

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT MEMILIH PELAKU USAHA MIKRO TERHADAP PEMBIAYAAN SYARIAH DI KABUPATEN BOGOR

AHMAD ULIN NUHA



**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Memilih Pelaku Usaha Mikro Terhadap Pembiayaan Syariah di Kabupaten Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, November 2025

Ahmad Ulin Nuha
H2501231048

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

AHMAD ULIN NUHA. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Memilih Pelaku Usaha Mikro Terhadap Pembiayaan Syariah di Kabupaten Bogor. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan JAENAL EFFENDI.

Usaha mikro sebagai bagian terbesar dari UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian nasional melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan PDB, dan pengurangan kemiskinan. Namun, perkembangan usaha mikro masih terhambat oleh berbagai tantangan, terutama keterbatasan akses pembiayaan akibat persyaratan yang ketat, minimnya agunan, serta rendahnya literasi dan pemahaman mengenai sistem keuangan syariah. Di tengah berbagai kendala tersebut, pembiayaan syariah menunjukkan pertumbuhan yang lebih positif dibanding pembiayaan konvensional dan memiliki potensi sebagai mekanisme pembiayaan yang lebih inklusif.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis karakteristik pelaku usaha mikro dalam memilih pembiayaan syariah; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat mereka dalam memilih pembiayaan syariah; dan (3) merumuskan strategi pemasaran bagi lembaga pembiayaan syariah. Sesuai dengan tujuan tersebut, penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior* yang dilengkapi dengan variabel tambahan seperti religiusitas, reputasi, literasi keuangan, dan komponen bauran pemasaran.

Penelitian dilakukan di Kabupaten Bogor pada periode Mei hingga Juli 2025 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha mikro sebagai data primer, serta berbagai publikasi sebagai data sekunder. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive*, sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*, sehingga diperoleh 200 responden yang terdiri atas 100 pengguna dan 100 non-pengguna pembiayaan syariah. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif melalui *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dan *Importance-Performance Mapping Analysis* (IPMA) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah pelaku usaha mikro berjenis kelamin laki-laki, berada pada usia produktif, berpendidikan menengah (SMA/ sederajat), didominasi sektor perdagangan, dan memiliki pengalaman usaha lebih dari sepuluh tahun. Hasil SEM-PLS menunjukkan bahwa pada kedua kelompok responden, variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan reputasi berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan pembiayaan syariah. Sebaliknya, variabel harga, produk, promosi, tempat, religiusitas, dan literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan pada kelompok non-pengguna. Sementara itu, pada kelompok pengguna, hanya variabel tempat dan harga yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan pembiayaan syariah. Secara keseluruhan, faktor psikologis dan sosial terbukti lebih dominan dibandingkan bauran pemasaran maupun religiusitas pribadi dalam membentuk niat pelaku usaha mikro terhadap pembiayaan syariah.

Hasil IPMA strategi pemasaran lembaga pembiayaan syariah perlu dibedakan antara non pengguna dan pengguna. Pada non pengguna, fokus utama adalah edukasi komprehensif keuangan syariah, pembentukan sikap positif, serta



pengembangan produk yang mudah diakses, fleksibel, dan relevan dengan kebutuhan usaha mikro, dengan religiusitas sebagai pintu masuk awal. Sementara itu, pada pengguna, strategi diarahkan pada peningkatan pengalaman, konsistensi kualitas layanan, penguatan literasi berkelanjutan, dan pemanfaatan kepuasan sebagai sarana promosi dari mulut ke mulut. Integrasi kedua pendekatan ini dalam perjalanan pelanggan yang berkelanjutan akan meningkatkan penetrasi, loyalitas, dan rekomendasi pembiayaan syariah secara efektif.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Pembiayaan Syariah, *Theory of Planned Behavior* (TPB), Usaha Mikro

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

SUMMARY

AHMAD ULIN NUHA. Analysis of the Factors Influencing Micro-Entrepreneurs' Intention to Choose Islamic Financing in Bogor Regency. Supervised by UJANG SUMARWAN and JAENAL EFFENDI.

Micro-enterprises as the largest component of MSMEs, play a crucial role in the national economy through their contributions to job creation, GDP growth, and poverty reduction. However, the development of micro-enterprises remains hindered by various challenges, particularly limited access to financing due to stringent requirements, insufficient collateral, and *low* levels of literacy and understanding of Islamic financial systems. Amid these constraints, Islamic financing has demonstrated more positive growth compared to conventional financing and holds potential as an inclusive financing mechanism.

This study aims to (1) analyze the characteristics of micro-entrepreneurs in selecting Islamic financing; (2) identify the factors influencing their intention to choose Islamic financing; and (3) formulate marketing strategies for Islamic financial institutions. In line with these objectives, the study adopts the Theory of Planned Behavior, complemented by additional variables such as religiosity, reputation, financial literacy, and marketing mix components.

The research was conducted in Bogor Regency from May to July 2025 using a quantitative approach through the distribution of questionnaires to micro-entrepreneurs as primary data, alongside various publications as secondary data. The research location was selected purposively, while sampling employed a non-probability purposive sampling technique, yielding 200 respondents consisting of 100 users and 100 non-users of Islamic financing. Data were analyzed using descriptive analysis followed by quantitative analysis through Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) and *Importance-Performance Mapping Analysis* (IPMA) using SmartPLS 3.

Descriptive findings indicate that most respondents were male micro-entrepreneurs of productive age, with secondary education (senior *high* school or equivalent), predominantly operating in the trade sector, and possessing more than ten years of business experience. The SEM-PLS results show that, for both groups of respondents, the variables of attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and reputation significantly influenced their intention to use Islamic financing. Conversely, price, product, promotion, place, religiosity, and financial literacy did not exhibit significant effects among non-users. Meanwhile, for existing users, only place and price demonstrated significant effects on their intention to use Islamic financing. Overall, psychological and social factors were found to be more dominant than marketing mix factors or personal religiosity in shaping micro-entrepreneurs' intentions toward Islamic financing.

Based on the IPMA results, marketing strategies for Islamic financial institutions should be differentiated between non-users and existing users. For non-users, the primary focus should be on comprehensive Islamic financial education, the formation of positive attitudes, and the development of products that are easily accessible, flexible, and relevant to the needs of micro-enterprises, with religiosity serving as an initial entry point. Meanwhile, for existing users, strategies should emphasize the enhancement of user experience, consistency in service quality, the

strengthening of continuous financial literacy, and the utilization of customer satisfaction as a means of word-of-mouth promotion. The integration of these two approaches within a sustainable customer journey is expected to effectively increase the penetration, loyalty, and recommendation of Islamic financing.

Keywords: Marketing mix, Micro-Entrepreneurs, Sharia Financing, Theory of Planned Behavior (TPB)

© Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT MEMILIH PELAKU USAHA MIKRO TERHADAP PEMBIAYAAN SYARIAH DI KABUPATEN BOGOR

AHMAD ULIN NUHA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister pada
Program Studi Ilmu Manajemen

**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati M.F.S.A
- 2 Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh S.Ag., M.Pd.I.

Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Memilih Pelaku Usaha Mikro Terhadap Pembiayaan Syariah di Kabupaten Bogor
Nama : Ahmad Ulin Nuha
NIM : H2501231048

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.



Pembimbing 2:
Prof. Dr. rer.nat. Jaenal Effendi, S.Ag., MA.

Diketahui oleh

Ketua Program Magister Ilmu Manajemen:
Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh S.Ag., M.Pd.I.
NIP 197703122005011003



Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:
Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik, SP, MSc.Ec
NIP 197904222006041002



Tanggal Ujian:
25 November 2025

Tanggal Pengesahan: 06 JAN 2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhānahu wa Ta'ālā* atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian dalam karya ilmiah ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juli 2025 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Memilih Pelaku Usaha Mikro Terhadap Pembiayaan Syariah di Kabupaten Bogor”.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada para pembimbing, yaitu Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc. selaku Ketua Komisi, dan Prof. Dr.rer.nat. Jaenal Effendi, S.Ag., M.A. selaku Anggota Komisi, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga dalam penyusunan karya ilmiah ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Prof. Dr. Dra. R. Iis Arifiantini, M.Si. selaku dosen moderator seminar hasil dan Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti M.F.S.A selaku dosen penguji luar komisi.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh dosen dan tenaga kependidikan di Program Studi Pascasarjana Ilmu Manajemen IPB atas ilmu, dukungan, dan bantuan yang diberikan selama penulis menempuh studi.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada istri tercinta Dhorifah Hafidhotul Hikmah, orang tua, serta buah hati Ahmad Dzuhairi Al-Mahrus Mumtaz, atas doa, dorongan, dan semangat tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S2 ini. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada teman-teman mahasiswa PSIM angkatan 2023 atas ide, dukungan, serta masukan berharga dalam penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga segala kebaikan tersebut mendapat balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT.

Akhirnya, penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, serta berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan keberlanjutan ekonomi pada sektor usaha mikro.

Bogor, November 2025

Ahmad Ulin Nuha



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 UMKM	9
2.2 Pembiayaan syariah	9
2.3 Niat Memilih	11
2.4 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	11
2.5 Religiusitas	12
2.6 Literasi Keuangan	13
2.7 Reputasi	13
2.8 <i>Marketing mix</i> (Bauran Pemasaran)	14
2.9 Penelitian Terdahulu	16
2.10 Kerangka Berpikir	20
2.11 Hipotesis	21
III METODE	23
3.1 Waktu dan Lokasi	23
3.2 Metode Pengumpulan Data	23
3.3 Metode Analisis dan Pengolahan Data	23
3.4 Variabel Operasional	29
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Karakteristik Responden	31
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	32
4.3 Analisis SEM-PLS	43
4.4 Implikasi Manajerial	65
V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP	89

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Statistik Penyaluran Pembiayaan Kepada UMKM pada Tahun 2020-2024 (Milyar Rp)	5
	Variabel Operasional Penelitian	29
	Karakteristik Responden	31
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap	33
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Norma Subjektif	34
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	35
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk	36
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	37
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tempat	38
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	39
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas	40
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Reputasi	41
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan	42
	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat	43
	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	45
	Nilai <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio</i>	46
	Hasil Uji Reliabilitas Konstruktif	47
	Koefisien Determinasi (R^2)	49
	Hasil Uji Multikolinearitas	49
	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	51

DAFTAR GAMBAR

1	Pertumbuhan Pembiayaan Perbankan Syariah vs Konvensional	3
2	Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
3	Kerangka Berpikir Penelitian	21
4	Model Konseptual Penelitian	21
5	Kuadran <i>Importance-Performance Matrix (IPMA)</i>	28
6	Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> (Responden Pengguna dan Non Pengguna)	45
7	Kuadran IPMA Kelompok Responden Pengguna	58
8	Kuadran IPMA Kelompok Responden Non Pengguna	62

DAFTAR LAMPIRAN

1	Izin Penelitian	84
2	Kuesioner Penelitian	85