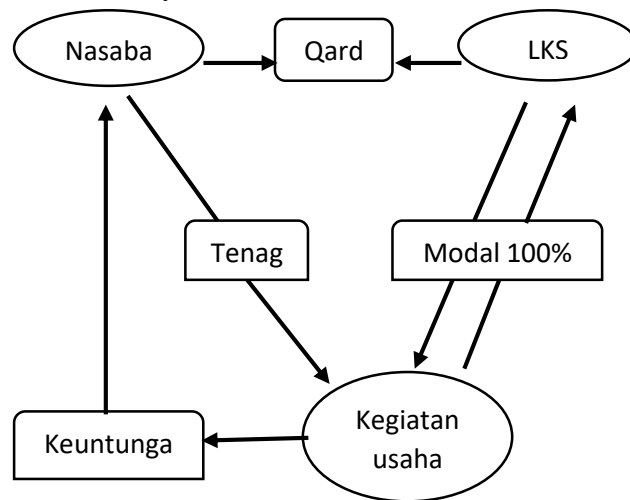
yang mempercayakan dana kebajikan kepada lembaga keuangan syariah.

2. Pinjaman diberikan kepada nasabah yang memerlukan.
3. Pengembalian dilakukan pada waktu yang telah disepakati bersama dan jumlah pengembalian adalah sebesar dengan jumlah pokok pinjaman. Apabila nasabah mengembalikan lebih sifatnya adalah sukarela. Dan apabila tidak dapat mengembalikan pinjaman sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama maka dapat diperpanjang jangka waktu bahkan dapat dihapuskan sebagian atau seluruh pinjaman yang telah diberikan.
4. Nasabah dapat dibebaskan biaya administrasi, sehingga biaya administrasi bukan merupakan bentuk atas tambahan dari pokok pinjaman yang telah diberikan.
5. Dimungkinkan adanya jaminan apabila dipandang perlu.

b) Sanksi

1. Sanksi dapat dijatuhkan kepada nasabah yang tidak memiliki itikad baik untuk mengembalikan besaran dana yang telah dipinjam sepanjang bukan atas ketidakmampuannya dalam mengembalikan sejumlah dana yang telah dipinjam.
2. Penyelesaian sengketa pembiayaan *qardh* dapat diselesaikan melalui Badan Arbitase Syariah apabila antara lembaga keuangan syariah dan nasabah tidak menemui kesepakatan melalui musyawah.

c) Skema Pembiayaan Qardh



Gambar 2.1
Skema Pembiayaan Qardh

Dalam pembiayaan *qardh*, setelah nasabah sepakat menggunakan akad *qardh* maka awalnya lembaga keuangan syariah memberikan dana modal kepada nasabah untuk menjalankan kegiatan usaha, sementara nasabah menggunakan tenaganya untuk mengerjakan kegiatan usaha. Keuntungan dari kegiatan usaha nasabah akan menjadi keuntungan bagi nasabah dan modal yang telah diberikan diawal dikembalikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan syariah.

3. Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan tempat dimana Bank Wakaf Mikro berdiri dan berkantor dengan melayani nasabah yang mengajukan pembiayaan mikro. Konsep Bank Wakaf Mikro dengan melibatkan pesantren dalam memberikan akses keuangan dan ikut mempengaruhi perekonomian merupakan kebaruan dan inovasi dalam pengembangan keuangan syariah di Indonesia.⁸

⁸ Zarkasy. *Teori: Pengertian Pondok Pesantren*. (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 2003)

a) Pengertian Pondok Pesantren

Pesantren merupakan institusi pendidikan keagamaan tertua di Indonesia. Pesantren berasal dari kata “santri” yang artinya orang baik. Adapun tambahan tambahan “pe”-“tren”menunjukkan tempat. Pesantren sebagai institusi kelembagaan tertua di Indonesia merupakan tempat berkumpulnya orang-orang baik.

b) Pondok Pesantren dan Ekonomi Umat

Pondok pesantren mengemban peran ditengah-tengah masyarakat sebagai institusi pendidikan yang memberikan pembelajaran mengenai nilai-nilai keagamaan. Pondok pesantren memiliki pengaruh terhadap lingkungan masyarakat yang ada disekitarnya. Pondok pesantren memiliki peran yang sangat strategis yaitu sebagai pusat pengembangan agama, pendidikan, sosial dan budaya serta sebagai kekuatan ekonomi.

4. Literasi Keuangan

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, yang dimaksud dengan Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.⁹ *Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial*

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, Peraturan otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat

will being) individu dan masyarakat dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi.

OECD-INFE mendefinisikan melek keuangan (*financial literacy*) sebagai berikut: “A combination of awareness, knowledge, skill, attitude and behaviour necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve individual well being.” Melek keuangan adalah suatu kombinasi kesadaran, pengetahuan, sikap dan tingkah laku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan-keputusan keuangan yang pada akhirnya mencapai kemakmuran individu.¹⁰

Terdapat 3 (tiga) dimensi dari literasi keuangan yaitu (1) keterampilan menghitung, (2) pemahaman tentang keuangan dasar, dan (3) sikap terhadap keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh seseorang tersebut kemudian berkembang menjadi keterampilan keuangan, dimana keterampilan keuangan itu sendiri didefinisikan sebagai kemampuan dalam menerapkan pengetahuan keuangan yang dimilikinya dalam kehidupan sehari-hari. Keterampilan keuangan memungkinkan seseorang untuk dapat mengambil keputusan yang rasional dan efektif terkait dengan keuangan dan sumber ekonominya.¹¹

Indikator dari Literasi Keuangan Syariah, antara lain (1) pengetahuan, adalah suatu informasi yang dimiliki seseorang dimana akan ditemuinya melalui pengamatan akal dan akan dipahami sehingga menjadikannya potensi, (2) keyakinan adalah sikap yang timbul dari diri manusia ketika dia merasa bahwa dirinya telah mencapai sesuatu yang diinginkannya, (3) keterampilan adalah suatu potensi diri yang biasanya difikirkan oleh akal sehingga menimbulkan ide yang kreatif dan akan mengejerjakannya sampai mendapatkan hasil.

¹⁰ OECD-INFE (Organisation for Economic Co-operation and Development – International Survey of Adult Financial Literacy Competencies

¹¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) revisit 2017*. h. 16

Literasi keuangan merupakan sebuah langkah atas sebuah tingkatan yang mana dapat memahami konsep dari keuangan dan proses dari sebuah kemampuan untuk mengurus keuangan pribadinya secara tepat, baik dalam jangka waktu pendek, sedang maupun seumur hidup dan merubah keadaan ekonominya. Setidaknya terdapat lima kategori tentang definisi konseptual mengenai literasi keuangan: (1) pengetahuan terhadap konsep keuangan, (2) kemampuan untuk berkomunikasi mengenai konsep keuangan, (3) ketangkasan dalam mengelola keuangan pribadi, (4) kemampuan di dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, (5) kemampuan dalam merencanakan keuangan masa depan yang efektif sesuai yang dibutuhkan.

Sejauh ini pengukuran yang digunakan untuk mengetahui tingkat literasi keuangan umumnya menggunakan desain kuesioner dalam bentuk pengetahuan umum tentang tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi. Pengukuran pemahaman dasar keuangan meliputi: (1) menghitung dan memahami tentang suku bunga dan bunga majemuk, (2) memahami inflasi, (3) memahami difersifikasi risiko. Bunga dan riba tidak dibenarkan dalam Islam, oleh karena itu ukuran tersebut tidak dapat dituangkan dalam mengukur literasi keuangan bagi umat muslim.

a. Visi-Misi Strategi Nasional Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di dalam Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia sudah menetapkan visi, misi dan prinsip literasi keuangan. Menurut OJK visi literasi keuangan Indonesia adalah: “mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi (well literate) sehingga masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan keuangan guna meningkatkan kesejahteraan.”¹²

Adapun misi dari literasi keuangan Indonesia yakni: (1) melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas; dan (2)

¹² Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi..”, 20.

meningkatkan akses informasi serta penggunaan produk dan jasa keuangan melalui pengembangan infrastruktur pendukung literasi keuangan.

b. Prinsip Pembangunan Literasi Keuangan Syariah

Pembangunan literasi keuangan syariah dapat diartikan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan syariah maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan syariah serta produk dan jasa keuangan syariah, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan syariah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka.

Menurut Agustianto tujuan dari upaya gerakan pembangunan literasi keuangan syariah adalah “Pertama, meningkatkan literasi keuangan seseorang yang sebelumnya less literate atau not literate dalam keuangan syariah menjadi well literate dalam keuangan syariah. Kedua, meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa keuangan syariah.” Dengan demikian, maqhasid (tujuan) dari literasi keuangan syariah adalah agar konsumen dan masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilih tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan mereka berdasarkan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan.

Visi dan Misi Pembangunan Literasi Keuangan Syariah disamakan dengan Visi dan Misi Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, dan mengambil di bidang jasa keuangan syariah, sehingga dapat kita ketahui sebagai berikut:

1) Melakukan edukasi di bidang keuangan syariah kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas, dan

2) Meningkatkan akses informasi serta penggunaan produk dan jasa keuangan syariah melalui pengembangan infrastruktur pendukung literasi keuangan syariah.¹³

Gerakan pembangunan literasi keuangan syariah bertujuan untuk meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* dalam keuangan syariah menjadi *well literate* dalam keuangan syariah dan meningkatkan jumlah pengguna dan jasa keuangan syariah. Dengan demikian, *maqashid* (tujuan) dari literasi keuangan syariah adalah masyarakat dapat menentukan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilih tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan mereka berdasarkan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan.¹⁴

Agar program peningkatan literasi keuangan syariah kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik, maka setiap program literasi keuangan syariah harus memiliki prinsip sebagai berikut:

1) *Universal dan Inklusif*

Program literasi keuangan syariah harus mencakup semua golongan masyarakat secara *rahmatan lil'alamiin* terbuka untuk semua agama dan golongan.

¹³ *Ibid*

¹⁴ Agustianto, *Membangun Literasi Keuangan Syariah di Indonesia*, dalam www.iqtishadconsulting.com, diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 20.30 WIB.

2) *Sistematis dan Terukur*

Program literasi keuangan syariah disampaikan secara terencana, sistematis, mudah dipahami, sederhana, dan pencapaiannya dapat diukur

3) *Kemudahan Akses (Taysir)*

Layanan dan informasi yang terkait dengan literasi keuangan syariah tersebar luas diseluruh wilayah Indonesia dan mudah diakses.

4) *Kemaslahatan*

Program literasi keuangan syariah harus membawa masalah (manfaat) yang besar bagi seluruh rakyat Indonesia.

5) *Kolaborasi*

Program literasi keuangan syariah harus melibatkan seluruh *stakeholder* syariah dan pemerintah secara bersama-sama dalam perencanaan dan implementasinya.¹⁵

c. Manfaat Pembangunan Literasi Keuangan Syariah

Program pembangunan literasi keuangan syariah memiliki manfaat yang cukup besar, baik untuk masyarakat, jasa keuangan syariah dan pemerintah. Manfaat yang dapat diperoleh masyarakat dari adanya program pembangunan literasi keuangan syariah antara lain:

- 1) Masyarakat mampu memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka,
- 2) Masyarakat mampu melakukan perencanaan keuangan (*Financial Planning*) secara syariah dengan lebih baik,
- 3) Masyarakat terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas (investasi bodong),

¹⁵ *Ibid*

4) Masyarakat mendapat pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan jasa keuangan syariah.

Literasi keuangan syariah juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan syariah, mengingat masyarakat adalah pengguna produk dan jasa keuangan syariah. Masyarakat dan lembaga jasa keuangan syariah saling membutuhkan satu sama lain, sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah. Literasi keuangan syariah mendorong industri jasa keuangan untuk terus mengembangkan dan menciptakan produk dan jasa keuangan yang lebih inovatif, bervariasi, dan lebih terjangkau, sesuai dengan kebutuhan semua golongan masyarakat.

Literasi keuangan juga mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Literasi keuangan merupakan sebuah tingkatan yang mana dapat memahami konsep dari keuangan dan proses dari sebuah kemampuan untuk mengurus keuangan pribadinya secara tepat, baik dalam jangkuan waktu pendek, sedang, maupun seumur hidup dan merubah keadaan ekonominya. Dari beberapa pemahaman yang telah disampaikan penulis dapat mengatakan bahwa, literasi keuangan adalah suatu proses dimana timbulnya kesadaran dari para masyarakat mengelola dana yang mereka miliki dengan baik dan benar sesuai dengan pengetahuan yang mereka miliki untuk merencanakan kehidupan yang lebih baik di masa depan menjadi lebih sejahtera.

5. Manajemen Pemasaran

a. Pengertian pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler adalah suatu proses social yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹⁶ Sedangkan menurut Wiliam J. Stanton pemasaran adalah “suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan perdagangan yang dirancang untuk membuat rencana, harga, promosi dan distribusi untuk memuaskan kebutuhan akan barang-barang dan jasa-jasa dari para langganan yang sudah ada maupun yang potensial.¹⁷

Selain itu sofjan assauri mengatakan pemasaran adalah menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan untuk tercapainya tujuan dari kegiatan pemasaran tersebut.¹⁸

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan yang sangat kompleks bukan hanya sebatas penjualan maupun kegiatan penyaluran barang dari produsen ke konsumen, tetapi dimulai dari menyelidiki dan mengetahui kebutuhan serta keinginan pelanggan, menentukan produk, menetapkan harga, menentukan cara-cara promosi serta penyaluran barang atau jasa sehingga tujuan untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen akan tercapai dengan maksimal.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan

¹⁶ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011).

¹⁷ William J Station, *Prinsip Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1996).

¹⁸ Assauri sofjan , *manajemen pemasaran*. Jakarta :PT.Rajagrafindo persada. 2015

nilai. Pemasaran merupakan semua kegiatan manusia yang dilakukan dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar guna mewujudkan pertukaran potensial untuk kepentingan memuat kebutuhan dan keinginan.¹⁹

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait, kelima elemen tersebut adalah :²⁰

- 1) Pemilihan pasar, yaitu pemilihan pasar yang akan dilayani. Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
- 2) Perencanaan produk, meliputi spesifik produk apa yang akan dijual. Produk itu sendiri menawarkan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian.
- 3) Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai dari produk kepada pelanggan. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan produk hingga mencapai konsumen yang membeli dan menggunakan.
- 4) Promosi, yang meliputi periklanan, personal selling, direct marketing, dan public relation.

Kemampuan strategi pemasaran suatu perusahaan dalam menanggapi setiap perubahan kondisi pasar tergantung dari analisis faktor-faktor. Adapun faktor-faktor berikut:²¹

1) Faktor Lingkungan

Analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk

4. ¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jaka Waksana), jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1996),

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 6

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 7

mengetahui pengaruh yang ditimbulkan pada bisnis perusahaan. Selain itu faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal-hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

2) Persaingan

Dalam kaitanya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk atau pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

3) Kemampuan Internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

4) Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Analisis perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survey.

Dalam menjalankan usaha, salah satu yang terpenting adalah bagaimana seorang pimpinan atau pemilik usaha menentukan strategi pemasaran usaha dan bisnisnya. Karena perencanaan strategi pemasaran akan menjadi ujung tombak dan penentu utama dari sukses atau tidaknya usaha atau bisnisnya tersebut.

Langkah yang dilakukan dalam penerapan strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan segmenting, targeting, dan positioning adapun pengertiannya sebagai berikut :

- 1) Segmenting (segmentasi) adalah suatu kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok–kelompok pembeli yang berbeda, yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda.
- 2) Targeting (penentuan target pasar) adalah proses pemilihan dan penentuan atas segmen pasar yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan demikian, proses targeting adalah suatu proses dimana kita menentukan akan seperti apakah konsumen yang menjadi target atau sasaran usaha atau bisnis.
- 3) Positioning (penempatan produk) adalah proses menempatkan produk agar sesuai dengan profil atau karakteristik dari target pasar. Hal ini biasanya meliputi harga dan kualitas produk tersebut.

Dalam kaitanya dengan penerapan pemasaran dalam perusahaan pada saat ini, banyak sekali perusahaan yang memilih jenis pemasaran sasaran dan terbukti bahwa jenis pemasaran ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih baik. Dengan demikian perusahaan akan mengembangkan produk yang tepat, serta mampu menyesuaikan harga, saluran distribusi dan periklanan bagi masing-masing pasar target dengan efisien.²²

Pemasaran sasaran mencakup tiga langkah pokok. Langkah pertama adalah segmentasi pasar\, yaitu usaha pemisahan pasar pada

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jaka Waksana), jilid 1, (Jakarta:Erlangga,1996), 371.

kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan yang memerlukan bauran pemasaran tersendiri. Perusahaan menetapkan berbagai cara yang berbeda dalam memisahkan pasar tersebut, kemudian mengembangkan profil-profil yang ada pada setiap segmen pasar, dan menilai daya tarik masing-masing segmen. Langkah kedua adalah menetapkan sasaran pasar, yang berisi kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasukiya. Langkah ketiga adalah penempatan produk, mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran secara terperinci.

Segmentasi pasar merupakan tindakan membagi sebuah pasar kedalam kelompok-kelompok konsumen yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk-produk dan bauran pemasaran tersendiri. Perusahaan mengidentifikasi cara-cara yang berbeda untuk membagi pasar menjadi segmen-segmen, mengembangkan profil segmen pasar yang menguntungkan dan mengevaluasi masing-masing daya tarik segmen-segmen. Pasar terdiri dari konsumen-konsumen yang sangat luas dan memiliki beragam kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda, namun juga ada beberapa kelompok yang memiliki kesamaan dalam beberapa hal. Mereka bisa berbeda dalam hal keinginan, sumber daya, lokasi geografis sikap tertentu dalam membeli dan cara mereka membeli. Setiap perbedaan tersebut bisa digunakan untuk menyusun segmentasi pasar.

Dasar dalam segmentasi pasar konsumen terdiri dari beberapa variabel diantaranya yaitu geografi, demografi, dan psikografi. Pemasar harus mencoba variabel-variabel segmentasi yang berbeda, sendiri-sendiri atau kombinasi, hingga menemukan pola yang paling sesuai antara produk yang dibangun dengan konsumen yang akan dilayaninya. Segmentasi dibagi sebagai berikut :

- 1) Segmentasi geografi

Segmentasi geografi membagi pasar berdasarkan wilayah yang berbeda, seperti negara, propinsi, daerah, kota atau desa. Perusahaan bisa memutuskan untuk beroperasi di dalam satu atau beberapa wilayah geografi atau beroperasi dalam semua wilayah tetapi memperhatikan variasi-variasi kebutuhan dalam wilayah tersebut.

2) Segmentasi demografi

Pasar dibagi dalam kelompok berdasarkan usia, jenis kelamin, jumlah keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras atau kesukuan. Variabel demografi merupakan dasar yang paling populer dan banyak digunakan untuk membedakan kelompok konsumen. Alasannya adalah bahwa tingkat keinginan, pilihan, dan pemakaian konsumsi sering dikaitkan dengan variabel demografi. Alasan lainnya karena variabel demografis lebih mudah diukur.

3) Segmentasi Psiografis

Para pembeli dibagi dalam kelompok yang dibedakan berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan ciri kepribadian. Orang yang berada dalam satu wilayah demografis yang sama bisa saja memiliki profil psikografis yang berbeda.

Demi tercapainya tujuan perusahaan, masing-masing perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang menentukan keberhasilan dan kegagalan dalam perjalanannya terhadap persaingan bisnis. Faktor-faktor tersebut bisa bersumber dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Dalam menyusun strategi pemasaran hendaknya memperhatikan lingkungan pemasaran. Lingkungan internal meliputi sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan baik dari kemampuan sumber daya manusia, kebijakan perusahaan dan sebagainya. Lingkungan eksternal mencakup kondisi konsumen, kebijakan pemerintah, persaingan antar perusahaan. Lingkungan

tersebut secara berangsur akan selalu mengalami perubahan, sehingga perusahaan harus dapat mengambil sikap dari setiap perubahan pada elemen lingkungannya. Menyikapi perubahan lingkungan dengan tepat dan bijak, maka akan membawa perusahaan pada titik dimana perusahaan mampu merealisasikan tujuannya, apabila perusahaan salah menyikapi maka akan membawa perusahaan pada kegagalan dan ketidak berhasilan. Sikap perusahaan inilah yang biasa disebut dengan strategi, strategi itu merupakan satu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan internal perusahaan dengan situasi lingkungan eksternal agar tujuan perusahaan dapat tercapai.²³

6. Bank dan Lembaga Keuangan

Di dalam suatu perekonomian dibutuhkan suatu lembaga yang dapat menunjang kelancaran berputarnya kegiatan ekonomi yang ada di masyarakat. Berputarnya kegiatan perekonomian terjadi ketika adanya interaksi dari para pelaku ekonomi (individu atau organisasi) atas permintaan dan penawaran yang kemudian menciptakan produksi, distribusi dan konsumsi atas barang dan jasa. Pasar merupakan tempat yang mempertemukan antara permintaan dan penawaran.

Lembaga Keuangan dapat dibedakan menjadi bank dan lembaga keuangan non bank. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dijelaskan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 792 tahun 1990, Lembaga Keuangan adalah semua badan yang kegiatannya dalam bidang keuangan melakukan penghimpunan dan

²³ Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1991), 33.

penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.²⁴

a. Lembaga Keuangan Mikro

Kelahiran LKM di dunia di latar belakang oleh sulitnya akses keuangan bagi masyarakat miskin yang ingin mendapatkan pendanaan atas usaha yang dijalankan. Melihat lebih dalam lagi, aktivitas microfinance dipelopori oleh Bangladesh pada tahun 70'an, suatu negara berkembang yang berada di Asia Selatan dimana mayoritas penduduknya terjat dalam kemiskinan. Keuangan mikro tidak muncul dari negara-negara yang sudah maju. LKM berkembang di Negara-negara berkembang yang masyarakatnya memiliki penghasilan yang rendah.

Latar belakang keberadaan LKM di Indonesia sama halnya seperti negara-negara berkembang lainnya yaitu memenuhi kebutuhan akses keuangan bagi dunia usaha yang memiliki skala mikro dimana memiliki kesulitan dalam pengajuan modal perbankan. Selain itu, LKM memberikan pelayanan kepada masyarakat yang memiliki penghasilan rendah namun memiliki keinginan untuk memiliki usaha.

Aturan yang mengatur mengenai LKM telah tercantum dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro yang mendefinisikan Lembaga Keuangan Mikro sebagai lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.

²⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2010), hal. 76

Dari penjelasan dalam undang-undang tersebut, terdapat penekanan bahwa lembaga keuangan mikro dalam aktivitas kegiatannya tidak hanya terpaku pada keuntungan (*profit oriented*). Pelayanan yang diberikan oleh LKM memiliki lingkup usaha pada kegiatan usaha mikro dengan memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan kepada anggota maupun masyarakat.

LKM dalam menjalankan lingkup bisnisnya memiliki *concern* terhadap sektor keuangan mikro (*microfinance*). Keuangan mikro dapat didefinisikan sebagai “*provision financial service to low-income clients, including self-employed*” yang jika diartikan berarti suatu lembaga yang memberikan persediaan (kebutuhan dana) kepada nasabah yang memiliki penghasilan rendah dalam hal ini termasuk wirausaha.

Dalam pengertian yang lain, dapat didefinisikan sebagai kegiatan sektor keuangan berupa penghimpunan dana dan pemberian pinjaman atau pembiayaan dalam skala mikro dengan suatu prosedur yang sederhana kepada masyarakat miskin dan/atau berpenghasilan rendah. Bahkan, keuangan mikro juga dapat dinyatakan sebagai jenis pinjaman yang di berikan kepada nasabah yang mempunyai skala usaha menengah kebawah dan cenderung belum pernah berhubungan dengan dunia perbankan.

Layanan LKM menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, LKM dapat berbadan hukumkoperasi atau perseroan terbatas. Bentuk lembaga keuangan yang mengakomdir sebagai LKM meliputi Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Badan Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Produksi Desa (BKPD), Badan Usaha Kredit Pedesaan, (BUKP), Baitul Maal wa Tamwil (BMT), Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM).

LKM, menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, LKM berasaskan: (1) Keadilan, (2) Kebersamaan, (3) Kemandirian, (4) Kemudahan, (5) Keterbukaan, (6) Pemerataan, (7) Keberlanjutan, dan (8) Kedayagunaan dan Keberhasilan.

Keberadaan LKM memiliki tujuan, yaitu (1) meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat, (2) membantu peningkatan pemberdayaan ekonomi dan produktivitas masyarakat, (3) membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan usaha yang diperbolehkan dilakukan oleh LKM, yaitu (1) Kegiatan usaha LKM meliputi jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui Pinjaman atau Pembiayaan dalam usaha berskala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan Simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha baik dikelola secara konvensional maupun dalam bentuk syariah. (2) Ketentuan mengenai suku bunga Pinjaman atau imbal basil Pembiayaan diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Bagi LKM yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang kemudian dikenal sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) dalam menjalankan kegiatan usaha harus berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) sehingga dapat mengawasi kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah. Kegiatan yang dilarang dilakukan oleh LKM, yaitu (1) menerima simpanan dalam bentuk giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran, (2) melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, (3) melakukan usaha perasuransian sebagai penanggung, (4) bertindak sebagai penjamin, (5) memberi pinjaman atau pembiayaan kepada LKM lain, kecuali dalam rangka mengatasi kesulitan

likuiditas bagi LKM lain dalam wilayah kabupaten/kota yang sama, dan (6) melakukan usaha di luar kegiatan usaha.

7. Bank Wakaf Mikro

Keberadaan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro menjadi dasar hukum bagi lembaga keuangan mikro untuk beroperasi, termasuk bagi Bank Wakaf Mikro yang menjadi *pilot project* OJK dalam upaya meningkatkan inklusi keuangan dan mengembangkan produk keuangan mikro kepada masyarakat yang dikembangkan melalui institusi keagamaan berbasis pondok pesantren.

Bank Wakaf Mikro merupakan wujud keseriusan pemerintah dalam peningkatan inklusi keuangan bagi masyarakat dengan memberikan akses jasa keuangan formal yang merupakan bagian dari pelaksanaan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif.²⁵

Bank Wakaf Mikro merupakan bentuk dari Lembaga Keuangan non Bank. Dalam hal ini, OJK memiliki fokus dalam penyediaan akses keuangan bagi masyarakat luas, serta turut aktif mendukung program pemerintah. Dalam mengatasi masalah pengentasan kemiskinan dan ketimpangan melalui *financial inclusion* yang diwujudkan dalam inovasi model bisnis LKM Syariah–Pesantren.

Bank Wakaf Mikro merupakan lembaga keuangan mikro yang izin operasionalnya berada di bawah OJK dengan dasar hukum pendiriannya merupakan koperasi sesuai dengan Undang-Undang No.1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro pasal 5 ayat 1 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12 Tahun 2014, STDD Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 62 Tentang Kelembagaan Literasi Keuangan Syariah.

²⁵ Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Manajemen Bank Wakaf Mikro*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Melalui *pilot project* Bank Wakaf Mikro, target pasar yang dibidik oleh Otoritas Jasa Keuangan adalah masyarakat miskin yang memiliki kemauan dan semangat untuk bekerja serta masyarakat miskin yang amanah dan terdidik. Karakteristik Bank Wakaf Mikro yaitu menyediakan produk pembiayaan serta pendampingan usaha, tidak melakukan kegiatan penghimpunan dana, berbasis kelompok, imbal hasil sebesar 3%, dan tanpa agunan.

Fakta sejarah menunjukkan bahwa wakaf memegang peranan penting dalam pembangunan masyarakat Islam. Wakaf telah berperan dalam dunia pendidikan, selain pembangunan sarana juga termasuk pembayaran gaji guru dan program beasiswa massal. Kenyataan ini berlangsung di hampir semua Negara Islam atau Negara berpenduduk mayoritas muslim. Karena itu lembaga wakaf dan kesadaran untuk berwakaf perlu ditumbuhkan. Maka, lembaga wakaf harus dikelola secara professional, keimanan umat perlu ditingkatkan untuk berwakaf juga peraturan perundang-undangan yang mendukungnya perlu disiapkan.²⁶

Dalam pengembangan lembaga keuangan mikro syariah berbasis pondok pesantren, ada 7 prinsip program yang menjadi nilai-nilai dalam pelaksanaan program yaitu :

- 1) Pemberdayaan Masyarakat Miskin.
- 2) Pendampingan Sesuai Dengan Prinsip Syariah.
- 3) Kerjasama Pembiayaan Kelompok (*Ta'awun*)
- 4) Kemudahan (*Sahl*).
- 5) Amanah
- 6) Keberlanjutan Program
- 7) Keberkahan

²⁶ Azhari Akmal Tarigan & Agustianto, *Wakaf Produktif*, (Medan : IAIN Press) hal, 27



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2017

Gambar 2.2
Model Bisnis Bank Wakaf Mikro Syariah

Dalam menjalankan operasional Bank Wakaf Mikro sebagai Lembaga Keuangan Syariah, sokongan dana sebagai modal dasar bagi Bank Wakaf Mikro dalam menjalankan perannya sebagai lembaga yang memberikan pembiayaan mikro kepada masyarakat di sekitar pondok pesantren berasal dari dana donatur yang berasal dari dana kebajikan yang dihimpun oleh LAZ BSM.

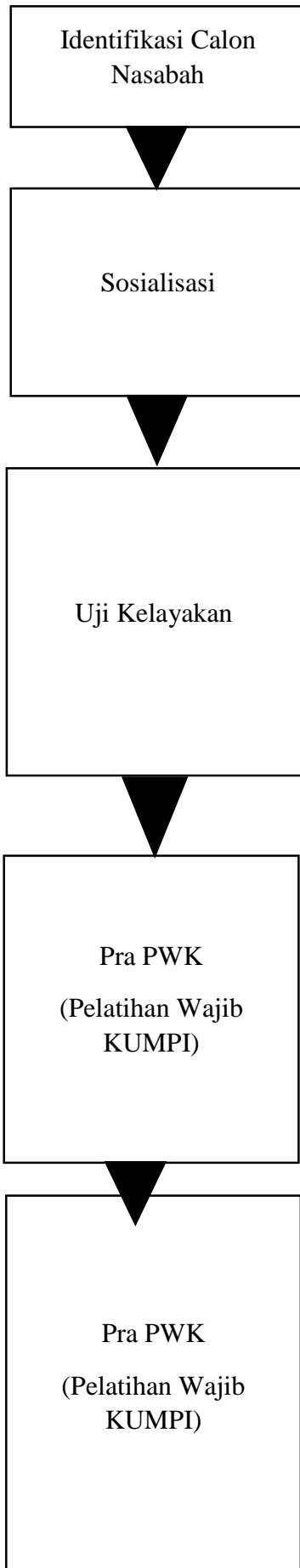
Selain memberikan dukungan modal kepada Bank Wakaf Mikro, LAZ BSM juga memberikan pendampingan kepada nasabah Bank Wakaf Mikro. Pendampingan tersebut dilakukan secara berkala melalui pendampingan usaha, pendampingan manajemen ekonomi rumah tangga, serta pendampingan agama.

Dana yang berasal dari LAZ BSM dimanfaatkan oleh Bank Wakaf Mikro untuk menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat di lingkungan sekitar pondok pesantren dalam bentuk tunai sebesar Rp1.000.000,00.- (satu juta rupiah) tiap nasabah dengan beban margin yang ditanggung oleh nasabah adalah sebesar 3% per tahun yang dibebankan guna keperluan operasional.

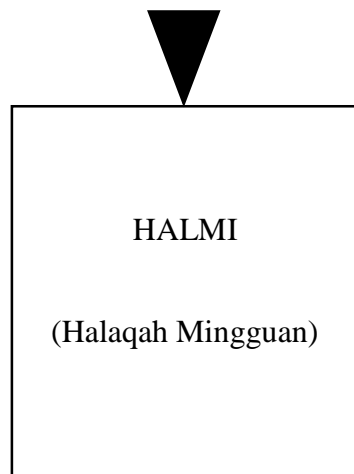
Dalam mekanisme pembiayaan, sifat tanggung renteng antar anggota merupakan keharusan. Calon nasabah yang kemudian ditetapkan menjadi nasabah akan membuat suatu perkumpulan kelompok yang disebut dengan “Kumpi”. Kumpi merupakan singkatan dari Kelompok Usaha Masyarakat di sekitar Pesantren.²⁷ Dalam satu Kumpi terdapat 5 orang anggota yang merupakan nasabah pembiayaan dari Bank Wakaf Mikro. Kumpi dibentuk pada saat calon nasabah mengajukan pembiayaan yang kemudian disetujui oleh Bank Wakaf Mikro.

Kumpi yang telah terbentuk, kemudian mengadakan *Halaqah* Mingguan yang disebut dengan “Halmi”. Halmi merupakan pertemuan antar Kumpi (3-5 Kumpi). Dalam Halmi tersebut dilakukan pencairan dana pembiayaan kepada tiap anggota Kumpi. Halmi dapat dilakukan di rumah salah satu anggota dimana petugas pendamping memberikan pendampingan dalam bentuk pendampingan usaha, pendampingan manajemen ekonomi keluarga, dan pendampingan pendidikan agama. Halmi dilakukan tiap minggu selama satu tahun dengan total 50 kali Halmi. Dalam Halmi tersebut juga dilakukan pencairan dan cicilan atas pembiayaan yang diberikan oleh Bank Wakaf Mikro. Bank Wakaf Mikro sebagai lembaga yang dipercaya untuk menyalurkan pembiayaan wajib menjaga amanah dalam pengelolaan dana kebajikan yang diberikan oleh LAZ BSM.

²⁷ Lembaga Diklat Profesi – LDP Pinbuk – LAZnas BSM Modul 11 : Kelompok Usaha Masyarakat Sekitar Pesantren Indonesia, Hal. 469



- a. identifikasi kelompok sasaran program.
 - b. Mendapat data calon anggota KUMPI.
 - c. Jarak tempat tinggal, jenis & tempat usaha calon anggota.
- a. Penyebarluasan informasi tentang konsepsi, tahapan pembentukan, syarat keikutsertaan dan kegiatan KUMPI dengan harapan calon peserta program memahami konsepsi dan ketentuan program.
- a. Mengklarifikasi atau memastikan kebenaran data Keluarga Miskin yang telah didapat dari kegiatan identifikasi serta untuk menyeleksi calon peserta program.
 - b. Kunjungan langsung dan wawancara
 - c. Index rumah, pendapatan, kepemilikan, asset dll
- a. Pertemuan sehari selama 60 menit dengan agenda menjelaskan program, memantapkan tekad, mematangkan proses, mengevaluasi kesiapan, pemilihan anggota kelompok, menentukan tempat dan jadwal PWK.
 - b. Brainstorming dan ceramah.
- a. Kegiatan membentuk dan mempersiapkan kelompok dalam mengikuti pelaksanaan program



- dilaksanakan selama 5 hari berturut-turut selama 60 menit sekali pertemuan.
- b. Materi terdiri dari prinsip, tujuan dan kegunaannya dari program modal usaha, sistem dan prosedur pelaksanaannya, hak, kewajiban serta tanggung jawab para anggota.
 - a. 1x seminggu, selama 90 menit = 30 menit untuk pencairan dan angsuran, 60 menit lagi untuk pembinaan kelompok dengan materi utama, keagamaan, MERT dan pengembangan usaha.
 - b. Pencairan pertama pola 2-2-1
 - c. Kegiatan ini berlangsung selama tenor pembiayaan.

Gambar 2.3
Proses Bisnis LKM Syariah-BWM Mawaridussalam

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Bank Wakaf Mikro sebagai bagian dari LKM diawasi oleh OJK koordinasi bersama dengan pesantren, perangkat desa, serta pemerintah daerah setempat. Kriteria pesantren sebagai tempat didirikannya Bank Wakaf Mikro, yaitu (1) Memiliki posisi yang dekat dengan masyarakat miskin produktif, (2) pimpinan pondok pesantren yang memiliki pemahaman tentang keuangan syariah, (3) calon pengurus memiliki integritas, akhlak, dan reputasi keuangan yang baik, serta (4) calon pengurus memiliki kompetensi yang baik dalam pengembangan keuangan mikro dan pemberdayaan masyarakat.²⁸

Dalam menjalankan bisnisnya, Bank Wakaf Mikro mendapatkan suntikan dana sebesar Rp4.000.000.000,- (empat

²⁸ Otoritas Jasa Keuangan. *Panduan Program Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Melalui Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.2017

miliar rupiah) yang digunakan dalam menjalankan operasionalnya. Dana sebesar Rp4.000.000.000,- (empat miliar rupiah) tersebut terbagi sebesar Rp3.000.000.000,00,- (tiga miliar rupiah) guna Dana abadi dan Rp1.000.000.000,00,- (satu miliar rupiah) guna dana pembiayaan pembiayaan kepada nasabah.

Dana abadi sebesar Rp3.000.000.000,00,- (tiga miliar rupiah) merupakan dana yang tersimpan dalam deposito perbankan, dimana bagi hasil dari deposito dana abadi tersebut merupakan pendapatan Bank Wakaf Mikro yang digunakan untuk menutupi biaya operasional Bank Wakaf Mikro.

Sementara dana pembiayaan kepada nasabah sebesar Rp1.000.000.000,00,- (satu miliar rupiah) terbagi lagi menjadi Rp100.000.000,00,- (seratus juta rupiah) sebagai dana likuid pembiayaan dan Rp900.000.000,00,- (sembilan ratus juta rupiah) disimpan dalam bentuk 9 bilyet deposito yang digunakan apabila Bank Wakaf Mikro ingin menyuntikkan dana pembiayaan ketika dana Rp100.000.000,00,- (seratus juta rupiah) sebagai dana likuid pertama telah tersalurkan kepada nasabah. Selain dana sebesar Rp4.000.000.000,00,- (empat miliar rupiah) yang digunakan untuk kegiatan usaha Bank Wakaf Mikro, Bank Wakaf Mikro juga mendapatkan suntikan dana bantuan yang berasal dari LAZ BSM sebesar Rp250.000.000,00,- (dua ratus lima puluh juta rupiah) guna kebutuhan pendirian Bank Wakaf Mikro termasuk pendirian bangunan, dan izin usaha.

B. Kajian Terdahulu

Penilitan tentang “pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam” secara spesifik belum pernah dilakukan, namun sebelumnya telah ada beberapa penelitian tentang pengaruh literasi keuangan syariah dan juga pengaruh manajemen pemasaran terhadap keputusan nasabah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama, Tahun, Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Vivi Liana, 2018, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan <i>Shariah Governance</i> terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”	Menggali keterpengaruhannya antara literasi keuangan syariah dan <i>shariah governance</i> terhadap keputusan mahasiswa (KSEI) dalam menggunakan Jasa perbankan syariah.	Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dengan data primer. Dimana, salah satu variabel X pada penelitian ada yang sama yaitu pengaruh literasi keuangan syariah.	Penelitian ini adalah variabel independen yang tidak menggunakan syariah governance, variabel dependennya adalah keputusan menggunakan jasa bank syariah.
2.	Riswandi, 2015, Pembiayaan Qardh Di Bank Syariah Mandiri Kota Mataram	Pembiayaan <i>qardh</i> yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kota Mataram memberikan pengaruh adanya kenaikan pendapatan usaha, peningkatan	Dalam penelitian ini sama-sama menjabarkan bagaimana pemberian pembiayaan qardh itu disalurkan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dimana pembiayaan mikro diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kota Mataram. Sedangkan

		pendapatan bersih, peningkatan modal, peningkatan aset.		peneliti mengkaji pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
3.	Nurus Shobah, 2017, Analisis Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah sebagai Upaya Meningkatkan <i>Sharia Financial Inclusion</i>	Mengetahui sejauh mana tingkat literasi keuangan syariah serta menganalisis keterkaitan tingkat literasi keuangan syariah terhadap penggunaan jasa perbankan syariah pada mahasiswa Ekonomi Syariah UINSA Surabaya.	Penelitian ini sama - sama menggunakan Literasi Keuangan Syariah sebagai subjek yang dijadikan bahan penelitian.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dimana, tidak mempunyai variabel independen dan dependen. Pada penelitian ini dilihat bagaimana literasi keuangan syariah sebagai usaha perbankan untuk meningkatkan <i>shariah financial</i> .
4.	Ani Faujiah, Peran Bank Wakaf Mikro dalam upaya memperkuat ekonomi kerakyatan	Mengetahui latar belakang sejarah Bank Wakaf Mikro di Indonesia dan mengetahui potensi Bank Wakaf Mikro dalam memperkuat	Penelitian ini sama-sama menjadikan Bank Wakaf Mikro sebagai objek dari penelitian.	Penelitian ini adalah penelitian yang dipaparkan dalam bentuk jurnal. Yang melihat bagaimana peran Bank Wakaf

		ekonomi kerakyatan.		Mikro untuk memperkuat ekonomi di masyarakat sekitar.
5.	Yulis Marlinda, 2019, Pengaruh pemasaran terhadap penggunaan produk warung mikro dengan minat nasabah sebagai variabel moderating.	Pengaruh pemasaran terhadap minat nasabah secara langsung berpengaruh positif. Hal ini sesuai dengan tujuan pemasaran yang dilakukan secara optimal maka akan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk warung mikro.	Dalam penelitian ini memiliki persamaan disalah satu variabel X yaitu pemasaran. Dan penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan pada penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel X yaitu pemasaran dengan objek penelitian di PT. Bank Syariah Mandiri KC Banda Aceh.

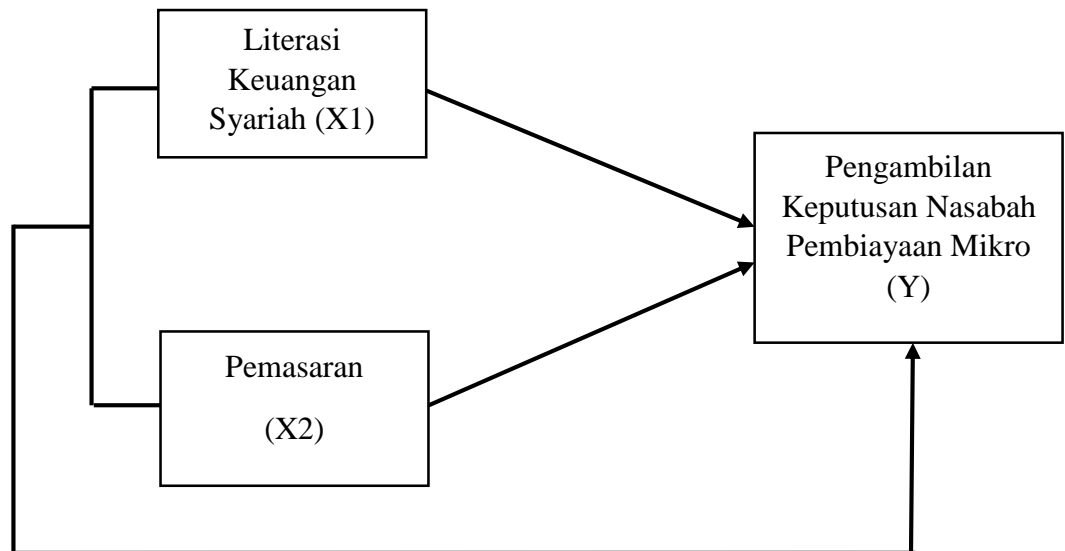
C. Kerangka Konseptual

Kerangka teoritis adalah kerangka penalaran yang terdiri dari konsep-konsep atau teori yang menjadi acuan penelitian, biasanya kerangka teoritis disusun dalam bentuk matriks, bagan atau gambar sederhana.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan

nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini secara sistematis dan sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.4
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik. Berdasarkan kerangka pemikiran, maka dalam penelitian ini dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut:

1. **Ho1** : Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
2. **Ha1** : Literasi keuangan syariah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

3. **Ho2** : Pemasaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
4. **Ha2** : Pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
5. **Ho3** : Literasi keuangan syariah dan pemasaran tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
6. **Ha3** : Literasi keuangan syariah dan pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian dan fenomena serta hubungan- hubungannya. Data kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis berbentuk angket dan perhitungan serta dituangkan dalam bentuk tabel.

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunkan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Bentuknya sangat banyak seperti survei, eksperimen, korelasi dan regresi.¹ Dalam hal ini yang ingin diketahui apakah literasi keuangan syariah dan pemasaran yaitu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yaitu pengambilan keputusan dalam melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Bank Wakaf Mikro Pondok Pesantren Mawaridussalam yang beralamatkan di Jalan Peringgian, Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan dalam kurun waktu 7 bulan terhitung sejak 27 November 2019 sampai dengan 17 Juni 2020.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

¹ Azhari Akmal Tarigan, *Buku Panduan Penulisan Skripsi* (Medan : Febi UIN SU press)
h. 24

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dengan demikian, populasi yaitu keseluruhan subjek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam dengan jumlah 94 orang yang mengambil pembiayaan *qardh* dimana nasabah tersebut merupakan pelaku usaha mikro di lingkungan Pondok Pesantren Mawaridussalam Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Agar sampel yang diambil representatif, maka diperlukan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono, bahwa, “Teknik sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Menurut Arikunto jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada yaitu sebanyak 95 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

D. Definisi Operasional

Variabel merupakan suatu konsep yang dioperasionalkan menjadi berbagai variasi nilai (kategori). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur	Sumber
1.	Literasi Keuangan Syariah (X1)	Menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang diterbitkan OJK, yang dimaksud literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keyakinan (confidence) dan ketrampilan (skill) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik.	a). Pengetahuan b) Keyakinan c). Keterampilan	Linkert	Otoritas jasa keuangan (2014)
2.	Pemasaran (X2)	Manajemen pemasaran menurut Sofjan Assauri pada dasarnya adalah rencana atau strategi yang menyeluruh,	a). Model pemasaran b). STP (segmenting, targeting, positioning)		Sofjan Assauri (2015)

		terpadu dan menyatu yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan yang ingin di capai.	c). Lingkungan d). Persaingan	Linkert	
3.	Pengambilan Keputusan (Y)	Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.	a). Kebutuhan b). Perbedaan individu c). Informasi	Linkert	Ghozali Maski (2010)

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui interview dengan pegawai Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Metode pengumpulan data primer ini juga dilakukan dengan menggunakan metode interview dan kuisioner yang dibagikan kepada responden.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari berbagai sumber buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian. Sumber data dalam penelitian ini juga diperoleh mlalui aplikasi BWM Mobile.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara mengumpulkan data sehingga dapat diperlihatkan apakah penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi lapangan, dengan menggunakan satu cara, yaitu kuisisioner.

Kuisisioner yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya. Yang menjadi responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner pilihan ganda yang dimana setiap item soal disediakan 5 (lima) pilihan jawaban. Dalam penelitian ini jawaban yang di berikan oleh responden kemudian di beri skor dengan menggunakan skala *Likert* dalam bentuk *checklist*.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut :

SS	: Sangat Setuju
S	: Setuju
N	: Netral / Ragu-Ragu
TS	: Tidak Setuju
STS	: Sangat Tidak Setuju

Hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrument yang berupa pertanyaan yang nantinya dijawab oleh responden. Teknik ini sangat efektif digunakan dan lebih baik jika pertanyaan-pertanyaan terarah dengan baik dan efektif. Teknik ini berbentuk pengisian kuesioner. Teknik ini

merupakan bentuk alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses penghimpunan atau pengumpulan, pemodelan dan transformasi data dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan saran, kesimpulan dan mendukung pembuatan keputusan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistic. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini yaitu statistic deskriptif.

Statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Untuk mendukung hasil penelitian ini, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program *SPSS*.

Adapun model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Sedangkan Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Pk = a + b_1Lk + b_2Ps + e$$

Keterangan :

Pk = Pengambilan Keputusan

A = Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien Regresi

Lk = Literasi Keuangan

Ps = Pemasaran

e = Error / Residual

Dalam analisis dan pengolahan data, adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrument, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Tujuan uji validitas untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Agar data yang diperoleh relevan atau sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.² Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian yaitu :

- 1) Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung lebih kecil dari r tabel atau r hitung negatif maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. *Software* SPSS 20.0 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linier *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik.

Tujuan dari uji asumsi klasik regresi linear berganda adalah melihat asumsi tertentu tentang pola perilaku variabel yang dikenal dengan nama

² Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2006), h.17

asumsi dasar model regresi yaitu normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Bila uji asumsi terpenuhi, maka analisis regresi linear berganda dapat digunakan sebagai hasil akhir uji hipotesis penelitian.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara yang tepat untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

- 1) Analisis Grafik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan diagram histogram dan grafik p-p plot untuk memprediksi apakah data berdistribusi normal atau tidak.

- 2) Analisis Statistik. Uji Normalitas dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikan dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 berarti data normal, jika tidak maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas

(*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independen*). Jika variabel bebas (*independen*) saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas (*independen*) yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas (*independen*) sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas (*independen*) banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat (*dependen*).
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas (*independen*). Jika antar variabel bebas (*independen*) ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- 3) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas (*independen*) manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas (*independen*) lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Melihat grafik Plot antara nilai prediksi variable terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah suatu korelasi antara nilai variabel dengan nilai variabel yang sama pada lag satu atau lebih sebelumnya. Misalnya pada variabel bebas X_1 data ke i berkorelasi dengan data ke $i-1$ atau $i-2$. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson. Perhitungan dilakukan dengan ketentuan hipotesis dan rumusan uji statistik.

3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen/terikat dengan satu atau lebih variabel independen/bebas, dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji dengan dua cara yaitu uji F dan uji t yaitu :

a) Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai thitung $>$ ttabel dengan tingkat signifikannya ($p\text{-value}$) $<$ 5% (0,05), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Uji F (Simultan)

Uji statistik F bertujuan menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai Fhitung $>$ Ftabel dengan tingkat signifikannya $<$ 5% (0,05), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independe memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Gambaran Umum Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam Sumatera Utara

a. Sejarah Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam

Pemahaman tentang ekonomi rakyat dapat dipandang dari dua pendekatan yaitu: pertama, pendekatan kegiatan ekonomi dari pelaku ekonomi berskala kecil, yang disebut perekonomian rakyat. Berdasarkan pendekatan ini, pemberdayaan ekonomi rakyat dimaksudkan adalah pemberdayaan pelaku ekonomi skala kecil. Kedua, pendekatan sistem ekonomi, yaitu demokrasi ekonomi atau sistem pembangunan yang demokratis, disebut pembangunan partisipatif.

Pada perkembangannya wakaf kerap diarahkan kepada benda wakaf yang tidak bergerak, sedangkan wakaf benda bergerak baru mengemuka akhir-akhir ini. Diantara wakaf benda bergerak yang ramai diperbincangkan saat ini adalah wakaf uang yang dikenal dengan *Cash waqf*. Wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk tunai/uang.

Bank Wakaf Mikro diyakini dapat meningkatkan inklusi keuangan, khususnya pada masyarakat dan pelaku usaha kecil dan mikro (UKM) untuk mendapat kemudahan permodalan. Sebagai mana dasar hukum wakaf itu adalah, adanya ketetapan (keabadian) barang yang diwakafkan dan keberadaannya bisa dinikmati masyarakat secara luas. Sama halnya dengan bank wakaf mikro (wakaf uang) ini, masyarakat bisa menggunakan untuk modal usaha, dan mengembalikan dalam waktu yang telah disepakati, dan ini bisa dinikmati tidak hanya satu orang tapi seluruh masyarakat sekitar. Untuk diketahui, lembaga tersebut tidak diperkenankan mengambil simpanan dari masyarakat karena memiliki fokus pemberdayaan masyarakat melalui pembiayaan disertai pendampingan usaha. Lembaga ini

juga berstatus sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang diberi izin dan diawasi oleh OJK.

Dengan manajemen wakaf yang benar, Ponpes. Mawaridussalam digagas dan dicita-citakan menjadi lembaga pendidikan seperti Universitas al-Azhar di Mesir, Universitas Syanggit di Mauritania, Universitas Aligarh dan Perguruan Santineketan di India dan Pondok Modern Gontor di Jawa Timur. Kelima lembaga pendidikan tersebut menjadi sintesa dan idaman para pendiri Ponpes Mawaridussalam Deli Serdang.

Dengan demikian pendirian Ponpes Mawaridussalam yang berdiri pada tahun 2010 dengan status “Wakaf Murni” yang berlokasi di Jl. Peringgian Dusun III Desa Tumpatan Nibung Kecamatan Batangkuis Kabupaten Deli Serdang SUMUT 20372 menjadi sangat penting, dibutuhkan dan perlu mendapatkan dukungan dari semua pihak untuk kepentingan masyarakat, agama dan bangsa.

Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam merupakan pertama LKM Syariah tahap awal program “Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendirian LKM Syariah di sekitar Pesantren” yang diprakarsai oleh Lembaga Amil Zakat Nasional Bank Syariah Mandiri (LAZNAS BSM) Umat dimana pendiriannya difasilitasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (Pinbuk).¹

LKM Syariah ini didirikan di lingkungan salah satu Pondok Pesantren Mawaridussalam. Sejak berdirinya pesantren secara tidak langsung mulai menghidupkan perekonomian di desa tersebut. Pesantren Mawaridussalam berdiri dan memberikan peluang perekonomian yang lebih baik. Desa yang sebelumnya hampir tidak diketahui mulai ramai didatangi.

Bank Wakaf Mikro berdiri karena kemiskinan dan kesenjangan ekonomi yang mengakibatkan sebagian kelompok masyarakat terutama yang berada di pelosok pedesaan tidak dapat mengakses layanan perbankan dalam kaitannya dengan pengajuan pinjaman modal usaha. Masyarakat

¹ Otoritas Jasa Keuangan, <https://ojk.go.id>. Diakses pada tanggal 08 Juli 2020

sekitar pesantren Mawaridussalam sesuai dengan kriteria yang menjadi sasaran program ini.²

Bank Wakaf Mikro berperan untuk memberdayakan komunitas di sekitar pondok pesantren dengan mendorong pengembangan bisnis mereka melalui pemberian dana pinjaman untuk kelompok-kelompok bisnis masyarakat yang produktif. Data terakhir 08 Juli 2020 Bank Wakaf Mikro saat ini telah terbentuk 56 Bank Wakaf Mikro tersebar di seluruh Indonesia dengan 32,68 ribu jumlah nasabah, 4,15 ribu KUMPI dan Rp 45,19 Milyar jumlah pembiayaan kumulatif.³

Bank Wakaf Mikro berbadan hukum koperasi di masing-masing pesantren. Berdasarkan UU No. 1 Tahun 2013 Tentang LKM pasal 5 ayat 1 dan POK No. 12 Tahun 2014, STDD POJK No. 62 Tentang Kelembagaan, terdapat dua alternatif bentuk badan hukum yaitu Perseroan Terbatas atau koperasi. Berdasarkan karakteristik program dan kemudahan pemenuhan persyaratan perizinan usaha maka dipilih badan hukum untuk program ini adalah koperasi LKM Syariah. Koperasi ini berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang menyalurkan dana sebagai pinjaman kepada anggotanya (nasabah) tanpa memerlukan agunan. Selain itu, pinjaman yang didistribusikan oleh Bank Wakaf Mikro juga tidak memerlukan jaminan dari peminjam, dan margin ditetapkan pada tingkat yang sangat rendah, yaitu 3% per tahun.

Bank Wakaf Mikro Pondok Pesantren Mawaridussalam merupakan Bank Wakaf Mikro pertama yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia di Sumatera Utara dan Bank Wakaf Mikro ke-33 yang beroperasi di seluruh Indonesia. Bank Wakaf Mikro Pondok Pesantren Mawaridussalam berlokasi di Jalan Peringgian, Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Dengan surat izin operasional KEP-92/KR.05/2018 dan badan hukum

² Buku Panduan BWM LAZNAS BSM, *Kebijakan Manajemen Organisasi*, h.3-4.

³ LKMS Bank Wakaf Mikro, <http://www.lkmsbwm.id/>. Diakses tanggal 08 Juli 2020.

009934/BH/M.KUKM.2/X/2018. Pondok pesantren ini memiliki potensi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang cukup besar. Pasalnya, terdapat masyarakat yang berprofesi sebagai petani, pedagang kecil dan kuli bangunan di daerah tersebut. Selain itu, pondok pesantren ini juga berlokasi dekat dengan Bandara Internasional Kuala Namu, yang dapat menjadi akses dalam membantu pengembangan ekonomi dan usaha masyarakat sekitar pesantren.⁴

b. Gambaran Umum Lokasi Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam Sumatera Utara

Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam Sumatera Utara beralamat di Pondok Pesantren Maawaridussalam, Jalan Peringgian, Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.

c. Visi, Misi dan Tujuan Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam Sumatera Utara

1) Visi

Menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.

2) Misi

Mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan dan ekonomi ribawi, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran, berkemajuan berlandaskan syari'ah dan ridha Allah SWT.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, <https://ojk.go.id>. Diakses pada tanggal 02 Juni 2020.

3) Tujuan

Maksud program Bank Wakaf Mikro adalah untuk memberdayakan masyarakat di sekitar lingkungan Pesantren melalui pendirian lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah (LKM Syariah)/Bank Wakaf Mikro (BWM) dengan pola pendampingan. Tujuan program Bank Wakaf Mikro adalah:

- 1) Memaksimalkan peran pesantren dalam program pemberdayaan masyarakat miskin produktif.
- 2) Membangun dan mengukuhkan kelembagaan sosial ekonomi dari pesantren bagi lingkungan sekitar pesantren dalam bentuk LKM Syariah yang profesional, akuntabel, dan mandiri melalui penumbuhan Kelompok Usaha Masyarakat Sekitar Pesantren Indonesia (KUMPI).⁵

d. Struktur Organisasi Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam Sumatera Utara

Struktur organisasi diharapkan dapat memberikan gambaran pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab. Untuk menggerakkan organisasi tersebut dibutuhkan personil yang memegang jabatan tertentu dalam suatu organisasi, dimana masing-masing personil diberi tugas, wewenang dan tanggung jawab sesuai jabatannya.⁶

Adapun struktur organisasi dari Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam Sumatera Utara sebagai berikut:

1) Pengurus

Ketua : Drs. Junaidi, MM

Sekretaris : Muhammad Harmain, SE.MM

Bendahara : Muhammad Radiansyah, SE.I, ME.I

2) Pengawas

Ketua : Drs. KH. Syahid Marqum, S.Pd, ME.I

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Booklet Bank Wakaf Mikro*, (Jakarta, 2019), h.6.

⁶ Buku Panduan BWM LAZNAS BSM, *Kebijakan Manajemen Organisasi*, h.12.

Anggota : Drs. Supar Wasesa, MM

3) Dewan Pengawas Syariah

Ketua : DR. Andre Soemitra, MA

4) Pengelola Operasional

Manager : Bayu Satria Damanik, L.C

Supervisor : Muhammad Akhmar Yusfi Lubis, S.Si

Administrasi : Muhammad Abdul Khamid, S.E

Teller : Anjari Boru Maha

2. Deskripsi Data Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah responden yang sedang menjadi nasabah di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam . Sampel yang diambil yaitu seluruh responden yang berjumlah 94 orang. Berikut ini adalah penyajian hasil mengenai karakteristik responden.

a. Usia

Pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisisioner berdasarkan usia pada 94 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.1
Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-40 Tahun	40	42.6	42.6	42.6
41-50 Tahun	33	35.1	35.1	77.7
51-60 Tahun	21	22.3	22.3	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa proporsi rsponden yang mengisi kuisisioner, dari 94 responden ternyata sebanyak 40 responden atau 42,6% adalah berusia 20-40 Tahun, sebanyak 33 responden atau 35,1%

adalah berusia 41-50 Tahun, dan sisa nya sebanyak 21 responden atau 22,3% adalah usia 51-60 Tahun.

b. Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisisioner berdasarkan pendidikan terakhir pada 94 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.2
Pendidikan Terakhir

Cc				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	14	14.9	14.9	14.9
SMP/MTs	32	34.0	34.0	48.9
SMA/SMK	48	51.1	51.1	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa proporsi rsponden yang mengisi kuisisioner, dari 94 responden ternyata sebanyak 14 responden atau 14,9% adalah responden dengan tamatan pendidikan terakhir SD, sebanyak 32 responden atau 34,0% adalah responden dengan tamatan pendidikan terakhir SMP/MTs, dan sisa nya sebanyak 48 responden atau 51,1% adalah tamatan pendidikan terakhir SMA/SMK.

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid dengan menggunakan *correlation coefficient pearson* dengan syarat nilai koefisien tersebut diatas 0,5. Jumlah responden sebanyak 94 responden untuk *try out* (Uji Coba). Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut

adalah hasil uji validitas dari variabel literasi keuangan syariah, pemasaran dan pengambilan keputusan.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	74.4362	72.206	.639	.739
X1.2	74.1702	71.111	.695	.735
X1.3	74.6277	70.193	.678	.732
X1.4	74.4787	71.327	.611	.737
X1.5	74.4468	72.314	.641	.740
X1.6	74.1702	71.111	.695	.735
X1.7	74.5106	74.747	.385	.752
X1.8	74.6596	71.797	.528	.741
X1.9	74.5319	72.918	.533	.744
X1.10	74.2021	71.281	.630	.736
Literasi Keuangan Syariah	39.1702	19.842	1.000	.848

Sumber Hasil olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jika nilai r hitung > r tabel maka kuisisioner atau angket yang disebar valid, akan tetapi jika r hitung < dari r tabel, maka angket tidak valid. Jika dilihat dari tabel diatas nilai r hitung ternyata lebih besar dari r tabel, ($1,000 > 0,2028$). Berdasarkan hasil validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket dapat dinyatakan valid dengan r tabel sebesar 0,2028.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Pemasaran (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	72.4787	75.994	.616	.720
X2.2	73.0000	73.677	.654	.712
X2.3	72.5000	77.522	.504	.728
X2.4	72.7553	76.423	.613	.722
X2.5	72.5319	79.994	.370	.738
X2.6	72.5000	78.683	.600	.730
X2.7	72.7766	76.821	.545	.725
X2.8	72.7553	78.294	.425	.733
X2.9	72.6383	78.599	.539	.730
X2.10	72.3085	78.151	.531	.729
Pemasaran	38.2234	21.337	1.000	.797

Sumber : Hasil olahan SPSS v. 20

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jika nilai r hitung > r tabel maka kuisisioner atau angket yang disebar valid, akan tetapi jika r hitung < dari r tabel, maka angket tidak valid. Jika dilihat dari tabel diatas nilai r hitung ternyata lebih besar dari r tabel, ($1,000 > 0,2028$). Berdasarkan hasil validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket dapat dinyatakan valid dengan r tabel sebesar 0,2028.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Pengambilan Keputusan (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	26.1489	13.117	.638	.739
Y.2	26.7872	12.320	.661	.721
Y.3	26.3191	13.123	.578	.746
Y.4	25.9681	13.494	.484	.765
Pengambilan Keputusan	15.0319	4.160	1.000	.651

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jika nilai r hitung $>$ r tabel maka kuisisioner atau angket yang disebar valid, akan tetapi jika r hitung $<$ dari r tabel, maka angket tidak valid. Jika dilihat dari tabel diatas nilai r hitung ternyata lebih besar dari r tabel, ($1,000 > 0,2028$). Berdasarkan hasil validitas diatas, maka dapat disimpulkan semua angket dapat dinyatakan valid dengan r tabel sebesar 0,2028.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya dan diandalkan. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70. Berikut adalah hasil Uji Reliabilitas dari variabel literasi keuangan syariah, pemasaran dan pengambilan keputusan dengan 94 responden. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan Syariah (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	11

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	11

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Pengambilan Keputusan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20.00 hasil perhitungan terhadap variabel literasi keuangan syariah sebesar 0,760, pemasaran sebesar 0,747, pengambilan keputusan sebesar 0,777. Hasil tersebut terlihat bahwa reliabilitas masing-masing variabel dalam kisaran 0,70 maka hasilnya bisa diterima dan kuesioner dinyatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Analisis Grafik diukur jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Sedangkan, salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) pada alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 berarti data normal, jika tidak maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

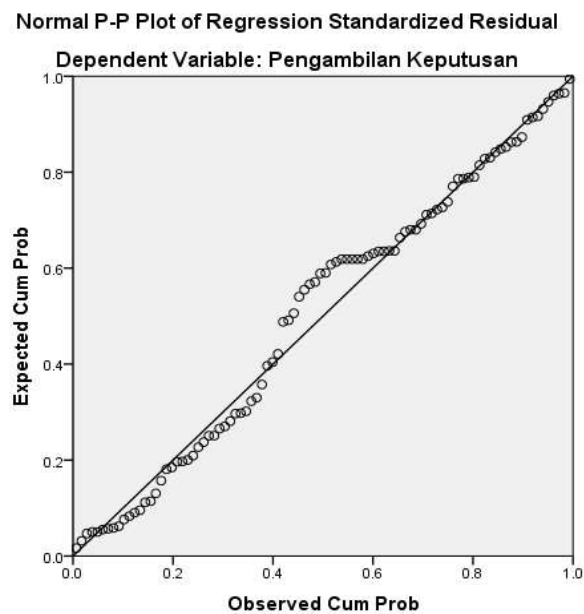
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.12151272
	Absolute	.101
Most Extreme Differences	Positive	.051
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.975
Asymp. Sig. (2-tailed)		.298

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,975 dengan probabilitas signifikansi 0,298 dan nilainya lebih dari 0,05 hal ini berarti pengambilan keputusan nasabah Bank Wakaf Mikro dalam memilih pembiayaan mikro berdistribusi normal.



Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas p-p lot

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diketahui hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa residual mengikuti distribusi data dalam penelitian normal.

Uji Kolmogorov-Smirnov dapat juga dilakukan untuk menguji apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan lain pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan pada uji autokorelasi durbin-watson yaitu apabila nilai dw terletak antara dU dan 4-dU ($dU < d < 4-dU$). Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.698	.691	1.13377	2.235

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Uji autokorelasi durbin-watson diatas menunjukkan nilai dw sebesar 2,235, sedangkan nilai tabel pembanding berdasarkan data dengan melihat pada tabel DW, nilai dL = 1,5991 nilai dU = 1,7306, dan nilai 4-dU = 2,2694. Nilai $dU < dw < 4-dU$, karena nilai yang diperoleh sebesar $1,7306 < 2,235 < 2,2694$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak mengandung autokorelasi.

c. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas

(independen). Jika variabel bebas (independen) saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas (independen) yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas (independen) sama dengan nol. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF), jika nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada antar variable independennya. Hasil pengujian multikolinieritas dengan nilai TOL dan VIF adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.463	1.071		.432	.667		
1 Literasi							
Keuangan	.052	.043	.114	1.205	.231	.374	2.676
Syariah							
Pemasaran	.328	.042	.742	7.874	.000	.374	2.676

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Dari tabel *Coefficient* pada kolom *Collinearity Statistics*, dapat terlihat nilai *Tolerance* dan *VIF*. Nilai *Tolerance* dari masing-masing variabel adalah 0.374 dan 0.374, dimana nilainya lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* dari variabel Persepsi, Literasi keuangan syariah dan pemasaran masing-masing adalah 2.676 dan 2.676 dimana nilainya lebih kecil dari 10. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel lolos dari gejala multikolonieritas.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residu, jika grafik plot menunjukkan suatu pola titik yang bergelombang atau melebar kemudian menyempit, maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika grafik plot tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.312	.570		4.056	.000		
1 Literasi							
Keuangan	-.020	.023	-.145	-.872	.385	.374	2.676
Syariah							
Pemasaran	-.016	.022	-.117	-.702	.484	.374	2.676

a. Dependent Variable: RESUC
Sumber: Hasil olahan SPSS v.20

Pada output data diatas terlihat bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig > α , yaitu 0.385 untuk variabel literasi keuangan syariah dan pemasaran sebesar 0.484, sehingga penelitian ini bebas dari heterokedastisitas dan layak untuk di teliti.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	.463	1.071		.432	.667			
1 Literasi Keuangan Syariah Pemasaran	.052	.043	.114	1.205	.231	.701	.125	.069
	.328	.042	.742	7.874	.000	.832	.637	.454

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
Sumber : Hasil olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dirumuskan persamaan resepsi linier berganda sebagai berikut :

$$P_k = a + b_1L_k + b_2P_s + e$$

$$P_k = 0,463 + 0,52 + 0,328 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Konstanta bernilai positif sebesar 0,463 hal ini menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel X dan variabel Y, bahwa apabila variabel literasi keuangan syariah dan pemasaran dianggap konstan (0) maka jumlah nasabah yang mengambil keputusan untuk memilih pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam sebesar 0,463.
- 2) Nilai koefisien variabel literasi keuangan syariah (b_1) bernilai positif sebesar 0,52 hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki hubungan searah dengan pengambilan keputusan nasabah pembiayaan mikro, apabila literasi keuangan syariah meningkat 1

satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah sebesar 0,52 dengan catatan variabel pemasaran dianggap konstan.

- 3) Nilai koefisien variabel pemasaran (b_2) bernilai positif sebesar 0,328 hal ini menunjukkan bahwa arah hubungan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah adalah positif. Apabila pemasaran meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah sebesar 0,328 dengan catatan variabel literasi keuangan syariah dianggap konstan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai thitung > ttabel dengan tingkat signifikannya ($p\text{-value}$) < 5% (0,05), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji t (pengujian secara parsial) sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	.463	1.071		.432	.667			
1 Literasi								
Keuangan	.052	.043	.114	1.205	.231	.701	.125	.069
Syariah								
Pemasaran	.328	.042	.742	7.874	.000	.832	.637	.454

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
Sumber : Hasil Olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, dapat diketahui apakah masing-masing variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah secara terpisah. Nilai t_{tabel} diperoleh dengan menentukan df terlebih dahulu $df = n - k = 94 - 3 = 91$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1,98638$. Dapat disimpulkan masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} untuk variabel literasi keuangan syariah sebesar 1,205. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,231. Jika dilihat dari nilai t_{hitung} ternyata lebih kecil dari nilai t_{table} ($1,205 < 1,98638$) dan nilai sig $0,231 > 0,05$. Maka dapat simpulkan bahwa H_0^1 diterima dan H_a^1 ditolak yang berarti literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk variabel pemasaran sebesar 7,874. Tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Jika dilihat dari nilai t_{hitung} ternyata lebih besar dari nilai t_{table} ($7,874 > 1,98638$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat simpulkan bahwa H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima yang berarti pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah.

b. Simultan (F)

Uji statistik F bertujuan menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikannya $< 5\%$ (0,05), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269.930	2	134.965	104.996	.000 ^b
	Residual	116.975	91	1.285		
	Total	386.904	93			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Literasi Keuangan Syariah

Sumber : Hasil Olahan SPSS v.20

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa uji simultan ini menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 104,996 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil analisis diperkuat dengan nilai F_{tabel} yang diperoleh dari $k = 3$, $n = 94$, $df (n1) = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $df (n2) = n - k = 94 - 3 = 91$ serta taraf signifikansi 0,05 sehingga diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,10$. Nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($104,996 > 3,10$) dari nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti secara bersama-sama literasi keuangan syariah dan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.

b. Uji Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independe memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.16
Hasil Uji Determinasi (R Square)

Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.835 ^a	.698	.691	1.13377	.698	104.996	2	91	.000

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber : Hasil Olahan SPSS v.20

Berdasarkan gambar diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,691 atau 69,1%. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran berpengaruh 69,1% terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam sedangkan sisanya 30,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

Std. Error of the Estimate (SEE) sebesar 1,13377. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependent.

B. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan

Dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan, seseorang perlu memiliki pengetahuan, sikap, dan implementasi keuangan pribadi yang sehat. Sejauh mana pengetahuan, sikap dan implementasi seseorang dalam mengelola keuangan, dikenal dengan literasi keuangan.

Literasi keuangan dalam hal ini adalah melek keuangan. Melek keuangan adalah pengetahuan tentang sikap dan tingkah laku untuk membuat keputusan yang di butuhkan dalam hal keuangan yang mereka miliki untuk meningkatkan kesejahteraan setiap individu. Literasi keuangan juga dapat diartikan suatu proses aktifitas untuk meningkatkan ketrampilan,

pengetahuan, dan keyakinan masyarakat luas agar mereka mampu untuk mengelola keuangan mereka untuk menjadi lebih baik.

Literasi keuangan juga mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Literasi keuangan juga dapat membantu seseorang untuk merencanakan keuangannya di masa depan dengan mengambil keputusan dimasa sekarang dengan baik. Dalam suatu pengambilan keputusan tingkat literasi keuangan dapat mempengaruhi pemikiran dari seseorang tersebut, semakin tinggi tingkat literasi mereka maka akan semakin baik dalam pengambilan keputusan mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengambilan keputusan. Hal ini sesuai dengan penelitian Aksanul Khosasi bahwa pengaruh literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan positif dan tidak signifikan.¹³

Hal ini disebabkan karena masyarakat sekitar pondok pesantren memutuskan memilih pembiayaan mikro bukan berdasarkan literasi keuangan mereka, tetapi atas dasar masyarakat hanya ingin pembiayaan mikro yang diberikan oleh Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam segera dicairkan. Dari penelitian di atas salah satu hal yang mendasari penulis ingin melakukan penelitian tentang pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

Sejauh ini alat untuk mengukur tingkat literasi keuangan masih terpaku dengan cara penyebaran kuesioner tentang pengetahuan umum seperti investasi, asuransi, tabungan maupun pinjaman. Pengukuran pemahaman

¹³ Aksanul Khosasi, “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017)

dasar keuangan biasanya memakai konsep seperti berikut: (i) menghitung dan memahami tentang suku bunga dan bunga majemuk; (ii) memahami inflasi; dan (iii) memahami difersifikasi risiko, sementara bunga atau riba tidak dibenarkan dalam Islam, oleh karenanya ukuran tersebut tidak dapat dituangkan dalam mengukur literasi keuangan bagi umat Muslim. Model pengukuran yang tepat tentunya dapat digunakan sebagai dasar pengukuran literasi keuangan untuk menentukan pada tataran mana solusi literasi itu harus diatasi. Sehingga para nasabah dapat lebih baik dalam menerapkan tentang literasi keuangan syariah untuk mempermudah mereka mengambil keputusan dengan lebih baik.

2. Pengaruh Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan

Menurut William J. Stanton pemasaran adalah “suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan perdagangan yang dirancang untuk membuat rencana, harga, promosi dan distribusi untuk memuaskan kebutuhan akan barang-barang dan jasa-jasa dari para langganan yang sudah ada maupun yang potensial.¹⁴ Sesuai dengan prinsip pemasaran yang telah di dikatakan seperti di atas, marketing yang telah di lakukan oleh Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam berjalan dengan baik.

Hasil ini terbukti dari hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa pemasaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengambilan keputusan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Aksanul Khosasi bahwa pengaruh pemasaran terhadap pengambilan keputusan positif dan signifikan.¹⁵ Hal ini disebabkan karena pemasaran adalah faktor terpenting abagi sebuah lembaga untuk bisa menyampaikan sebuah produk unggul yang ada pada lembaga tersebut. Semakin baik cara manajemen pemasaran melakukan promosi, maka semakin banyak juga masyarakat yang ingin

¹⁴ William J Station, *Prinsip Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 1996) Hal.9

¹⁵ Aksanul Khosasi, “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017)

menjadi nasabah pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan

Perilaku konsumen merupakan aktivitas yang berhubungan dengan konsumsi dari individu. Perilaku konsumen berhubungan dengan alasan dan tekanan yang mempengaruhi pemilihan, pembelian, penggunaan, dan pembuangan barang dan jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pribadi. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (low involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (high involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap nasabah pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam dengan cara melakukan penyebaran kuesioner terhadap 94 nasabah pembiayaan mikro. Hasil dari penyebaran terhadap responden yang berjumlah 94 nasabah di dapat hasil yang cukup baik dan beragam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan pemasaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan mikro. Hal ini sesuai dengan penelitian Aksanul Khosasi bahwa pengaruh pemasaran terhadap pengambilan keputusan positif dan signifikan.¹⁶ Dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan syariah dan pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

¹⁶ Aksanul Khosasi, “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017)

Ini menandakan di mana para nasabah pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam, sangat terpengaruh oleh kedua variabel tersebut. Sebagai bukti pada tabel 4.14 menunjuka data bahwa pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam, ditentukan 69,1% oleh variabel literasi keuangan dan menejmen pemasaran, selebihnya (30,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas penulis. Jumlah presentase yang telah di tunjukan menjadi bukti bahwa mayoritas responden atau nasabah, mereka memperhatikan aspek literasi keuangan syariah dan pemasaran menjadi landasan alasan mereka untuk melakukan pengambilan keputusan mereka dalam hal melakukan pembiayan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro pada Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki arah hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
2. Secara parsial pemasaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran memiliki arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.
3. Secara simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pihak yang terkait.

1. Bagi Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam, perlu adanya sosialisasi yang lebih maksimal kepada masyarakat, khususnya mengenai literasi keuangan syariah seperti mengunjungi pengajian ibu-ibu sekitar pondok pesantren.
2. Bagi peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar melakukan penelitian dengan menggunakan tambahan variabel lain untuk

mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro selain literasi keuangan syariah dan pemasaran. Kemudian, menggunakan data waktu penelitian yang lebih panjang, agar memungkinkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

3. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk memperkaya kajian yang digunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam menyelesaikan tugas maupun penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Al – Qur'an Al Karim

Agustianto, *„Membangun Literasi Keuangan Syariah‘*, bag I

Asri, Marwan Asri, *Marketing*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1991

D, Riswandi, *Pembiayaan Qardul Hasan Di Bank Syariah Mandiri Kota Mataram. Istimbath*,2015

Handida, Rahmawati Deylla Handida dan Maimun Sholeh, *“Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”*, Jurnal, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2010

Kemenag, Al-Qur'an Terjemah Kementerian Agama RI

Khosasi,Aksanul , *“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo”*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017

Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2011

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jaka Waksana, jilid 1, Jakarta:Erlangga,1996

Lembaga Diklat Profesi – LDP Pinbuk – LAZnas BSM Modul 11 : Kelompok Usaha Masyarakat Sekitar Pesantren Indonesia.

Marlinda, Yulis, *“Pengaruh Pemasaran terhadap Penggunaan Produk Warung Mikro dengan Minat Nasabah sebagai Variabel Moderating”*, Skripsi, UIN Ar-Raniry,2019

- Maski, Ghozali Maski, “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malaka*”, *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol 4, No 1, Mei 2010
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: YKPN.2005
- OECD-INFE (Organisation for Economic Co-operation and Development – International Survey of Adult Financial Literacy Competencies
- Otoritas Jasa Keuangan, *Booklet Bank Wakaf Mikro*, Jakarta, 2019
- Otoritas Jasa Keuangan, Peraturan otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi *Konsumen dan/atau Masyarakat*
- Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) revisit 2017*.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Manajemen Bank Wakaf Mikro*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. 2017
- Otoritas Jasa Keuangan. *Panduan Program Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Melalui Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.2017
- Rakhmindyanto dan Syaifullah, ‘*Keuangan Inklusif dan Pengentasan Kemiskinan*’, dalam www.kemenkeu.com
- Sofjan, Assauri , *manajemen pemasaran*. Jakarta :PT.Rajagrafindo persada. 2015
- Station, William J, *Prinsip Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1996
- Sudiarti, Sri, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Medan : FEBI UIN-SU Press, 2018
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Penerbitt Alfabeta, 2006
- Tarigan, Azhari Akmal, *Buku Panduan Penulisan Skripsi* Medan: Febi UIN SU
- Tarigan,Azhari Akmal & Agustianto, *Wakaf Produktif*, Medan : IAIN Press
- Taufiq, Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2005

Tjiptono ,Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta:ANDI, 2008

Undang – undang No. 21 Tahun 2008 tentang Pembiayaan Qard

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro

Yulianto, Agus “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah*”, Jurnal, Universitas Islam Indonesia, 2018

Zarkasy. *Teori: Pengertian Pondok Pesantren*. Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 2003

Website :

Agustianto, *Membangun Literasi Keuangan Syariah di Indonesia*, dalam www.iqtishadconsulting.com, diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 20.30 WIB.

<https://www.bps.go.id>

<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20190513195613-29-72210/2-tahun-berdiripembiayaan-bank-wakaf-mikro-capai-rp-845-m>

LKMS Bank Wakaf Mikro, <http://www.lkmsbwm.id/>. Diakses tanggal 08 Juli 2020.

Otoritas Jasa Keuangan, <https://ojk.go.id>. Diakses pada tanggal 08 Juli 2020

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian Skripsi

“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro (Studi Kasus Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam)”

I. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Isilah kuesioner berikut ini dengan tepat.

- Nama : _____
- Umur : 20 Thn - 40 Thn
 41 Thn – 50 Thn
 51 Thn – 60 Thn
- Jenis Kelamin : _____
- Bidang Usaha : _____
- Alamat : _____
- Pendidikan Terakhir : SD SMP/MTs SMA/SMK
- Penghasilan Rata-rata Perbulan : Rp 500.000 – Rp 1.000.000
 Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
- Lama menjadi Nasabah : _____

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER, VARIABEL LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PEMASARAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Pilihlah salah satu jawaban yang Anda anggap paling tepat dengan cara memberi tanda check list (√) pada setiap butir pertanyaan.

Setiap butir pertanyaan berikut ini terdiri dari 5 pilihan jawaban :

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
2 : Tidak Setuju (TS)
3 : Netral/ Ragu-ragu (N)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

III. PERNYATAAN

Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
Literasi Keuangan Syariah					
1. Memahami jenis dan produk industri keuangan syariah mempengaruhi individu dalam memutuskan untuk menggunakan jasa keuangan syariah.					
2. Mengetahui kelebihan dari industri keuangan syariah terhadap industri keuangan konvensional menjadikan individu memilih menggunakan industri keuangan syariah.					
3. Perencanaan keuangan yang bagus untuk kesejahteraan hidup di masa depan adalah dengan memilih pembiayaan mikro dari Bank Wakaf Mikro					
4. Individu yang memiliki perencanaan keuangan secara syariah akan memilih menggunakan pembiayaan mikro.					
5. Mengetahui dan memahami teori pembiayaan mikro mampu menjadikan individu memilih menggunakan jasa Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam.					
6. Memahami kinerja dan operasional Bank Wakaf Mikro mampu mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan jasa Bank Wakaf Mawaridussalam.					

7. Individu yang menginginkan keberkahan dari hasil investasi akan lebih memilih menggunakan jasa Bank Wakaf dibandingkan dengan pinjaman konvensional.					
8. Individu yang menginginkan hartanya agar tidak bercampur dengan riba akan memilih menggunakan jasa pembiayaan mikro dari Bank Wakaf.					
9. Mengetahui serta memahami produk Bank Wakaf Mikro mampu mempengaruhi individu dalam memutuskan menggunakan jasa Bank Wakaf Mikro.					
10. Keunggulan produk dan jasa Bank Wakaf Mikro mampu mempengaruhi individu untuk memilih Bank Wakaf Mikro daripada pinjaman konvensional.					
Pemasaran					
11. Produk Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam merupakan produk yang solutif untuk dana usaha mikro.					
12. Produk Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.					
13. Produk Pembiayaan Mikro di Bank Wakkaf Mikro Mawaridussalam terjamin aman dan terbebas dari riba.					
14. Biaya administrasi pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam dapat dijangkau oleh nasabah.					
15. Angsuran yang ditawarkan cukup terjangkau.					

16. Pembiayaan yang dijalankan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan.					
17. Lokasi kantor Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam cukup strategis berada di pondok pesantren yang mudah dijangkau nasabah.					
18. Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam melakukan promosi melalui media massa dan media elektronik.					
19. Promosi yang dilakukan secara jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.					
20. Promosi dilakukan langsung kepada masyarakat.					
Pengambilan Keputusan					
21. Memutuskan memilih pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam karena memahami produk syariah.					
22. Memutuskan memilih pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam karena terbebas dari unsur riba.					
23. Memutuskan memilih pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam karena keyakinan terhadap lembaga keuangan syariah.					
24. Sebelum memilih pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam saya membandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.					

Hasil Kuisisioner Demografi

NO.	Demografi	
	Usia	Pendidikan
1	1	3

2	2	2
3	1	2
4	2	2
5	2	2
6	3	2
7	3	2
8	1	3
9	1	3
10	1	3
11	2	2
12	3	1
13	3	1
14	1	3
15	2	2
16	3	2
17	2	2
18	1	3
19	1	3
20	2	2
21	2	2
22	1	3
23	3	2
24	2	2
25	3	2
26	1	3
27	1	3
28	1	3
29	1	3
30	3	1
31	3	2
32	1	3
33	2	2
34	1	3
35	2	3
36	1	3
37	1	3
38	1	3
39	1	3
40	2	2

41	2	2
42	1	3
43	3	1
44	3	1
45	1	2
46	2	3
47	2	2
48	2	2
49	2	2
50	2	3
51	1	3
52	1	3
53	1	3
54	1	3
55	1	3
56	3	1
57	2	1
58	1	3
59	1	3
60	1	3
61	1	3
62	2	3
63	2	3
64	1	3
65	2	2
66	3	1
67	2	3
68	3	1
69	2	3
70	3	1
71	2	3
72	3	3
73	1	3
74	1	3
75	1	3
76	3	1
77	2	2
78	3	2
79	2	3

80	1	3
81	1	3
82	1	3
83	1	3
84	2	2
85	2	2
86	3	1
87	1	3
88	3	1
89	2	2
90	2	2
91	3	1
92	1	3
93	2	2
94	2	2

Hasil Kuisiner Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

Literasi Keuangan Syariah										
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	34
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	36
3	4	3	3	3	4	4	1	3	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
4	5	4	4	4	5	4	3	5	5	43
4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	36
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	5	4	4	4	5	4	3	3	5	41
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43

4	5	4	3	4	5	3	3	3	4	38
2	4	2	3	2	4	2	2	4	5	30
3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	35
4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	34
4	5	3	5	4	5	5	2	3	5	41
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
4	2	2	2	4	2	3	2	4	3	28
5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
3	4	4	5	3	4	4	2	3	3	35
3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	35
4	4	3	5	4	4	3	3	3	3	36
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	36
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	33
3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	42
4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	42
4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	42
2	4	2	3	2	4	4	5	2	4	32
3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	34
4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	35
4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	45
4	5	5	4	4	5	3	3	4	5	42
4	2	2	2	4	2	3	3	4	2	28
5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	37

3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	34
4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	38
4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	39
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	43
4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	39
4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	43
4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	43
3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	42
3	4	5	4	4	4	4	5	2	4	39
4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	35
4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
5	5	4	4	4	5	3	3	4	5	42
3	4	3	2	4	4	3	3	3	2	31
5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37
4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	39
3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	36
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	36

Hasil Kuisiner Variabel Pemasaran (X2)

Pemasaran										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40
3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	36
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
4	1	3	4	3	3	3	5	3	4	33
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	43
4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	35
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	5	4	3	4	5	4	5	40
4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
3	3	3	4	4	4	3	5	4	5	38
2	2	4	5	4	4	3	4	2	4	34
4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	36
4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	36
5	2	3	5	4	5	5	4	4	5	42
5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	42
3	2	4	3	2	3	2	3	4	2	28
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
4	2	3	3	4	4	5	5	3	4	37
4	3	3	5	4	4	3	2	3	4	35
3	3	3	3	4	4	5	2	4	4	35
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	38

4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	35
4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	28
4	4	5	3	3	3	4	1	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
4	3	5	4	3	4	4	3	5	5	40
3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	35
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	35
5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	40
5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	44
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40
3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	37
4	4	4	2	4	4	2	2	4	5	35
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
4	2	4	3	3	4	4	3	4	3	34
5	3	4	3	5	5	5	2	3	5	40
4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	41
2	2	3	2	4	3	3	2	4	3	28
5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	45
5	2	5	4	3	4	4	2	3	3	35
4	3	2	3	4	4	4	3	3	5	35
2	2	2	3	5	4	3	3	3	3	30
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40
5	4	4	3	5	3	3	4	4	3	38
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	34
4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	29
4	4	5	3	3	4	1	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47

4	3	5	4	3	4	3	5	4	5	40
3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	35
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	35
5	5	5	4	3	4	3	3	4	5	41
5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	43
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40
3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	39
4	3	5	4	4	3	3	3	4	5	38
4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	34
5	3	4	3	5	5	2	3	4	5	39
4	4	5	5	3	5	4	4	4	5	43
2	2	3	2	4	3	2	4	3	2	27
5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
5	2	5	4	3	4	2	3	3	4	35
4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	33
2	2	2	3	5	3	3	3	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	40
4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	36

Hasil Kuisiner Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

Keputusan Memilih				
Y.1	Y.2	Y.3	Y .4	Y
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	4	3	13
4	3	3	4	14
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16

5	4	5	5	19
4	3	5	5	17
4	3	2	4	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	3	3	5	15
4	3	4	5	16
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
3	3	3	4	13
3	3	4	5	15
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14
5	2	3	5	15
5	4	4	4	17
3	2	4	3	12
5	4	5	4	18
4	2	3	3	12
4	3	3	5	15
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	4	3	13
4	3	3	4	14
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
3	3	3	3	12
4	1	3	4	12
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	3	5	5	17
4	3	2	4	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	3	3	5	15
4	3	4	5	16
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17

3	3	3	4	13
2	2	4	5	13
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14
5	2	3	5	15
5	4	4	4	17
3	2	4	3	12
5	4	5	4	18
4	2	3	3	12
4	3	3	5	15
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	4	3	13
4	3	3	4	14
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
3	3	3	3	12
4	1	3	4	12
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	3	5	5	17
4	3	2	4	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	3	3	5	15
4	3	4	5	16
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
3	3	3	4	13
2	2	4	5	13
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14
5	2	3	5	15
5	4	4	4	17
3	2	4	3	12
5	4	5	4	18
4	2	3	3	12

4	3	3	5	15
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17

Lampiran 2 : Hasil Uji Deskriptif

Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	14	14.9	14.9	14.9
SMP/MTs	32	34.0	34.0	48.9
SMA/SMK	48	51.1	51.1	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-40 Tahun	40	42.6	42.6	42.6
41-50 Tahun	33	35.1	35.1	77.7
51-60 Tahun	21	22.3	22.3	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	74.4362	72.206	.639	.739
X1.2	74.1702	71.111	.695	.735
X1.3	74.6277	70.193	.678	.732
X1.4	74.4787	71.327	.611	.737
X1.5	74.4468	72.314	.641	.740
X1.6	74.1702	71.111	.695	.735
X1.7	74.5106	74.747	.385	.752
X1.8	74.6596	71.797	.528	.741
X1.9	74.5319	72.918	.533	.744
X1.10	74.2021	71.281	.630	.736
Literasi Keuangan Syariah	39.1702	19.842	1.000	.848

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	72.4787	75.994	.616	.720
X2.2	73.0000	73.677	.654	.712
X2.3	72.5000	77.522	.504	.728
X2.4	72.7553	76.423	.613	.722
X2.5	72.5319	79.994	.370	.738
X2.6	72.5000	78.683	.600	.730
X2.7	72.7766	76.821	.545	.725
X2.8	72.7553	78.294	.425	.733
X2.9	72.6383	78.599	.539	.730
X2.10	72.3085	78.151	.531	.729
Pemasaran	38.2234	21.337	1.000	.797

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	26.1489	13.117	.638	.739
Y2	26.7872	12.320	.661	.721
Y3	26.3191	13.123	.578	.746
Y4	25.9681	13.494	.484	.765
Pengambilan Keputusan	15.0319	4.160	1.000	.651

Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

Reliability Statistics

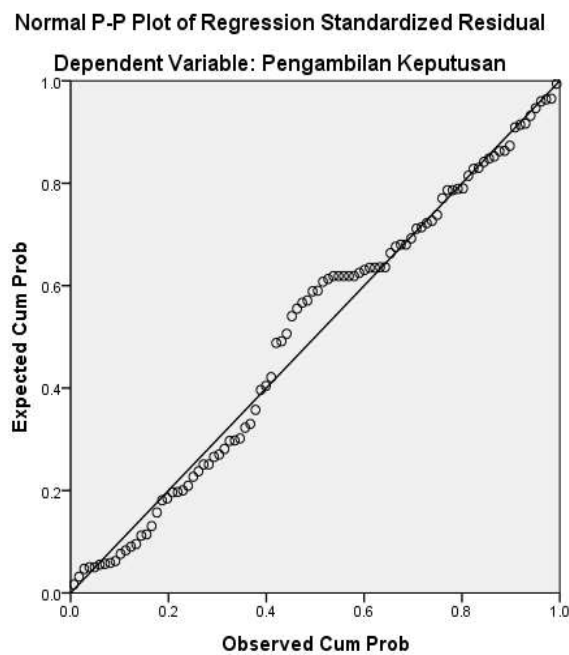
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	11

Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.12151272
	Absolute	.101
Most Extreme Differences	Positive	.051
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.975
Asymp. Sig. (2-tailed)		.298

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Lampiran 6 : Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.698	.691	1.13377	2.235

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.463	1.071		.432	.667		
	Literasi Keuangan Syariah	.052	.043	.114	1.205	.231	.374	2.676
	Pemasaran	.328	.042	.742	7.874	.000	.374	2.676

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 8 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.312	.570		4.056	.000		
	Literasi Keuangan Syariah	-.020	.023	-.145	-.872	.385	.374	2.676
	Pemasaran	-.016	.022	-.117	-.702	.484	.374	2.676

a. Dependent Variable: RESUC

Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	.463	1.071		.432	.667			
	Literasi Keuangan Syariah	.052	.043	.114	1.205	.231	.701	.125	.069
	Pemasaran	.328	.042	.742	7.874	.000	.832	.637	.454

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 10 : Hasil Uji Determinasi R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.835 ^a	.698	.691	1.13377	.698	104.996	2	91	.000

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 11 : Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	.463	1.071		.432	.667			
	Literasi Keuangan Syariah	.052	.043	.114	1.205	.231	.701	.125	.069
	Pemasaran	.328	.042	.742	7.874	.000	.832	.637	.454

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Lampiran 12 : Hasil Uji Simultan (F)**ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	269.930	2	134.965	104.996	.000 ^b
Residual	116.975	91	1.285		
Total	386.904	93			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pasaran, Literasi Keuangan Syariah

Lampiran 13 : Tabel r

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 14 : Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 15 : Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 16 : Tabel R

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7305	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Lampiran 17 : Surat izin penelitian di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam



KOPERASI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH
PONDOK PESANTREN MAWARIDUSSALAM

Jalan Peringgian Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Kab Deli Serdang, Sumatera Utara
 Email: bwmmawaridussalam@gmail.com / 0896-6634-2106

SURAT KETERANGAN
Nomor : 14/LKMS.MASA/XI/2020

Assalamu' alaikum wr.wb.

Selubungan dengan surat dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/ FEBI, Nomor: B-1210/B/KS.02/04/2020, hal : Izin Mengadakan Penelitian tertanggal 20 April 2020, Maka Pegurus Bank Wakaf Mikro Ponpes Mawaridussalam dengan ini menerangkan nama mahasiswa/i di bawah ini :


Nama	: Anggraini Octavia
Tempat/Tgl. Lahir	: Medan, 25 Oktober 1998
NIM	: 0503162150
Prog.Studi	: VIII/Perbankan Syariah
Strata	: S1

Telah **Diberikan Uzin** Untuk Melakukan Riset di Bank Wakaf Mikro Ponpes Mawaridussalam dengan ketentuan yang berlaku pada lembaga BWM, untuk itu kami beri Izin guna untuk membantu saudara/i dalam penyusunan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro Ponpes Mawaridussalam"**.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untkr dapat dipergunakan seperlunya.

Batang Kuis, 6 Juli 2020
 Pengurus LKMS Mawaridussalam


 M. Radiansyah, S.E.I., M.E.I





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS DIRI

Nama : Anggraini Octavia
NIM : 0503162150
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 25 Oktober 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah
Alamat : Jl. Taqwa No.10 D Medan Sunggal
Status : Belum Menikah
No. HP : 088807125414
Alamat E-mail : octaviaanggraini117@gmail.com
Anak ke : 4 dari 5 Bersaudara
Nama Orangtua
Ayah : Alm. Bustamar Tanjung
Ibu : Juniarti

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2004-2010 : SD NEGERI 068074 MEDAN
2. Tahun 2010-2013 : SMP NEGERI 06 MEDAN
3. Tahun 2013-2016 : SMK NEGERI 06 MEDAN
4. Tahun 2016-2020 : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Tahun 2017-2018 : Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) FEBI
2. Tahun 2017-2019 : KSEI UIE (Universal Islamic Economic)
3. Tahun 2018-2019 : GenBI (Generasi Baru Indonesia)