

**PENGARUH PEMBIAYAAN ARRUM BPKB DAN STRATEGI  
PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA  
MIKRO KECIL MENENGAH DI SEMARANG  
(Studi pada Nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit  
Semarang)**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1  
dalam Ilmu Ekonomi Islam



oleh:

Farizatur Risqiyah  
1505026004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2019**

**Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag**

JL. Tugu Lapangan No. H – 40 Tambakaji Rt. 08 Re. 01 Ngaliyan Semarang.

**Dr. Ratno Agriyanto, M.Si. A.Kt**

JL. Perum Griya Sekar Gading Blok C no Kalisegoro Gunung Pati.

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Farizatur Risqiyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya.

Bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara.

Nama : Farizatur Risqiyah

NIM : 1505026004

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Pengaruh Pembiayaan Arrum Bpkb Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Semarang (studi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang)

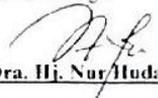
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

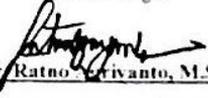
Semarang, 3 Mei 2019

Pembimbing I

  
Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.

NIP.19690830 19940032 003

Pembimbing II

  
Dr. Ratno Agriyanto, M.Si. A.Kt

NIP.198001282008011010



HALAMAN PENGESAHAN

Skrripsi Saudara : Farizatur Risqiyah  
NIM : 1505026004  
Judul : **Pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang (Studi pada Nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal:

22 Juli 2019.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 25 Juli 2019

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Choirul Huda, M. Ag.  
NIP.19760109 200501 1002

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.  
NIP.19690830 199403 2 003

Penguji I

Dr. Ali Murtadho, M. Ag.  
NIP.19710830 199403 1 003

Penguji II

Dr. H. Muhlis, M. Si.  
NIP.19610117 198803 1 002

Pembimbing I

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.  
NIP.19690830 1994003 2 003

Pembimbing II

Dr. Ratno Agriyanto, M. Si. A. Kt.  
NIP.19800128 200801 1 010



## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

*"5. Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan  
(QS Al-Insyirah : 5)*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapak Abdul Halim dan Ibu Hatium terima kasih atas kasih sayang yang tanpa batas, dukungan moral serta do'amamu yang tidak henti-hentinya dipanjatkan. Semoga apa yang kalian lakukan mendapat balasan syurga dari ALLAH SWT.

Keluarga besar (kakak, mbak Ipar, mbah, Om, Tante, pakhde, Budhe)

Keluarga kedua LPM Invest terima kasih atas dukungannya

Keluarga Besar EIA 2015 terima kasih telah mau berteman dan mendukung penulis dalam menjalankan skripsi.

Elsa Putri (Hasna, Hasti, Mbak Ulya, Mbak Hilya) terima kasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah kalian berikan.

Teman- Teman KKN posko 75 (Mbak Maya, Mas Faisal, Hasna, Pak Kordes, Ciki, Darul, Amimah, Nihayah, Hanik, Munir, Ucup, Indah, Danil, Anis)

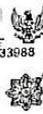
Kost Griya Rahma (Widya, Ulva, Nisa')

## DEKLARASI

Dengan Penuh Kejujuran dan Tanggung Jawab, Penulis Menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisikan materi yang telah pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisikan satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dari referensi yang dijadikan rujukan.

Semarang, 3 Mei 2019

Deklarator



Farizatur Risqiyah

NIM. 1505026004

## ABSTRACT

*The activities of micro small medium enterprises (MSMEs) sector do not always run well. In Semarang the development of MSMEs is good, but in 2017 it getting increase as much 6.61%. so it needs a better marketing mix strategy and adequate capital. The financing channeled by syariah pawnshops through one of the product Ar-Rahn micro Business (ARRUM) do not reached the mark and getting decreased as much 40.28%.*

*The aims of this research to determine whether ARRUM financing and marketing mix affect to the development of micro small and medium Enterprises in Semarang. The type of this research is quantitative method, regression analysis. The samples in this reseach are customer who carried out ARRUM finacing at Majapahit Islamic Pownshop Semarang Branch. While samples are 82 people. The data used primary data obtained through questionnaires.*

*The Result of this research indicate  $Y = 6,198 + 0,503 X_1 + 0,612 X_2 + e$ . from t test (partial) found that ARRUM financing has a significant effect to the development of micro small and medium enterprises as much as 2,948 and the marketing mix has a significant effect to development of micro small medium enterprises as big as 3,004. from the result of the F test (simultaneous) found that ARRUM financing and marketing mix jointly influence the development of micro small medium enterprises as much as 9,833. The R-Square value as much as 0,175 or 1,75% this indicates if the development micro small medium enterprises is influenced by ARRUM financing and marketing mix. While other of 98,25% are influenced by another variabel which not discussed in this research.*

**Keywords:** *ARRUM financing, marketing mix, Development micro small, medium enterprises.*

## ABSTRAK

Kegiatan sektor usaha kecil menengah (UMKM) tidak selalu berjalan mulus, di Semarang perkembangan UMKM sangat baik, akan tetapi pada tahun 2017 angka pengangguran naik sebesar 6,61%. Sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang lebih baik lagi dan permodalan yang memadai. Pembiayaan yang di salurkan oleh pegadaian syariah melalui salah satu produknya Ar-Rahn usaha mikro (ARRUM) belum mencapai target dan mengalami penurunan sebesar 40.28%.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil menengah di Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, analisis regresi berganda. Sampel dalam penelitian adalah nasabah yang melakukan pembiayaan ARRUM di Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang, adapun sampel yang digunakan berjumlah 82 orang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui koesioner.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa  $Y = 6,198 + 0,503 X_1 + 0,612 X_2 + e$ . Dari uji t (parsial) didapatkan bahwa Pembiayaan ARRUM berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah sebesar 2,948 dan Strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah sebesar 3,004. Dari hasil uji F (simultan) didapatkan bahwa pembiayaan ARRUM dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah sebesar 9,833. Nilai R-square sebesar 0,175 atau 1,75%, ini menunjukkan bahwa variabel Perkembangan usaha mikro kecil menengah dipengaruhi oleh variabel Pembiayaan ARRUM dan strategi pemasaran. Sedangkan 98,25% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pembiayaan ARRUM, Strategi Pemasaran, Perkembangan usaha mikro kecil menengah.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pembiayaan ARRUM BPKB dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang (studi pada nasabah cabang pegadaian syariah Majapahit Semarang)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya dukungan moral dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ahmad Furqon LC. MA. H. Selaku Kaprodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag Selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan motivasi, bimbingan dan arahan dalam proses penelitian ini.

5. Ratno Agriyanto, M.Si. A.Kt. Selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu, membimbing, mengoreksi, mengarahkan, serta memberikan kritik dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian.
6. Kepala Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang Beserta Staff yang telah membantu dan mengizinkan untuk melakukan penelitian.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Islam, Staf TU prodi, Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan pengetahuan dan membantu proses belajar di kampus tercinta.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan skripsi ini.

Terhadap semuanya harapan dan doa penulis semoga amal kebaikan dan jasa-jasa dari pihak yang telah membantu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini serta mendapatkan balasan yang lebih baik dan berlipat ganda. Amin

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Semarang, 23 April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN....	iii
MOTTO... ..	iv
PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI.. ..	vi
ABSTRACT... ..	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR... ..	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.</b>	
1.1 Latar Belaka .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II KERANGKA TEORI..</b>	
2.1 Pembiayaan Arrum.....	11
2.1.1 Pengertian pembiayaan .....	11
2.1.2 Unsur-unsur Pembiayaan .....	14
2.1.3 Tujuan Pembiayaan. ....	15
2.1.4 Fungsi Pembiayaan .....	18
2.1.5 Jenis- Jenis pembiayaan .....	21
2.1.6 Landasan Pembiayaan .....	23
2.1.7 Akad pembiayaan.....	23
2.2 Strategi Pemasaran .....	25
2.2.1 Pengertian Strategi pemasaran .....	25
2.2.2 Strategi pemasaran dalam islam. ....	27
2.3 Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	28
2.3.1 Pengertian UMKM.....	28

2.3.2	Landasan Hukum UMKM.....	29
2.3.3	Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.	32
2.3.4	Kendala yang dihadapi UMKM .....	34
2.4	Penelitian Terdahulu.....	38
2.5	Kerangka Berfikir.....	45
2.6	Hipotesis Penelitian. ....	46

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN..**

3.1	Jenis penelitian .....	49
3.2	Tempat dan waktu .....	49
3.2.1	Tempat Penelitian.....	49
3.2.2	Waktu Penelitian. ....	50
3.3	Populasi dan sampel .....	50
3.3.1	Populasi.....	50
3.3.2	Sampel.....	50
3.4	Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data ...	51
3.4.1	Sumber data.....	51
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data. ....	52
3.4.3	Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.	54
3.5	Teknik Analisis data .....	57
3.5.1	Uji reabilitas validitas.....	57
3.5.2	Uji Asumsi Klasik. ....	59
3.5.3	Uji Ketetapan Model .....	63
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	64

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN....**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	68
4.1.1	Profil Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang.....	68
4.1.2	Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas Pegadaian Syariah Majapahit Semarang.	72
4.1.3	Produk-Produk Cabang Pegadaian Syariah Majapahit .....	75
4.2	Analisis Deskriptif dan Karakteristik Responden	86
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	86
4.2.2	Karakteristik Responden .....	86
4.3	Analisis Data .....	89
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	89

4.4	Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	93
4.4.1	Statistik deskriptif .....	93
4.5	Uji validitas dan Reabilitas .....	96
4.5.1	Hasil Uji Valditas .....	96
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	99
4.6	Uji Asumsi Klasik .....	100
4.6.1	Uji Normalitas .....	100
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas .....	102
4.6.3	Uji Multikolinearitas .....	104
4.6.4	Uji Autokorelasi .....	104
4.7	Hasil Uji Ketetapan Model .....	105
4.7.1	Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	105
4.8	Hasil Pengujian Hipotesis .....	106
4.8.1	Analisis Regresi .....	106
4.8.2	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	108
4.8.3	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	110
4.9	Pembahasan .....	
 <b>BAB V PENUTUP....</b>		
5.1	Kesimpulan .....	116
5.2	Saran .....	117
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		
DAFTAR PUSTAKA.....		118
LAMPIRAN..		123

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan koperasi dan UMKM Semarang ..	5
Tabel 1.2	Perkembangan Pembiayaan Arrum BPKB.....	7
Tabel 3.1	Skor jawaban angket dengan skala likert .....	52
Tabel 3.2	Definisi operasional variabel.....	55
Tabel 4.1	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	87
Tabel 4.2	Responden Menurut Usia.....	87
Tabel 4.3	Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	88
Tabel 4.4	Responden Menurut Jenis Usaha .....	89
Tabel 4.5	Deskripsi Pembiayaan Arrum .....	90
Tabel 4.6	Deskripsi Strategi Pemasaran.....	91
Tabel 4.7	Deskripsi Perkembangan UMKM .....	92
Tabel 4.8	Penilaian Pembiayaan Arrum.....	93
Tabel 4.9	Penilaian Strategi pemasaran .....	94
Tabel 4.10	Penilaian Perkembangan UMKM .....	95
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	97
Tabel 4.12	Hasil Uji Reabilitas .....	99
Tabel 4.13	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	102
Tabel 4.14	Hasil Uji mutikoloniaritas .....	104
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson..	105
Tabel 4.16	Hasil Uji Adjusted R2.....	106
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Berganda.....	107
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	109
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Struktur Pegadaian syariah majapahit.....	72
Gambar 4.2 Skema Transaksi Gadai (Rahn) .....	75
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Histogram .....	100
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Charts.....	101
Gambar 4.5 Hasil uji Heterokedastisitas Scatterplot .....	103

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha pada era globalisasi kali ini semakin meningkat, ditandai dengan meningkatnya persaingan usaha yang kompetitif. Perusahaan-perusahaan akan melakukan berbagai upaya untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Terlebih para pengusaha dihadapkan pada perkembangan teknologi informasi yang kian pesat. Semakin kerasnya persaingan bisnis antar pengusaha, baik di ranah Nasional maupun Internasional, semakin singkat pula siklus hidup barang dan jasa yang ditawarkan, serta meningkatkan tuntutan selera konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan<sup>1</sup>.

Perkembangan Sarana Teknologi informasi mengakibatkan terjadinya orientasi pemasaran. Sehingga dibutuhkan strategi dalam memasarkan produk-produk yang diproduksi. Para pengusaha harus tahu cara menganalisis kesempatan pasarnya, cara memilih pasar, sasaran yang tepat dan cara mengelola usaha pemasaran yang efektif yang didukung efektivitas teknologi informasi.<sup>2</sup> Negara-negara yang memiliki populasi penduduk banyak akan memiliki tingkat status sosial yang beragam, dan didominasi oleh masyarakat menengah ke bawah.

---

<sup>1</sup> Sri maharsi, *pengaruh perkembangan teknologi informasi terhadap bidang akuntansi manajemen*, jurnal akuntansi dan keuangan, vol.2, no.2, 2000

<sup>2</sup> Yustina chismardani, *komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM*, jurnal NeO-Bis, Vol. 8, No.2, 2014

Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi penduduk terbanyak keempat sedunia setelah Amerika Serikat. Kondisi ini menyebabkan Indonesia dinilai sebagai kawasan pasar yang sangat potensial dalam usaha pembiayaan karena didukung oleh keadaan masyarakat berpenghasilan rendah. Dengan kebutuhan masyarakat yang sering kali mengalami kesulitan dalam penyediaan dana, serta pengembangan usaha. Pemerintah mendirikan dua lembaga keuangan untuk melancarkan produk (barang dan jasa) dengan menggunakan instrumen uang dan instrumen pembiayaan.<sup>3</sup> Salah satu Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKKB) adalah Pegadaian Syariah. Berdirinya lembaga gadai syariah dalam bentuk perusahaan karena umat Islam menghendaki adanya lembaga gadai perusahaan yang benar-benar menerapkan prinsip syariah Islam.

Berdirinya lembaga gadai syariah dalam bentuk perusahaan memerlukan izin pemerintah. Namun sesuai dengan peraturan pemerintah No.10 Tahun 1990 tentang pengalihan bentuk perusahaan Jawatan Pegadaian (PERJAN) menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian pasal 3 ayat (1) a, menyebutkan bahwa PERUM pegadaian adalah badan usaha tunggal yang diberikan wewenang untuk menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Kemudian misi dari PERUM pegadaian dapat diperiksa antara lain pada pasal 5 ayat

---

<sup>3</sup> P Ivand C. Putra, DKK, *Prosedur pemberian kredit usaha mikro kecil dan menengah pada PT.Pegadaian Cabang Singaraja*, jurnal Akuntansi Profesi, vol.3,2013, hlm 165

(2) b, yaitu pencegahan praktik ijon, riba, dan pinjaman tidak wajar lainnya.<sup>4</sup>

Pegadaian dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat luas untuk ikut mensukseskan program pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan khususnya golongan ekonomi menengah ke bawah melalui salah satu produk pembiayaan yang di berikan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) nama dari produk pegadaian tersebut Ar-Rahn untuk Usaha Mikro (ARRUM BPKB).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan pada saat terjadi krisis ekonomi 1998, di mana puluhan perusahaan besar mengalami kebangkrutan. UMKM memiliki peranan penting sebagai tonggak perekonomian di Indonesia. Data dari badan statistika memperlihatkan jumlah perusahaan di Indonesia sebanyak 56,539,560. Unit, dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534,592 unit atau 99.99% sisanya,0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar.<sup>5</sup>

Terdapat beberapa alasan mengapa keberadaan UMKM sangat penting pertama, UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional. Kedua, UMKM juga sangat membantu negara/pemerintah dalam penciptaan lapangan kerja

---

<sup>4</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2011), hlm.86-87.

<sup>5</sup> Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, (Jakarta : Bank Indonesia, 2015), hlm 16-17

baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Ketiga, UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dengan usaha yang kapasitas lebih besar, sehingga UMKM perlu perhatian khusus yang didukung oleh formasi akurat, agar terjadi *link* bisnis yang terarah antar pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar. UMKM juga berkontribusi besar terhadap negara yaitu, sebagai tulang punggung perekonomian nasional karena merupakan populasi pelaku usaha dominan (99,9%), menghasilkan PDB sebesar 59,08% (Rp 4.869,57 Triliun), dengan laju pertumbuhan usaha dominan (99,9%) dan menyumbang volume ekspor mencapai 14,06% (Rp 166,63 triliun) dari total ekspor nasional.<sup>6</sup> Peluang-peluang yang dimiliki oleh UMKM tersebut menjadikan UMKM semakin eksis dan akan selalu berkembang, hal ini mendorong pemerintah untuk berkomitmen dalam menjaga keberlangsungan kegiatan UMKM.

Kegiatan sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM) tak selalu berjalan mulus, terdapat beberapa kendala yang menghambat pertumbuhan UMKM bahkan menyebabkan pelaku UMKM gulung tikar. Kendala utama yang sering dihadapi UMKM adalah permodalan. Sektor UMKM di Indonesia belum mendapatkan akses pembiayaan perbankan dengan baik, perbankan hanya mampu menyalurkan sekitar 60-70%.<sup>7</sup> Hal ini menyebabkan para pelaku

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm 16-17

<sup>7</sup> Ibid, hlm 30

usaha mengambil jalan cepat dengan meminjam ke rentenir dengan proses cepat dan bunga yang mencekik.

Para pelaku UMKM tidak mampu mengelola usahanya dengan baik dikarenakan beberapa hal yang salah satunya segi pemasaran, pelaku keterbatasan akses informasi pasar sehingga pemasaran produk kurang mempunyai daya saing di pasar global. Sementara untuk berkiprah di pasar lokal dengan pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih produk luar negeri menjadi salah satu faktor kurang berkembangnya UMKM. Hal ini perlu mendapatkan perhatian dari semua pihak agar UMKM mampu bertahan dalam menghadapi arus persaingan global, mengingat UMKM mampu menyelamatkan perekonomian dari krisis ekonomi. Kepala dinas koperasi kota Semarang mengatakan pertumbuhan usaha telah mencapai 3,3% per tahun. Akan tetapi UMKM Semarang masih terkendala persoalan klasik yaitu keterbatasan modal dan kesulitan pemasaran.<sup>8</sup>

Tabel 1.1  
perkembangan koperasi dan UMKM di kota Semarang

Tahun	Jumlah Anggota (orang)	Omset Rp (Triliun)	Aset Rp (Triliun)	Pengangguran (persen)
2013	179.497	59.649	24.899	6.02%
2014	240.820	117.329	28.677	7.76%
2015	240.058	122.426	29.743	5.77%
2016	243.443	197.994	41.638	6.08%
2017	243.441	493.062	158.711	6.61%

---

<sup>8</sup> <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2106314/produk-umkm-semarang-berkualitas-tapi-tak-dikenal> diakses pada 28/11/2018.

Sumber: Materi Rapat Koordinasi Pemberdayaan KUMKM Tahun 2018 dan BPS Jawa tengah

Tabel di atas menggambarkan perkembangan UMKM di kota Semarang. Perkembangan UMKM di kota Semarang menunjukkan perkembangan yang sangat baik, akan tetapi tidak bisa menyerap angka pengangguran. Pada tahun 2013 jumlah anggota sebanyak 179.497 ratus orang, dengan omset Rp 59.649 Triliun, asetnya Rp 24.899 triliun. Dan jumlah pengangguran pada tahun 2013 sebesar 6.02%. pada tahun berikutnya perkembangan terus meningkat akan tetapi berbanding terbalik dengan jumlah pengangguran yang terus meningkat sebesar 7.76%. Tahun 2015 jumlah anggota UMKM mengalami penurunan. Sedangkan omset, aset relatif naik dan angka pengangguran relatif turun sebesar 5.77%. Sedangkan pada tahun 2016 jumlah anggota 24.443 dengan omset sebesar Rp 197.994 Triliun, total aset pada tahun 2016 sebesar Rp 41.638 Triliun dan angka pengangguran naik kembali sebesar 6,08%. Tahun 2017 anggota UMKM menurun sebesar 243.442 akan tetapi omset dan aset pada tahun 2017 meningkat sekitar 493.062, asetnya naik sebesar 158.711, angka penganggurannya naik sebesar 6,61. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM perlu terus ditingkatkan karena perannya dalam menyediakan lapangan kerja yang secara langsung akan

mengurangi pengangguran yang berujung pada mengatasi kemiskinan.<sup>9</sup>

Tabel 2  
Perkembangan Pembiayaan Arrum BPKB

Tahun	Omset (Miliar)	RKAP (Rencana Kerja dan Anggaran)	Jumlah Nasabah (orang)
2013	Rp 133.840	Rp 138.410	6.741
2014	Rp 200.000	Rp 194.800	8.264
2015	Rp 225.353	Rp 270.183	15.465
2016	Rp 536.107	Rp 401.245	24.304
2017	Rp 784.131	Rp 1.313.055	27.859

Sumber : Annual Report 2013,2014,2015,2016,2017

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa perkembangan pembiayaan Ar-Rum BPKB menunjukkan peningkatan secara bertahap karena tingginya permintaan masyarakat. Namun, dalam pencapaian RKAP, 2013,2015 dan 2017 belum bisa mencapai target yang ditetapkan oleh Pegadaian Pusat. Pada tahun 2014, omset yang dicapai sekitar 3% lebih tinggi dari RKAP dan pada tahun 2015, terjadi penurunan. Sedangkan pada tahun berikutnya terjadi pencapaian yang melebihi RKAP sekitar 33.61% dan pada tahun 2017 terjadi penurunan yang sangat signifikan sebesar -40.28%. hal ini menggambarkan Pegadaian Syariah mengalami masalah dengan perkembangan produk Ar-rum.

Berdasarkan masalah dan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pembiayaan Arrum, strategi pemasaran

---

<sup>9</sup> Gunarti, *Penguatan UMKM sebagai pilar Membangun Ekonomi Bangsa*, EDUKA jurnal pendidikan, hukum dan Bisnis, vo.1, No.V, 2017, hlm.62-63

UMKM serta perkembangan UMKM. Maka penulis mengambil judul tentang **“Pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Semarang Studi Pada Nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang Studi pada Cabang Pegadaian Syariah Majapahit?
2. Apakah ada pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang studi pada cabang Pegadaian Syariah Majapahit?

### **1.3 Tujuan Penelitian.**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan pembiayaan Arrum BPKB terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang studi pada Cabang Pegadaian Syariah
2. Mengetahui peranan strategi Perkembangan dan pembiayaan Arrum BPKB terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang studi pada Cabang Pegadaian Syariah Majapahit.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti:

### **1. Secara Teoritis**

Secara Teoritis penelitian ini bermanfaat bagi Pegadaian Syariah Majapahit di Semarang yang menjadi objek penelitian, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka inovasi perkembangan pembiayaan Arrum BPKB pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang

### **2. Secara Praktis**

Secara Praktis penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan Pegadaian Syariah dan menjadi rujukan penelitian selanjutnya tentang Pengaruh pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah studi pada Pegadaian Syariah Majapahit.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan skripsi, peneliti membuat sistematika sebagai berikut:

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, pengukuran variabel, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan Sistematika penulisan skripsi.

## BAB II: LADASAN TEORI

Landasan teori menjelaskan tentang beberapa teori yang seperti teori pembiayaan Arrum, Strategi pemasaran serta perkembangan usaha UMKM. Selain itu di bab ini juga dipaparkan penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

## BAB III: METODE PENELITIAN.

Pada bab ini diuraikan tentang metodologi penelitian seperti jenis penelitian, waktu dan wilayah penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, serta jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan teknik analisis data.

## BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian mengenai profil dan gambaran umum cabang pegadaian syariah Majapahit Semarang. Selain itu juga berisikan data yang diperoleh peneliti dari lapangan serta diuraikan mengenai hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis.

## BAB V: PENUTUP.

Penutup berisikan kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Pembiayaan Arrum**

##### **2.1.1 Pengertian pembiayaan**

Pengertian pembiayaan menurut Muhammad Syafi'i Antonio pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dibagi menjadi dua hal yaitu:

- a) Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
- b) Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dibagi menjadi dua hal yaitu:

- a) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan:
  - Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi.

- Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
- b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) secara fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.<sup>1</sup>

Sedangkan menurut kamus pintar Ekonomi Syariah, pembiayaan diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*,
- b) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bit tamlik*;
- c) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabaha, salam, istish'na*,
- d) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh* dan;
- e) Transaksi sewa- menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa;

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dana tahu diberi fasilitas dana untuk

---

<sup>1</sup> Muhammad syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2001), hal. 160-161

mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil, Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Menurut UU No.07 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan dalam pasal 1 nomor (12);

“pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil” dan prinsip No.13 “ prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musayarakah*), prinsip jual beli barang dengan

memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni.<sup>2</sup>

### **2.1.2 Unsur-unsur Pembiayaan**

Unsur-unsur pembiayaan terdiri dari:

1) Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan menurut moorman, Deshpade dan Zatman adalah kesediaan (Willingness) seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (confidence) kepada pihak lain tersebut, kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki individu bahwa kata-kata yang muncul dari pihak lainnya dapat diandalkan. Kepercayaan adalah percaya dan memiliki keyakinan terhadap patner dalam hubungan.<sup>3</sup>

2) Akad (Kesepakatan)

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara lembaga keuangan dan pihak nasabah/mitra.

3) Risiko

Setiap dana yang disalurkan/diinvestasikan oleh lembaga keuangan selalu mengandung risiko

---

<sup>2</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Kalimedia, 2015), hal. 1-2

<sup>3</sup> Rohmad Juari, *Pengaruh kepercayaan merek pada pembentukan loyalitas merek apple di Yogyakarta*, journal: vol1,no1 2010, hal 5

tidak kembali dana. Risiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

4) Jangka waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh lembaga keuangan. Jangka waktu dapat bervariasi antara lain jangka pendek, jangka menengah, jangka panjang.

5) Balas jasa

Sebagai balas jasa adalah dana yang disalurkan oleh lembaga keuangan, maka nasabah membayar sejumlah tertentu sesuai dengan akad yang telah disepakati antara lembaga keuangan dan nasabah.<sup>4</sup>

### **2.1.3 Tujuan Pembiayaan.**

Secara umum pembiayaan bertujuan untuk meningkatkan makro dan mikro. Secara makro pembiayaan bertujuan untuk:

- a) Peningkatan ekonomi umat, artinya: masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan

---

<sup>4</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2011), hal.107-108

adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.

- b) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.
- c) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
- d) Membuka lapangan kerja baru artinya: dengan dibukanya sektor-sektor melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usah tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- e) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a) Upaya memaksimalkan laba , artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha berkeinginan mencapai laba maksimal. Untuk dapat

menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.

- b) Upaya meminimalkan risiko artinya: usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
- d) Perlunya kelebihan dana, artinya: dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

Tujuan pembiayaan yang lain terdiri dari dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan:

- a) *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah.
- b) *Safety* yakni keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.<sup>5</sup>

#### **2.1.4 Fungsi Pembiayaan**

Pembiayaan yang diselenggarakan oleh bank syariah secara umum berfungsi untuk:

- 1) Meningkatkan daya guna uang.

Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas/memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan maupun untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru. Secara mendasar melalui pembiayaan terdapat suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian dana yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah *idle* (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang

---

<sup>5</sup> Ibid, hal.4-6

bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun masyarakat.

2) Meningkatkan daya guna barang

- Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat. Contoh peningkatan *utility* kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa.
- Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

3) Meningkatkan peredaran uang.

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening - rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes dsb. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal mau giral akan lebih berkembang, karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga kegunaan uang akan bertambah, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

4) Menimbulkan kegairahan berusaha

Pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank kemudian digunakan memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

### 5) Stabilitas Ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi diarahkan pada usaha-usaha:

- Pengendalian inflasi
- Peningkatan ekspor
- Rehabilitasi prasarana
- Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peranan penting.

### 6) Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Para usahawan memperoleh pembiayaan untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus menerus. Dengan earnings (pendapatan) yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah. Dilain pihak pembiayaan disalurkan untuk merangsang pertambahan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertambahan devisa negara.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ibid, hal. 8-11

### 2.1.5 Jenis- Jenis pembiayaan

Secara umum pembiayaan dapat dilihat dari berbagai segi, di antaranya:

- a) Jenis pembiayaan dilihat dari segi kegunaannya
  - 1) Pembiayaan Investasi adalah pembiayaan yang biasanya digunakan untuk pelunasan usaha atau membangun proyek pabrik atau untuk keperluan rehabilitasi.
  - 2) Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan yang biasanya digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasional.
- b) Jenis pembiayaan dilihat dari tujuan.
  - 1) Pembiayaan konsumtif, bertujuan untuk memperoleh barang atau kebutuhan-kebutuhan lainnya guna memenuhi keputusan dalam konsumsi.
  - 2) Pembiayaan produktif, bertujuan untuk memungkinkan penerima pembiayaan dapat mencapai tujuannya yang apabila tanpa pembiayaan tersebut tidak mungkin dapat diwujudkan.
  - 3) Pembiayaan perdagangan, pembiayaan ini digunakan untuk dagangan, biasanya digunakan untuk membeli barang dagangan

yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut.

- c) Jenis pembiayaan dilihat dari jangka waktu
- 1) Short term (pembiayaan jangka waktu pendek), yaitu suatu bentuk pembiayaan yang berjangka waktu maksimum 1 (satu) tahun.
  - 2) Intermediate term (pembiayaan jangka waktu menengah), adalah suatu bentuk pembiayaan yang berjangka waktu lebih dari satu tahun, sampai tiga tahun.
  - 3) Long term (pembiayaan jangka waktu panjang), yaitu suatu bentuk pembiayaan yang berjangka waktu lebih dari tiga tahun.
  - 4) Demand loan atau call loan adalah suatu bentuk pembiayaan setiap waktu dapat diminta kembali.
- d) Jenis pembiayaan dilihat dari segi jaminan.
- 1) serta Pembiayaan dengan jaminan. Yaitu pembiayaan yang diberikan dengan suatu jaminan, jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud, tidak berwujud atau jaminan orang.
  - 2) Pembiayaan tanpa jaminan, yaitu pembiayaan yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Pembiayaan ini diberikan

dengan melihat prospek usaha dan karakter serta loyalitas atau nama baik calon peminjam selama ini.<sup>7</sup>

### 2.1.6 Landasan Pembiayaan

- Al-Qur'an

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

Artinya: Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, maka Allah akan melipatgandakan (balasan) pinjaman itu untuknya, dan dia akan memperoleh pahala yang banyak. (Q.s al-Hadid:11)

- Hadist

Hadist nabi SAW. yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ibnu Hibban dan Baihaqi bahwa Ibnu Mas'ud meriwayatkan Rasulullah SAW bersabda: "Tidaklah seorang muslim yang meminjamkan muslim (lainnya) dua kali kecuali yang satunya adalah (senilai) sadaqah. (HR. Ibnu Majah, Ibnu Hibban dan Baihaqi)<sup>8</sup>

### 2.1.7 Akad pembiayaan.

Produk Arrum memiliki dua akad dalam transaksi yang digunakan sebagai ijab dan Kabul yaitu akad rahn dan ijarah. Secara umum mekanisme operasional akad rahn dan akad ijarah pada produk arum digambarkan pada formulasi di bawah ini:

---

<sup>7</sup> Muftifandi, *peran pembiayaan produk Ar-Rum bagi UMKM pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Simpang Patal Palembang*, (Palembang: jurnal I-Finance, Vol.1, No 1, 2015), hal.97-98

<sup>8</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: kalimedia, 2015, hal.242

- a. Melalui akad rahn nasabah menyerahkan barang bergerak dan kemudian pegadaian menyimpannya dan merawatnya di tempat yang disediakan oleh pegadaian. Akibatnya yang timbul dari proses penyimpanan adalah timbul biaya-biaya yang meliputi nilai investasi tempat penyimpanan, biaya perawatan, dan keseluruhan proses kegiatan. Atas dasar ini dibenarkan bagi pegadaian mengenai sewa kepada nasabah sesuai jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak.
- b. Akad ijarah adalah akad perpindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad. Syarat dan jumlah penetapan ijarah diterangkan dalam fatwa nomor 25/DSN-MUI/III/2002. Dalam fatwa tersebut dinyatakan bahwa “ besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditetapkan berdasarkan jumlah pinjaman” melainkan dari nilai jaminan sendiri. Ijarah dibayar setiap

bulan bersamaan dengan pembayaran angsuran bulanan.

## **2.2 Strategi Pemasaran**

### **2.2.1 Pengertian Strategi pemasaran**

Menurut Kotler marketing mix ( strategi pemasaran) atau bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Dalam pasar sasaran. Menurut McCarthy, bauran pemasaran adalah perubah-peubah terkontrol yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk memuaskan kelompok sasaran. E. Jerome McCarthy mengklasifikasi variabel-variabel tersebut menjadi 4P pemasaran yang terdiri dari produk (Product), Harga (Price), tempat (Place), dan promosi (Promotion).

#### 1) Produk (Product)

Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>9</sup>

#### 2) Harga (Price).

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang

---

<sup>9</sup> Inane Muliawati, *Perumusan Strategi Pemasaran Perum Pegadaian Cabang Kemayoran*, Skripsi:Institut Pertanian Bogor,2012, hal .9-10

ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### 3) Tempat (Place).

Tempat adalah usaha untuk menjamin tersedianya barang dan jasa yang mudah dibeli oleh konsumen di mana pun mereka berada dan merupakan salah satu tujuan dari kebijakan pemasaran yang harus dilakukan melalui satu sistem yang disebut saluran distribusi.

### 4) Promosi (Promotion)

Menurut Kotler dan Keller promosi adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual<sup>10</sup>

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan politik. Masing-masing faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yang meliputi keuangan/pembelanjaan, pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal seperti telah diuraikan di atas, adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh

---

<sup>10</sup> Andre Dwi Trisnawan Amron, *pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan distribusi terhadap loyalitas konsumen Handphone Samsung di Semarang*, jurnal: Vol 1, no1, 2014, hal 2-3

pemimpin perusahaan (*uncontrollable factors*). Sedangkan faktor internal dalam bidang perusahaan adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pemimpin perusahaan umumnya dan pemimpin pemasaran khususnya (*controllable factors*) yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi, dan pelayanan (*services*).<sup>11</sup>

### 2.2.2 Strategi pemasaran dalam islam.

Dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran (syariat) islam. Dituliskan dalam Al-Qur'an surat An-Najm ayat 24-25.

أَمْ لِلْإِنسَانِ مَا تَمَنَّى ﴿٢٤﴾ فَلَيْلَهُ الْآخِرَةُ وَالْأُولَىٰ ﴿٢٥﴾

Artinya:

“Atau apakah manusia akan mendapat segala yang dicita-citakannya .25 (Tidak), maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia”

Kedua ayat tersebut saling berhubungan, antara strategi pemasaran, kegiatan strategi (rencana) pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan. Sudah menjadi *sunnatullah*

---

<sup>11</sup>Siskawati M hasan, *strategi pemasaran dan pengaruh terhadap peningkatan penjualan produk motor honda di PT putra sulawesii sejati perkasa Gorontalo*, skripsi: Universitas Negeri Gorontalo, 2013 , hal.168-170

bahwa apa pun yang kita rencanakan, berhasil tidaknya, ada pada ketentuan tuhan (Allah). Dalam pelaksanaan suatu perencanaan dalam Islam yang tidak lepas dengan tuntunan Al-Qur'an dan hadist, juga sesuai dengan kode etik ekonomi Islam.<sup>12</sup>

## **2.3 Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

### **2.5.1 Pengertian UMKM.**

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Dunia usaha di Indonesia dibagi menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Usaha mikro secara definitif adalah usaha milik perseorangan sementara usaha besaran adalah usaha yang lebih besar dari pada usaha menengah.

Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha kecil Menengah (Mengkop dan usaha kecil), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1. 000.000.000. sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia

---

<sup>12</sup> Dr. Muhammad Arifin Badri, Dr. Erwandi Tirmizi, DKK, *majalah pengusaha muslim: iklan terlarang* (Yogyakarta: Yayasan Bina Pengusaha Muslim, Edisi 11, 2012), hal. 41-43

yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000. s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Pada prinsipnya definisi dan kriteria UKM di negara-negara asing didasarkan pada aspek-aspek sebagai berikut: (1) jumlah tenaga kerja, (2) pendapatan dan, (3) jumlah aset. Paparan berikut adalah kriteria-kriteria UKM di negara-negara atau lembaga asing.

World Bank, membagi UKM ke dalam 3 jenis, yaitu:

- 1) Medium Enterprise, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang, pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta, dan jumlah aset hingga jumlah \$ 15 juta,
- 2) Micro Enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 30 orang dan pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta,
- 3) Small Enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 10 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu, dan jumlah aset tidak melebihi \$ 100 ribu.<sup>13</sup>

### **2.3.2 Landasan Hukum UMKM.**

Indonesia merupakan Negara Hukum (*Rechtsstaat*). Hal ini secara tegas tertuang dalam pasal 1 ayat (3) amandemen ketiga UUD 1945. Konsep negara hukum ini ada yang mempersamakan dengan konsep the rules of law

---

<sup>13</sup> Thamrin Abduh, *Strategi Internasionalisasi UMKM*, (Makasar: CV Sah Media, 2017), hal. 11-16.

di Negara yang menganut anglo saxon, seperti Amerika Serikat dan Inggris.

Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mulai berlaku sejak tanggal 4 juli 2008. Dalam konsideran menimbang Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dinyatakan:

- a) Bahwa masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi.
- b) Bahwa masyarakat sesuai dengan amanat ketetapan MPR/XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi, Usaha kecil, Mikro, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat mempunyai kedudukan peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin berkembang dan berkeadilan.
- c) Bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagaimana dimaksud dalam huruf b, perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian

kesempatan usaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mewujudkan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Untuk mengatasi berbagai persoalan mengenai permodalan UU No. 20 Tahun 2008 telah menetapkan beberapa langkah dan strategi dirumuskan dalam pasal 8, yang berbunyi:

- a) Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk dapat mengakses kredit/pembiayaan perbankan dan lembaga keuangan non bank.
- b) memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya sehingga dapat diakses oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- c) Memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah dan tidak diskriminasi dalam pelayanan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d) Membantu para pelaku Usaha Mikro, Kecil untuk disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, baik yang menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah dengan jaminan yang disediakan oleh pemerintah.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Yusti, *perlindungan hukum terhadap usaha mikro, kecil dan menengah dalam perspektif keadilan ekonomi*, (kanun jurnal ilmu hukum, 2014), hal 117-121

### 2.3.3 Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Perkembangan usaha mikro kecil yaitu kegiatan yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.<sup>15</sup> Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki porsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami krisis. Bisnis UMKM menyumbang PDB (Produk Domestik Bruto)

---

<sup>15</sup> Wahda lia lisara, *pengaruh modal dan pembiayaan arum terhadap perkembangan usaha studi pada pegadaian syariah cabang solo baru*, skripsi: institute agama islam negeri surakarta, 2017), hlm 72

sekitar 60% dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.<sup>16</sup>

Para penelitian (kim dan choi 1994, Lee dan Miller 1996, lou 1999, Miles at all 2000, Hadjimanolis 2000) menganjurkan peningkatan omset penjualan, pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha.<sup>17</sup> Adapun indikator yang dipakai dalam penelitian ini, antara lain:

1) Modal usaha.

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis.

2) Omset.

Omset penjualan adalah jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau

---

<sup>16</sup> Bank Indonesia, hal.5-6

<sup>17</sup> Wina saparingga, *analisis perbandingan tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah sebelum dan sesudah mendapatkan fasilitas pembiayaan mikro (studi kasus di BRI syariah KCP kopo Bandung)*, (jurnal: UNISBA, 2015), hal 38

jasa dalam kurun tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

3) Tenaga kerja.

Tenaga kerja atau man power adalah kelompok penduduk dalam usia kerja. Angkatan kerja terdiri dari 1) golongan yang bekerja. 2) golongan yang menganggur dan mencari pekerjaan. Kelompok bukan angkatan kerja terdiri dari. 1) golongan yang bersekolah. 2) golongan yang mengurus rumah tangga. 3) golongan lain sewaktu-waktu dapat menawarkan jasa untuk bekerja oleh karena itu kelompok ini sering juga dinamakan sebagai *potensial labour force*.

4) Aset.

Aset adalah sumber penghasilan atas usahanya sendiri; di mana karakteristik umum yang dimiliki yaitu memberikan jasa atau manfaat di masa yang akan datang.<sup>18</sup>

### **2.3.4 Kendala yang dihadapi UMKM**

Kendala yang dihadapi pengusaha mikro di Indonesia:

Perkembangan usaha kecil mikro (UMKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Ada beberapa masalah umum yang dihadapi oleh pengusaha

---

<sup>18</sup> Nailah rizkia, *analisis perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan dari bank umum syariah*, (skripsi: UIN Syariaf Hidayatullah, 2017), hal 10-13

kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja/ modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), informasi pasar, kesulitan dalam pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa beda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar lokasi atau wilayah, antar sentra, antar sektor, antara sub sektor atau jenis kegiatan dan antar unit usaha dalam kegiatan/sektor yang sama”<sup>19</sup>.

Kendala yang sering dihadapi sektor UMKM adalah:

a. Internal

1) Modal.

Ada sekitar 60-70% UMKM belum mendapatkan akses atau pembiayaan perbankan. Salah satu penyebabnya adalah, hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara manual dan tradisional,

---

<sup>19</sup> Fina Safnatul Ummah, *Analisis Produk Pembiayaan Arrum BPKB dalam Meningkatkan Usaha Mikro Nasabah Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo*, (skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018), hal 38

terutama manajemen keuangan. Pengelolaan belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

2) Sumber Daya Manusia.

Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan *Quality control* terhadap produk, kemampuan membaca pasar masih belum tajam masih belum tajam, sehingga belum mampu menangkap dengan cermat kebutuhan yang diinginkan pasar. Selain itu pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut). Belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran. Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan menggaji.

3) Hukum.

Pada umumnya pelaku usaha UMKM masih berbadan hukum perorangan.

4) Akuntabilitas.

Belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

b. Eksternal, biaya transaksi/usaha tinggi

1) Iklim usaha masih belum kondusif.

- a) Koordinasi antar stakeholder UMKM masih belum padu. Lembaga pemerintah, instansi pendidikan, lembaga keuangan dan asosiasi usaha lebih sering berjalan masing-masing.
  - b) Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi/usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UMKM.
- 2) Infrastruktur
- a) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi
  - b) Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana.
- 3) Akses
- a) Keterbatasan terhadap bahan baku, sehingga sering kali UMKM mendapatkan bahan baku yang berkualitas rendah.
  - b) Akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan grup bisnis tertentu.
  - c) Belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama

bagi UMKM yang mampu menembus pasar ekspor, sehingga sering terlibat dengan perusahaan yang bermodal lebih besar.<sup>20</sup>

## **2.4 Penelitian Terdahulu.**

Dengan mengkaji penelitian yang akan diteliti, peneliti mengambil beberapa sumber acuan seperti jurnal, skripsi dan artikel adapun beberapa karangan skripsi terdahulu seperti:

1. Skripsi yang berjudul “ analisis pengaruh pembiayaan Murabahah, pendampingan dan strategi pemasaran UMKM terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) BMT kube Sejahtera unit 020 Tlogosari Sleman Yogyakarta, oleh Dewi Ratnasari, tahun 2017, program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pembahasan penelitian tersebut adalah pengaruh pembiayaan murabahah, pendampingan dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah menganalisa pengaruh pembiayaan murabahah, pendampingan dan strategi pemasaran (UMKM) BMT kube sejahtera unit 020 tlogoasi. Dalam penelitian yang digunakan metode *purposive sampling*, jenis penelitian yang digunakan adalah metode campuran (mix methode) dengan model atau desain *sequential explanatory* (urutan

---

<sup>20</sup> Bank Indonesia, hal 19-20

pembuktian) sehingga data diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Metode pengelolaan data yang digunakan peneliti adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan atau bersama-sama variabel pembiayaan, pendampingan dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM. Secara parsial variabel pembiayaan murabahah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap perkembangan UMKM dikarenakan pembiayaan yang ada tidak dikelola secara signifikan terhadap perkembangan UMKM karena pendampingan yang dilakukan sangat minim hanya pada beberapa anggota BMT saja. Sedangkan Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan diteliti adalah pada tempat penelitian penelitian sebelumnya meneliti di BMT kube sejahtera unit 020 tlogoadi sedangkan penelitian yang akan diteliti meneliti di Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang. Persamaan pada penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pembiayaan dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM, akan tetapi pada penelitian sebelumnya terdapat pula variabel bebas lainnya yaitu pendampingan.

2. Jurnal yang berjudul “ Pengaruh karakteristik wira usaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan

UMKM didesa Dayaan dan kalilondo Salatiga” oleh Endang Purwanti, dipublikasikan oleh Among Makarti, Volume. 5, No.9, juli 2012, jurnal tersebut membahas karakteristik wira usaha berpengaruh terhadap usaha, modal adalah faktor usaha yang harus disediakan sebelum melakukan kegiatan, sedangkan strategi pemasaran merupakan bidang yang tidak dapat dilepaskan dari masyarakat yang berwawasan visual mandiri, karakteristik usaha diukur dengan indikator keinginan berprestasi tanggung jawab pribadi, kemampuan inovasi, kemampuan manajemen, modal usaha, sumber modal dari luar. Strategi pemasaran diukur dengan indikator penentuan harga, penentuan pasar ,promosi yang dijalankan, kualitas produk, sedangkan perkembangan usaha diukur karakteristik wira usaha, kemudahan dan besaran modal yang digunakan strategi pemasaran yang digunakan. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui ada pengaruh karakteristik wira usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Dayakan dan Kalilondo di Salatiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersamaan berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dijelaskan dalam

menjalankan usahanya tidak menggunakan strategi pemasaran karena tidak dijual secara langsung ke konsumen namun dijual kepada para pedagang tanpa ada kemasan label atau merk penetapan harga hanya mengikuti persaingan sehingga tidak menggunakan strategi penentuan harga. Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan diteliti adalah pada variabel yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan 2 variabel bebas dan satu variabel terikat, selain itu tempat penelitian sebelumnya adalah di desa dayaan dan kalilondo di Salatiga sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah di pegadaian syariah majapahit dan UMKM di kota Semarang.

3. Artikel yang berjudul “Pengaruh Pembiayaan Ar-Rum pada Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Gorontalo Terhadap Perkembangan Usaha Mikro kecil di Gorontalo” oleh Samsia Usman, program studi Akuntansi, Universitas Negeri Gorontalo, artikel tersebut membahas pengaruh pembiayaan Ar-Rum pada Pegadaian Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. Adapun tujuan penelitian tersebut adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh pembiayaan Ar-Rum terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil di Gorontalo. Sampel dalam penelitian adalah nasabah yang melakukan pembiayaan Ar-Rum pada Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo Berjumlah 59 orang. Data yang

digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis sederhana. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan Ar-Rum berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro kecil di Gorontalo. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh pembiayaan Ar-Rum terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah UMKM di Gorontalo sebesar 9,40%, sedangkan sisanya sebesar 90,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh pembiayaan Ar-Rum pada pegadaian syariah terhadap perkembangan UMKM, akan tetapi pada penelitian yang akan diteliti ada penambahan variabel bebas yaitu strategi pemasaran.

4. Skripsi yang berjudul “Pengaruh modal dan Pembiayaan Arrum terhadap Perkembangan Usaha Studi pada Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru” oleh Wahdahlia Lisara, tahun 2017, Program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Masalah dari penelitian ini adalah pertumbuhan usaha di masyarakat yang semakin tinggi namun para pengusaha ini kekurangan modal usaha dalam mengembangkan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah modal dan pembiayaan Arrum berpengaruh terhadap perkembangan usaha di pegadaian syariah cabang solo baru.

Hasil dari penelitian tersebut adalah dari uji regresi berganda yang dilakukan yaitu  $Y = 5,438 + 0,332 X_1 + 0,760 X_2 + e$ . Dari hasil uji t (parsial) didapatkan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha sebesar 2,904 dan pembiayaan Arrum berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha sebesar 9,949. Dan dari hasil uji F (simultan) didapatkan bahwa modal dan pembiayaan Arrum secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan usaha sebesar 176,549. Meski sama-sama membahas tentang pengaruh Arrum pegadaian syariah tetapi penelitian sebelumnya dan yang akan diteliti memiliki beberapa perbedaan yaitu dalam hal variabel X yang digunakan, dalam penelitian sebelumnya ada dua variabel X, sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti terdapat satu variabel x. selain itu, perbedaan yang sangat nampa adalah terletak pada objek pegadaian yang dituju, jika sebelumnya objek penelitiannya terletak di pegadaian syariah cabang solo baru, sedangkan yang diteliti akan meneliti cabang pegadaian syariah Majapahit, Semarang.

5. Jurnal yang berjudul “Pengaruh Pembiayaan Murabahah terhadap perkembangan UMKM di kecamatan Leuwiliang (studi kasus BPRS amanah Ummah) oleh Linda Novita, Al-Infaq: jurnal Ekonomi Islam, Vol. 5, No.2, 2014, jurnal tersebut membahas tentang pengaruh pembiayaan murabahah terhadap perkembangan UMKM di kecamatan

Leuwiliang. Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan terhadap perkembangan Usaha nasabah. Perkembangannya dapat dilihat dari jumlah nasabah tiap bulannya. Penelitian tersebut merupakan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitiannya 30 nasabah BPRS Amanah Ummah yang mendapatkan pembiayaan murabahah di kecamatan luewiliang: pengumpulan data didapatkan dari dua jenis data yaitu data primer dan sekunder yaitu dengan menggunakan wawancara dan data didapatkan dari BPRS Amanah Ummah. Teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemberian pembiayaan *murabahah* terhadap perkembangan usaha nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan *r product moment*, yaitu  $df=(N - nr)$   $df =30-2 = 28$  pada taraf signifikan 5% diperoleh *r* tabel sebesar 0,361 dan taraf signifikan 1% diperoleh *r* tabel sebesar 0,423. Dengan demikian karena  $r_{xy}$  atau  $r_o$  lebih besar dari *r* tabel yaitu (0,98) dan (0,98) pada taraf signifikan 5% dan 1% , maka pada taraf signifikan 5% dapat diketahui adanya hubungan antara pembiayaan murabahah dengan perkembangan UMKM, dan pada taraf signifikan 1% dapat diketahui adanya hubungan positif antara pembiayaan *murabahah* dengan perkembangan UMKM. Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan

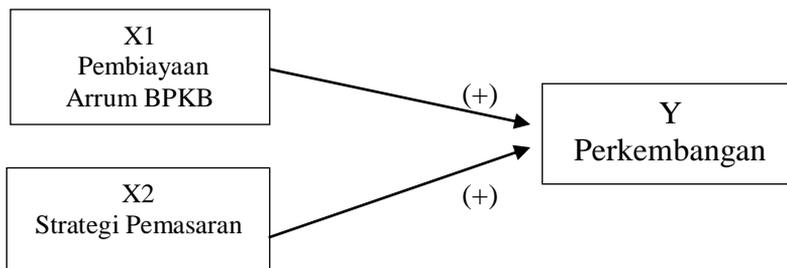
diteliti terletak pada produk pembiayaan yang digunakan dan tempat penelitian adapun persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama membahas pengaruh pembiayaan terhadap perkembangan UMKM.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengambil fokus pada pengaruh pembiayaan ARRUM dan Strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Semarang studi kasus pada Cabang Pegadaian syariah Majapahit.

## 2.5 Kerangka Berpikir.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kausal kontributif menggunakan 3 variabel, untuk menunjukkan hubungan antara variabel independen adalah Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran. Variabel dependennya adalah Perkembangan UMKM di Semarang. Serta untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Maka kerangka pemikiran dalam model penelitian regresi berganda dapat dijelaskan pada kerangka berpikir berikut:

Gambar 2.1  
Kerangka Penelitian



## 2.6 Hipotesis Penelitian.

Hipotesis berasal dari kata hypo yang berarti di bawah dan thesa yang berarti kebenaran.<sup>21</sup> merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui data.<sup>22</sup> Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti merumuskan hipotesis:

H1: Pembiayaan Arrum BPKB berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang.

H2: Strategi Pemasaran berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Semarang.

Hipotesis : 1

Perkembangan UMKM harus didorong mengingat UMKM merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap PDB dan merupakan tulang punggung perekonomian negara Indonesia, dengan pemberian pembiayaan ARRUM yang merupakan produk dari pegadaian syariah sebagai solusi dari masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha.

---

<sup>21</sup> Muchamad Fauzi, *Metode penelitian kualitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hal.127.

<sup>22</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2009) hal. 90.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh purnamayanti dan suwendra, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pemberian kredit terhadap pendapatan karena dapat meningkatkan modal usaha sebesar 71,9%.<sup>23</sup> Secara teori hal ini sama halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh kasmir yang menyatakan bahwa kredit secara positif dapat meningkatkan pendapatan, karena kredit menambah modal usaha.<sup>24</sup>

Dengan adanya penambahan modal diharapkan dapat menambah pendapatan (omset), modal usaha (aset) dan dapat meningkatkan kualitas produksi sehingga dapat memaksimalkan pemasaran.

H1: Ada pengaruh antara pembiayaan Arrum terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang

Hipotesis : 2

Masalah UMKM tidak hanya terletak pada permodalan saja akan tetapi ada beberapa masalah yang disebutkan oleh Bank Indonesia (2015) dalam bukunya salah satunya adalah pemasaran produk yang masih menggunakan cara sederhana *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut). Permasalahan tersebut dapat menjadi penghambat berkembangnya para usaha pelaku UMKM, sehingga dibutuhkan

---

<sup>23</sup> Ni wayan ana purnamayanti,i wayan suwendra,DKK, *pengaruh pemberian kredit dan modal terhadap pendapatan UKM*, (journal: Bisma Univesitas pendidikan ganesha, 2014),hal. 6

<sup>24</sup> Kasmir,*Bank dan lembaga keuangan lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal 112

strategi pemasaran yang baik agar dapat menghadapi kendala atau permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh di kota prameswari dan M. Rudi irwansyah. Bahwa ada pengaruh positif signifikan antara strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM sebesar 0,243<sup>25</sup>. Hal ini juga selaras dengan pendapat hamel dan rangkuti (2008) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus (berkembang) serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan.<sup>26</sup> Strategi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dari UMKM di kota Semarang.

H2: Ada pengaruh antara Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang.

---

<sup>25</sup> Diota prameswari vijaya dan M. Rudi Irwansyah, *pengaruh modal psikologi, karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan buleleng*, (jurnal: universitas pendidikan Ganesha singaraja, 2017), hal 9-10

<sup>26</sup> Risky meisyali putra, *analisis strategi pemasaran kredit usaha mikro berbasis marketing 3.0 di kantor cabang mikro ciawi bogor*, (skripsi:institit pertanian bogor, 2014), hal 6

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah diterapkan<sup>1</sup>, serta untuk mengetahui ada tidaknya hubungan. Apabila terdapat hubungan, seberapa erat dan berpengaruh atau tidaknya hubungan tersebut.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal kontributif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran) terhadap variabel terikat (pengembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang), serta seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### **3.2 Tempat dan waktu**

##### **3.2.1 Tempat Penelitian.**

Penelitian ini akan dilakukan di Cabang Pegadaian syariah Majapahit JL.Brigdjen Sudiarto, No.462D Semarang.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2011), hal 8

### 3.2.2 Waktu Penelitian.

Penelitian ini akan dilaksanakan secara bertahap, yaitu mulai dari pengajuan draf judul kepada Bapak Ketua Prodi dan pembuatan Proposal, dilanjutkan penelitian ke lapangan untuk mencari data dan tahap terakhir adalah menganalisis data melalui beberapa uji.

## 3.3 Populasi dan sampel

### 3.3.1 Populasi.

Populasi (*population*), yaitu sekelompok orang, kejadian atau gejala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi (*population element*).<sup>2</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini sebanyak 436 orang, yang merupakan nasabah pegadaian di Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Penentuan jumlah sampel sangat tergantung dari karakteristik dan jumlah populasi. Apabila jumlah populasi diketahui secara jelas jumlahnya maka dapat digunakan beberapa rumus atau tabel. Salah satu rumus yang sering digunakan adalah rumus solvin.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

---

<sup>2</sup> Ibid, hal 103

Keterangan  $n$ = sampel,  $N$ = populasi,  $e$ = eror sampel yaitu 10%<sup>3</sup>

Dari rumus di atas, besaran sampel yang akan digunakan pada penelitian ini, dengan data yang diperoleh dari pegadaian syariah yang mengambil produk pembiayaan ARRUM di Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang adalah: populasi nasabah Arrum BPKB sebesar 436 dengan taraf kesalahan 10% atau 0,1<sup>4</sup>

$$n = \frac{436}{1+(0,1)^2} = 81,34 \text{ atau dibulatkan menjadi } 82$$

Penentuan sampel menurut ketentuan gay dan deihl untuk penelitian kausalitas (hubungan sebab akibat), dianjurkan minimal 30 subjek perkelompok.<sup>5</sup> Dalam penelitian yang akan dilakukan ada 1 kelompok yaitu nasabah pembiayaan ARRUM. Maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 82 sampel.

### 3.4 Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Sumber data.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:<sup>6</sup>

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Menurut Kuncoro, metode untuk pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara pasif dan aktif. Metode pengumpulan data dengan cara pasif dapat dilakukan dengan metode observasi.

---

<sup>3</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*,(Yogyakarta: Graha Ilmu,2013), hal. 27-29

<sup>4</sup> Wawancara bapak sarjono selakku kepala cabang pegadaian majapahit semarang

<sup>5</sup> Anwar sanusi, *Metodologi penelitian bisnis*,( jakarta: Salemba Empat,2016), hal 101

<sup>6</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 103-108

Sedangkan metode pengumpulan data dengan cara aktif dapat dilakukan dengan cara wawancara baik personal, telepon maupun komputer. Data primer diperoleh peneliti dengan pengisian kuesioner yang akan diisi oleh responden yaitu para nasabah pegadaian yang menggunakan produk pembiayaan Arrum.

Kuesioner berisi pertanyaan mengenai data responden dan pertanyaan yang bersifat tertutup dengan skala likert. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif jawaban, sebagai berikut:

Tabel 3.1

Skor jawaban angket dengan skala likert

Bobot	Kategori	Kode
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi dengan rincian berikut:

---

<sup>7</sup> Nadzir, *metode penelitian*, (Jakarta: Balai aksara, 1991), hal 211

### 1) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan acar memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Pengumpulan data dengan menyebarkan angket diberikan kepada responden berupa daftar pertanyaan tentang pengaruh pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap usaha mikro kecil menengah di Semarang (studi pada Cabang Pegadaian Syariah Majapahit)

### 2) Wawancara

Metode wawancara ini dilakukan dengan cara melakukan dialog secara lisan dan peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden atau informan dan responden atau informan menjawab secara lisan<sup>8</sup>

Peneliti akan melakukan wawancara seputar pegadaian syariah majapahit serta terkait dengan produk pembiayaan Arrum BPKB kepada kepala cabang serta bagian staf pegadaian syariah sebagai karyawan yang menyalurkan pembiayaan tersebut.

### 3) Dokumentasi.

Dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen,

---

<sup>8</sup> Darwis *Metode penelitian pendidikan islam*,(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2014),hal 56

rapat, jagger, agenda dan sebagainya.<sup>9</sup> Data ini digunakan untuk tambahan referensi dan pendukung, sehingga data yang penulis kumpulkan menjadi jelas dan terarah.

#### 4) Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut /sifat/nilai dari orang, obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>10</sup> Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 variabel yaitu:

1. Pembiayaan Arrum BPKB sebagai variabel independen (bebas) atau variabel ( $X_1$ )
2. Strategi pemasaran sebagai variabel independen (bebas) atau variabel ( $X_2$ )
3. Perkembangan UMKM sebagai variabel dependen (terikat) atau variabel (Y)

### 3.4.3 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.

Definisi operasional atau sering dinamakan juga sebagai operasionalisasi variabel adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep

---

<sup>9</sup> Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*,(jakarta:PT Rineka Cipta,2002),hal 206

<sup>10</sup> Sugiyono, hlm 38

sehingga konsep tersebut dapat diukur.<sup>11</sup> Berikut ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3.2  
Definisi operasional variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Pembiayaan Arrum BPKB	Pembiayaan Arrum BPKB merupakan salah satu produk pegadaian syariah yang berbasis syariah dan menggabungkan akad rahn dan akad ijarah bagi para pengusaha kecil untuk keperluan usaha. Dengan jaminan BPKB motor atau mobil. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari ( <i>rahn tasjaly</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan</li> <li>2. Akad</li> <li>3. Jangka waktu</li> <li>4. Risiko</li> <li>5. Balas jasa</li> </ol>	Skala likert
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran adalah perubah-peubah terkontrol yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk memuaskan kelompok sasaran. Variabel dari klasifikasi strategi pemasaran 4P yaitu: produk (Product), Harga (Price), tempat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga</li> <li>2. Produk</li> <li>3. Tempat</li> <li>4. Promosi</li> </ol>	Skala likert

<sup>11</sup> Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013), hlm. 84.

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
	(Place), dan promosi (Promotion).		
Perkembangan UMKM	Perkembangan usaha mikro kecil yaitu kegiatan yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM perlu terus ditingkatkan karena perannya dalam menyediakan lapangan kerja yang secara langsung akan mengurangi pengangguran yang berujung pada mengatasi kemiskinan	1. Omset 2. Jumlah anggota 3. Aset 4. Pengangguran.	Skala likert

Kelebihan skala linkert yaitu :

1. Alasan kemudahan pembuatan.
2. Interval respons yang lebih besar yang membuat skala linkert dapat memberikan keterangan yang lebih nyata atau

tegas tentang pendapat atau sikap responden tentang isu yang dipertanyakan.

3. Eliabilitas yang lebih tinggi (makin banyak jumlah item makin berkurang reliabilitasnya).<sup>12</sup>

### **3.5 Teknik Analisis data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi yang bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antar dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan di antara variabel tersebut.<sup>13</sup> Akan tetapi agar kesimpulan valid, maka data terlebih dahulu diuji kelayakannya. Uji-uji tersebut dengan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik dengan uji normalitas, heteroskedastisitas, uji multikolinieritas serta uji hipotesis. Analisis data meliputi kegiatan sebagai berikut:

1. Penyajian data kuantitatif
2. Model-model/uji statistik sebagai alat analisis data.

#### **3.5.1 Uji reabilitas validitas.**

##### **1. Reabilitas.**

Reabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang

---

<sup>12</sup> Darmadi Duriyanto, Dkk, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas Dan Perilaku Merek*, ( Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal.41

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2006),hal 86

berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reabilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.<sup>14</sup> Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha* sebesar  $> 0.60$  maka instrumen penelitian yang dilakukan dianggap reliable.<sup>15</sup>

## 2. Validitas.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Menurut sekarang (2003) validitas menunjukkan ketetapan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Ada berbagai metode yang digunakan dalam uji validitas seperti korelasi, yaitu produk moment person (seperti metode analisis korelasi) dan corrected item total correlation serta analisis faktor.

Uji validitas merupakan suatu tingkatan di mana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas menggunakan metode korelasi *product moment karl pearson* dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dan tingkat signifikan sebesar 95%  $\alpha =$

---

<sup>14</sup> Anwar sanusi, hal 80-81

<sup>15</sup> Agus Tri Basuki Dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 117

0,05. Maka kriteria pengujian adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut adalah valid begitu pun sebaliknya.<sup>16</sup>

### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik.**

Untuk mengetahui apakah ada penyimpangan terhadap variabel yang ada dalam model dan untuk mendapatkan kesimpulan statistik yang dapat dipertanggung jawaban digunakan uji asumsi klasik. Dalam regresi berganda, ada beberapa uji asumsi klasik yang harus dapat dipenuhi, antara lain:

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel atau residual memiliki distribusi normal, uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independen dan variabel dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk mengetahui kenormalan distribusi data adalah dengan teknik Kolmogorov – Sminov.

Cara kedua bisa dengan metode grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal p-Plot of regression standardized. Sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Sugiyono, hal. 142

<sup>17</sup> Imam Gozali, hal 104

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heretokedastisitas tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi heteroskedastisitas.<sup>18</sup> Heteroskedistisitas yang ada dalam regresi dapat menyebabkan:

1. Penaksir (estimator) yang diperoleh menjadi tidak efisien, hal itu disebabkan variannya sudah tidak minim lagi (tidak efisien).
2. Kesalahan baku koefisien regresi akan terpengaruh, sehingga memberikan indikasi yang salah dan koefisien determinasi memperlihatkan daya penjelasan terlalu besar.<sup>19</sup>

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SPRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SPRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya). Dasar analisis adalah :

---

<sup>18</sup> Ibid, hal 100-125

<sup>19</sup> Danang Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuisisioner, Alat, dan Analisis Data)*, Cet.1, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hal. 116-117.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian.<sup>20</sup>  
Pendeteksian terhadap gejala heteroskedastisitas ini juga menggunakan metode Glejser, yang ditunjukkan oleh masing-masing koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolute residunya (e), dengan kriteria :
  - a. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikan  $> \alpha$  ( 0,05).
  - b. Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikan  $< \alpha$  ( 0,05).

### **1. Uji Multikolonieritas.**

Uji multikolonieritas adalah suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna )antara beberapa atau semua variabel bebas.<sup>21</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-

---

<sup>20</sup> Imam Ghozali, hlm. 139

<sup>21</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin, hal 193

variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai  $tolerance < 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .<sup>22</sup>

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan

---

<sup>22</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan : Paradigma Positivisme dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010, hal.80-82

pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Problem autokorelasi sering ditemukan pada penelitian yang menggunakan data *time series*.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendekati ada tidaknya problem autokorelasi pada model regresi yaitu uji statistik Durbin-Watson. Uji lagrange multiplier, dan uji box Ljung. Untuk uji Durbin-Watson kita akan membandingkan hasil DW statistik dan DW tabel. Jika DW statistik  $>$  DW tabel maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem autokorelasi. Pada uji Box-Ljung jika dari 16 lag yang dihasilkan terdapat 2 lag atau lebih yang nilainya signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi problem autokorelasi<sup>23</sup>

### 3.5.3 Uji Ketetapan Model

#### 1. Koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sering pula disebut dengan koefisien majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hamper sama dengan koefisien  $r^2$ .  $R$  juga hamper serupa dengan  $r$ , tetapi keduanya berbeda fungsi (kecuali regresi linier berganda).  $R^2$  menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan hanya satu variabel bebas (X). lebih lanjut,  $r$  adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linier di antara dua variabel, nilainya dapat negative dan positive.

Sementara  $R$  adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas yang

---

<sup>23</sup> Imam Ghozali, hal 118

menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positive.<sup>24</sup> Namun penggunaan koefisien determinasi  $R^2$  memiliki kelemahan, yaitu bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel  $R^2$  meningkat tidak peduli apakah variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted*  $R^2$ <sup>25</sup>

### 3.5.4 Pengujian Hipotesis

#### 1. Analisis regresi linier berganda.

Analisis linier berganda digunakan untuk memprediksi atau menguji bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.<sup>26</sup>

Model regresi penelitian ini adalah

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

Keterangan:

Y = variabel respons Perkembangan UMKM (dependen/ terikat)

a = konstanta

b = koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)<sup>27</sup>

$X_1$  = pembiayaan Arrum BPKB

$X_2$  = Strategi pemasaran

e = variabel random error/galat. variabel pengganggu/ variabel residu

---

<sup>24</sup> Ibid, hal. 136

<sup>25</sup> Sugiyono, hal 206

<sup>26</sup> Sugiyono, hal 275

<sup>27</sup> Anwar sanusi, hal 135.

untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F.

## 2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel: asumsinya apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel. Maka menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a.  $H_0 : \beta = 0$ , artinya variabel bebas (Pembiayaan Arrum dan Strategi pemasaran) secara individual tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Perkembangan Usaha mikro kecil Menengah).
- b.  $H_0 : \beta \neq 0$ , artinya variabel-variabel bebas (Pembiayaan Arrum dan Strategi pemasaran) secara individual mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Perkembangan Usaha mikro kecil Menengah)

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya faktor pembiayaan Arrum dan Strategi Pemasaran terhadap variabel perkembangan usaha mikro kecil Menengah.

Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya faktor pembiayaan Arrum dan Strategi Pemasaran terhadap variabel perkembangan usaha mikro kecil Menengah (untuk tingkat signifikansi = 5%).

Membandingkan nilai T hitung dengan T tabel :

- a. Apabila T tabel  $>$  T hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila T tabel  $<$  T hitung, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima<sup>28</sup>

### 3. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F tabel: bila F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.<sup>29</sup>

Kriteria pengujian:

- a. Jika,  $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen (Pembiayaan Arrum dan Strategi pemasaran) secara bersama-sama dengan

---

<sup>28</sup> Anis Pusposari, “Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana Melalui Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta”, Skripsi,(Surakarta: Perpustakaan IAIN Surakarta, 2017), hal. 58-59, t.d.

<sup>29</sup> M sidik priadana saludin muis, hal. 187-188

variabel dependen (Perkembangan Usaha mikro kecil Menengah).

- b. Jika,  $H_a$ ,  $\beta_1$ ,  $\beta_2 \neq 0$ , maka terdapat pengaruh signifikan antara semua variabel independen (Pembiayaan Arrum dan Strategi pemasaran) secara bersama-sama dengan variabel dependen (Perkembangan Usaha mikro kecil Menengah).

Kriteria penentuan keputusan yang digunakan statistik F yaitu membandingkan nilai  $F_{tabel}$ , bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Ghazali, hal, 145

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang**

###### **1. Sejarah Singkat Pegadaian.**

Sejarah pegadaian dimulai pada saat pemerintah penjajahan belanda (VOC) mendirikan Bank Van Leening yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di batavia pada tanggal 20 Agustus 1746.

Ketika inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811-1816) Bank Van Leening milik pemerintah dibubarkan dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapatkan lisensi dari pemerintah setempat. Pada saat Belanda berkuasa kembali dikeluarkan staatblad (stbl) No. 131 tanggal 1 April 1901, sebagai dasar hukum bagi pendirian pegadaian negeri pertama di Sukabumi, yang kemudian dijadikan sebagai hari lahirnya pegadaian di Indonesia.

Sejak awal kemerdekaan, pegadaian dikelola oleh pemerintah dan sudah beberapa kali mengalami perubahan bentuk badan hukum yaitu, pada tahun 1969 perusahaan negara pegadaian diubah menjadi perusahaan jawatan (Perjan) pegadaian, dan pada tahun 1990 berdasarkan PP. No. 10/1990 yang diperbarui dengan PP. No. 103/2000 berubah menjadi perusahaan umum (PERUM) hingga sekarang.

Pegadaian merupakan salah satu alternatif pertama dan sudah ada sejak lama serta sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Namun belakangan ini perum pegadaian mulai terampil dengan membangun citra baru melalui berbagai media, termasuk televisi, dengan moto “ Mengatasi Masalah tanpa Masalah”. Meskipun perusahaan membawa misi *public service Obligation*, ternyata tetap mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk pajak dan bagian keuntungan kepada pemerintah.

Seiring dengan dikeluarkannya fatwa DSN-MUI tentang haramnya *riba* dan undang-undang no. 10 tahun 1998 tentang perbankan syariah boleh mendirikan usaha *rahn* (gadai). Bank muamalat Indonesia dalam mengembangkan usahanya mencoba untuk membuat produk gadai syariah. tawaran tersebut mendapat tanggapan yang positif dari perum pegadaian yang juga sedang mempelajari pembentukan pegadaian syariah.

Pada tahun 2002 nota kesepakatan kerja sama dibuat antara perum pegadaian dengan bank muamalat Indonesia. Pada tanggal 20 Desember 2002 penandatanganan kerja sama dilakukan dengan Nomor 446/SP 300.233/2002 dan 015/BMI/PKS/XII/2002. Bank muamalat Indonesia menandatangani kerja sama dengan perum pegadaian untuk tambahan modal, dengan bentuk pembiayaan musyarakah sejumlah RP. 40.000.000.000,-. Kemudian pada tanggal 14 Januari 2003 secara resmi dibentuk pegadaian Syariah dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGD) dan Operasionalnya Dewan Direksi perum Pegadaian Nomor: 06.A/UL.3.00.22.3/2003

tentang pemberlakuan manual Operasional Unit Layanan Gadai Syariah.

Pada tahun 2008 kontrak kerja sama dengan bank umum di Indonesia dihentikan. Modal yang dipinjam dalam bentuk pembiayaan musyarakah telah dikembalikan. Kini perum pegadaian bekerja sama dengan bank syariah Mandiri dengan tambahan modal yang diberikan sebesar kurang lebih Rp 50.000.000.000. Bank syariah Mandiri menawarkan harga yang lebih miring sehingga pemotongan tarif ijarah dapat dilakukan.

Pegadaian Syariah pertama kali didirikan di Jakarta pada tanggal 14 Januari 2003 dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika, Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih ditahun yang sama pula, 4 kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah, Istilah ULGS kemudian berubah menjadi Cabang Pegadaian Syariah (CPS).<sup>1</sup>

## **2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah**

### **a. Visi**

Pada tahun 2013 pegadaian menjadi “champion” dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai dan fidusia bagi masyarakat menengah ke bawah.

---

<sup>1</sup> Nadhirotul Ulbab, *Strategi pemasaran produk-produk gadai syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah studi kasus di pegadaian syariah cabang majapahit Semarang*, Semarang: UIN Walisongo, 2016, hlm 53-58

**b. Misi**

- 1) Membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah ke bawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui penyaluran pinjaman skala mikro, kecil dan menengah atas dasar hukum gadai dan fidusia.
- 2) Memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan melaksanakan batas kelola perusahaan yang baik secara konsisten.
- 3) Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya.

**c. Tujuan Pegadaian**

- 1) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran pinjaman uang pinjaman atas dasar hukum gadai.
- 2) Pencegahan praktik ijon, pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.<sup>2</sup>

---

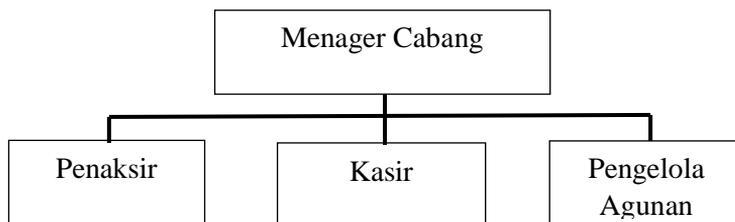
<sup>2</sup> Wawancara dengan bapak Sarjono selaku Kepala Cabang Pegadaian Syariah majapahit.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas Pegadaian Syariah Majapahit Semarang.

##### 1. Struktur Organisasi.

Dalam suatu lembaga atau organisasi lapasti terdapat struktur organisasi. Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar tiap bagian secara operasional untuk mencapai tujuan.<sup>3</sup> Pegadaian syariah Majapahit merupakan cabang yang membawahi beberapa unit pegadaian syariah. Struktur pegadaian syariah Majapahit adalah:

Gambar 4.1  
Struktur Pegadaian syariah Majapahit



Sumber: Manager Cabang Pegadaian Syariah Majapahit

##### 2. Deskripsi Tugas dan Jabatan

Berikut struktur personalia cabang pegadaian syariah Majapahit Semarang:

- a. Manager Cabang : Sarjono S.E
- b. Kasir : Yennie Puspita Kusuma Wardani
- c. Pengelola dan Penyimpan: Muhammad Ichsanudin

---

<sup>3</sup> Wikipedia, *Struktur Organisasi*, dalam laman [https://id.wikipedia.org/wiki/Struktur\\_organisasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Struktur_organisasi), diakses pada tanggal 11/09/2018.

- d. Penaksir : Yuningsih
- e. Keamanan : Linggah adhitya dharma
- f. Staf/OB : Wartono

1) Manager Cabang

Mengelola operasional cabang, yaitu menyalurkan uang pinjaman (*qardh*) secara hukum gadai yang didasarkan pada penerapan prinsip Syariah. Di samping itu manager cabang juga mempunyai tugas yaitu, Menyusun program kerja operasional cabang agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan, mengkoordinasikan penyaluran *marhun bih*, mengkoordinasikan pengelolaan *Murabahah* dan *Rahn* sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka pengembangan aset secara profesional.

2) Penaksir.

Menaksir *marhun* (barang jaminan) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penerapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra yang baik bagi perusahaan.

Tugas dari penaksir yaitu, memberi pelayanan kepada *rahin* dengan cepat, mudah, dan aman. Menaksir barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku, memberikan perhitungan kepada pemimpin cabang penggunaan pinjaman gadai oleh *rahin* berkaitan dengan biaya administrasi dan jasa simpan, dan menetapkan biaya

administrasi dan jasa simpan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3) Kasir

Bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembukuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang. Selain itu, kasir juga bertugas menyimpan peralatan dan perlengkapan kerja, menerima modal kerja harian dari atasan, menyimpan uang kecil untuk kelancaran pelaksanaan tugas, melaksanakan penerimaan pelunasan *marhun bin* dari *marhun*.

4) Pengelola dan Penyimpan Barang

Bertugas untuk melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengukuran serta pembukuan *marhun* selain barang kantor untuk disimpan digudang dan secara berkala memeriksa keadaan gudang penmpnan *marhun*, selain itu juga menyusun sesuai urutan nomor *surat bukti Rahan* (SBR)

5) Keamanan.

Tugas dari keamanan yaitu, mengamankan harta perusahaan dari *rahin* dalam lingkungan kantor dan sekitarnya.

6) Staf/OB.

Bertugas untuk memelihara kebersihan, keindahan, kenyamanan, gedung, ruang kerja, mengirimkan dan

mengambil surat/ dokumen untuk menunjang kelancaran tugas administrasi dan juga operasional kantor cabang.<sup>4</sup>

#### 4.1.3 Produk-Produk Cabang Pegadaian Syariah Majapahit

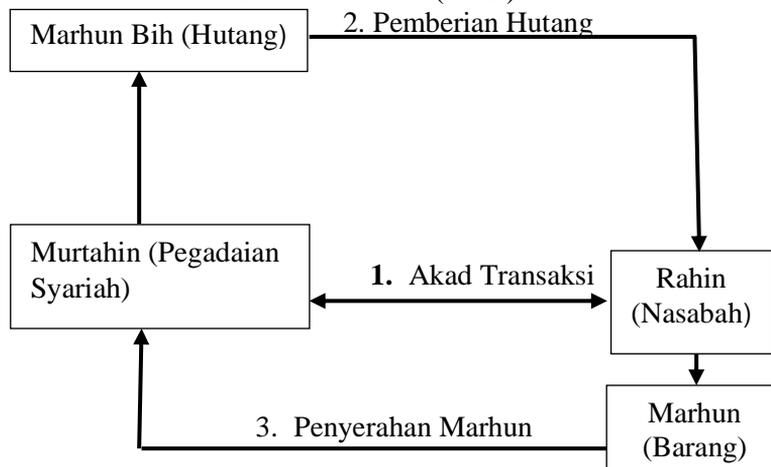
Pegadaian Syariah memiliki beberapa produk sebagai berikut:

##### 1. Ar-Rahn (Gadai Syariah)

Gadai Syariah (*Ar-rah*n) adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dengan sistem gadai sesuai syariah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan, elektronik dan kendaraan bermotor. Hal itu sesuai dengan Surah Al-Baqarah (2:283) dan fatwa dewan syariah nasional No 92/DSN-MUI/1V/2014 Selain itu rahn dari pegadaian syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dana.

Gambar 4.2

Skema Transaksi Gadai (Rahn)



<sup>4</sup> Deskripsi tugas karyawan pegadaian syariah [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) dikases pada tanggal 10-03-2019

Alur Transaksi gadai yang terjadi adalah nasabah (Rahn) dan Pegadaian Syariah (Murtahin) membuat akad rahn, Pegadaian syariah akan menyerahkan sejumlah uang sesuai nilai taksir barang yang di gadaikan di mana nasabah akan memberikan barang jaminan (marhun) kepada pegadaian syariah. barang yang digadaikan akan disimpan dan dirawat oleh pegadaian syariah.

Prosedurnya pun mudah dan cepat. Saat ingin membayar cicilan ataupun melunasi pinjaman, nasabah hanya perlu membawa surat rahn/ tanda gadai dan sejumlah uang, kemudian akan dilayani dengan waktu yang cukup singkat. Taksiran barang ditentukan berdasarkan nilai intrinsik dan harga pasar yang ditetapkan oleh pegadaian syariah. serta terdapat beberapa keunggulan yang ditawarkan oleh pegadaian syariah yaitu:

- 1) Layanan RAHN tersedia di Outlet pegadaian syariah di seluruh Indonesia.
- 2) Prosedur pengajuannya sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet pegadaian.
- 3) Proses pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit.
- 4) Pinjaman (marhun bih) mulai dari Rp 50 sampai Rp 200 juta rupiah atau lebih.
- 5) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.

- 6) Barang yang disimpan dipegadaian aman.
  - 7) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan ijarah selama masa pinjaman.
  - 8) Tanpa perlu membuka rekening.
  - 9) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar ijarah saja atau mengangsur ijarah selama masa pinjaman.
- Adapun persyaratan yang harus dipenuhi adalah:
- a. Fotocopy KTP atau Identitas resmi Lainnya.
  - b. Menyerahkan barang jaminan.
  - c. Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli.
  - d. Nasabah menandatangani Surat Bukti Rahn (SBR).<sup>5</sup>

## **2. Arrum Haji**

Arrum Haji adalah produk pegadaian yang memungkinkan Anda untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan Emas. Mengacu kepada fatwa Dewan Syariah Nasional No, 92/DSN-MUI/IV/2014. Serta diperkuat dengan adanya dasar dari QS Al-Imran ayat 97.

Ada beberapa keunggulan yang ditawarkan oleh Arrum Haji yaitu:

- a. Memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji.

---

<sup>5</sup> Brosur pegadaian syariah majapahit, diakses pada tanggal 12/03/2019.

- b. Emas dan Dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian.
- c. Biaya Pemeliharaan barang jaminan terjangkau.
- d. Jaminan emas dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas.

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah:

- 1) Memenuhi syarat sebagai pendaftar haji.
- 2) Foto copy KTP

### **3. Multi Pembayaran Online.**

Multi pembayaran Online (MPO) merupakan solusi pembayaran yang cepat juga memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank. Selain itu, MPO melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api dan lain sebagainya secara online.

Keunggulan yang ditawarkan yaitu:

- a. layanan MPO tersedia di outlet pegadaian seluruh Indonesia.
- b. Pembayaran secara real time, sehingga memberikan kepastian dan kenyamanan dalam bertransaksi.
- c. Biaya administrasi kompetitif.
- d. Pembayaran tagihan selain dapat dilakukan secara tunai juga dapat bersinergi dengan gadai emas.
- e. untuk pembayaran tagihan dengan gadai emas maka nilai hasil gadai dan akan dipotong untuk pembayaran

rekening. Seluruh proses dilakukan dalam satu loket layanan.

- f. Setiap nasabah dapat melakukan pembayaran untuk lebih dari satu tagihan.
- g. Prosedur sangat mudah. Nasabah tidak harus memiliki rekening bank.

Proses pelayanan.

- h. Untuk layanan pembayaran tagihan.

Nasabah datang ke outlet pegadaian terdekat dengan membawa nomor pelanggan untuk tagihan listrik, telepon, PDAM, pembayaran premi asuransi BPJS kesehatan, pembayaran finance, pembayaran TV berlangganan, dan lain sebagainya.

- i. Untuk layanan pembelian.

Nasabah datang langsung ke pegadaian terdekat untuk melakukan pembelian tiket kereta api, pembelian pulsa dan transaksi pembelian lainnya.

#### **4. Tabungan Emas.**

Tabungan emas adalah layanan pembelian penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Dengan beberapa keunggulan yang ditawarkan adalah:

- a. Pegadaian tabungan emas tersedia di kantor cabang di seluruh Indonesia.

- b. Pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,01 gram).
- c. Layanan petugas profesional.
- d. Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- e. Mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana Anda.

#### Prosedur Tabungan Emas.

- a. Membuka rekening tabungan emas di kantor cabang pegadaian hanya dengan melampirkan identitas diri (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.
- b. Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp.10.000, dan membayar biaya fasilitas titipan emas selama 12 bulan sebesar Rp.30.000.
- c. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0,01 gram dengan atau sebesar Rp 6.020,- untuk tanggal hari ini (13-09-2018). Misalnya jika ingin membeli 1 gram, maka harganya adalah Rp. 602.000,-
- d. Apabila membutuhkan dana tunai , saldo titipan Anda dapat dijual kembali (buy back) ke pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram dan Anda dapat menerima uang tunai sebesar Rp. 583.000 untuk tanggal hari ini.

- e. Apabila menghendaki fisik emas batangan, Anda dapat melakukan order cetak dengan pilihan keping (5gr,10gr,25gr,50gr dan 100gr) dengan membayar biaya cetak sesuai dengan kepingan yang dipilih. Minimal saldo rekening adalah 0,1 gram.
- f. Transaksi penjualan emas kepada pegadaian dan percetakan emas batang, saat ini hanya dapat dilayani di kantor Cabang tempat pembukaan dengan menunjukkan buku tabungan dan identitas diri yang asli.

#### **5. Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi)**

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak. Memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

Adapun keunggulan yang ditawarkan yaitu:

- a. Proses mudah dengan layanan profesional
- b. Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- c. Sebagai aset emas batangan serta liquid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.

- d. Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulia dari 5 gram s.d 1 kilogram.
- e. Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok) ataupun arisan.
- f. Uang muka mulai dari 10% s.d 90% dari nilai logam mulia.
- g. Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d 36 bulan.

Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Untuk pembelian secara tunai, nasabah cukup datang ke outlet pegadaian (galeri 24) dengan membayar nilai logam mulia yang akan dibeli.
- b. Untuk pembelian secara angsuran, nasabah menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan.

#### **6. Arrum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil)BPKB**

*Ar-Rahn* untuk usaha mikro kecil, selanjutnya disebut skim ARRUM adalah skim pemberian pembiayaan berprinsip syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan usaha yang didasarkan atas kelayakan usaha. Surat edaran (SE) No. 14/US.200/2008 tentang penyaluran pembiayaan ARRUM. Tujuan diluncurkannya pembiayaan Arrum di samping sebagai sebuah upaya diversifikasi produk pegadaian syariah juga dengan maksud meninggalkan pemberdayaan para pengusaha mikro kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah.

Pembiayaan diberikan dalam jangka waktu tertentu dengan pengembalian pinjam dilakukan secara angsuran dengan menggunakan konstruksi penjaminan secara gadai maupun fidusia. Skim *Arrum* ini merupakan pinjaman kepada individual pengusaha mikro kecil.

Adapun keunggulannya yaitu:

- a. Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai fatwa DSN-MUI No,92/DSN-MUI/IV/2014 serta diperkuat oleh ayat Al-Qur'an yaitu surah Al-Baqarah (2:283).
- b. Proses pembiayaan dilayani di lebih dari 600 outlet pegadaian syariah.
- c. Pembayaran angsuran dapat dilakukan di seluruh outlet pegadaian syariah.
- d. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12,18,24 dan 36 bulan.
- e. Pegadaian memberikan tarif menarik dan kompetitif.
- f. Prosedur pelayanan sederhana, cepat dan mudah.
- g. Pegadaian hanya menyimpan BPKB, kendaraan dapat digunakan nasabah.

Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Memiliki usaha memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 tahun atau lebih.
- b. Foto copy KTP dan kartu Keluarga.
- c. Menyerahkan dokumen yang sah.

- d. Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB, foto copy STNK dan faktur pembelian).

**7. Amanah (Murabahah untuk Kepemilikan kendaraan bermotor)**

Pembiayaan AMANAH dari Pegadaian Syariah adalah Pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro, untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran. Produk ini menerapkan sistem dengan akad *murabahah*, yaitu pinjaman. pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil (PNS) dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

Keunggulan produk AMANAH yaitu:

- a. Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai fatwa No 92/DSN-MUI/VI/2014.
- b. Proses pembiayaan dilayani di lebih dari 4400 outlet pegadaian di seluruh Indonesia.
- c. Uang muka pembelian sepeda motor mulai 10%.
- d. Uang muka pembelian mobil mulai 20%.
- e. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12,18,24,36,48 dan 60 bulan.
- f. Pegadaian memberikan tarif (mu'nah) menarik dan kompetitif.
- g. Pembiayaan dapat diberikan untuk kendaraan baru maupun second.

h. Prosedur pelayanan sederhana, cepat mudah.

Persyaratannya adalah:

- a. Karyawan tetap masa kerja minimal 2 tahun.
- b. Usia minimal 21 tahun, atau sisa masa kerja 1 tahun sebelum pension.
- c. Usia saat jatuh tempo maksimal 70 tahun.
- d. Kendaraan digunakan diwilayah pemohon.
- e. Memiliki usaha produktif yang sah dan berjalan minimal 1 tahun.
- f. Memiliki tempat tinggal.

#### **8. Rahn Hasan**

Pegadaian Rahn Hasan merupakan pemberian dana dengan akad gadai/rahn mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 500.000 tanpa biaya pemeliharaan (mu'nah pemeliharaan) berdasarkan fatwa MUI No,92/DSN-MUI/IV/2014 serta diperkuat oleh ayat al-qur'an QS Al-Baqaroh (2:283)

Keunggulan dari produk pegadaian syariah ini adalah:

- a. Bebas biaya pemeliharaan (mu'nah pemeliharaan).
- b. Proses cepat, mudah dan aman.
- c. Biaya administrasi/mu'nah akad sangat ringan.
- d. Jangka waktu pinjaman hingga 60 hari.
- e. Dapat di perpanjang atau dicicil

Persyaratan yang harus dipenuhi di antaranya:

- a. Melampirkan e-KTP/non e-KTP yang terdata di dukcapil (tidak perlu KK).

- b. Penyaluran: pegadaian syariah seluruh Indonesia.
- c. Pinjaman mulai Rp. 50.000-s.d. Rp 500.000,-
- d. Nasabah dalam satu KK yang sama hanya dapat 1 kali priode kredit;
- e. Khusus pelajar/ mahasiswa < 30<sup>th</sup> dapat mengajukan pinjaman tersendiri.<sup>6</sup>

## **4.2 Analisis Deskriptif Dan Karakteristik Responden**

### **4.3.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik-karakteristik responden yang meliputi Nama, jenis kelamin, Umur, Pendidikan terakhir, jenis usaha. Berdasarkan dari hasil jawaban responden atas koesioner yang diberikan. Penelitian ini dilakukan di pegadaian syariah cabang Majapahit. Koesioner berisikan 22 item pertanyaan untuk pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang.

### **4.3.2 Karakteristik Responden**

1. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden nasabah pembiayaan ARRUM yang ada di Cabang pegadaian syariah Majapahit dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

---

<sup>6</sup> Nama-nama produk yang ada pada pegadaian syariah <https://pegadaiansyariah.co.id/> diakses pada tanggal 12/3/2019

Tabel 4.1  
Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-Laki	30	36,6%
Perempuan	52	63,4%
Total	82	100%

Sumber :Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Keterangan tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit yang berjenis sebanyak 30 orang, Sedangkan nasabah perempuan sebanyak 52 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar yang menggunakan pembiayaan Arrum adalah nasabah Perempuan dengan jumlah 52 orang (63,4%)

## 2. Karakteristik Menurut Usia

Data mengenai usia nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Responden Menurut Usia

	Frekuensi	Prosentase
23-28	5	06,0%
31-39	34	41,5%
40-49	29	35,3%
52-58	7	08,6%
60-69	7	08,6%
Jumlah	82	100%

Sumber:Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa umur responden sebagian besar adalah umur 22-28 Tahun sebanyak 5 Responden, umur 31,39 Tahun Sebanyak 34 Responden, umur 40-49

Tahun Sebanyak 29 orang, 52-58 Tahun sebanyak 7 orang, umur 60-69 tahun sebanyak 7 orang . pada koesioner yang peneliti sebarakan, menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang mengambil pembiayaan Arrum pada cabang pegadaian syariah Majapahit berumur antara 31-39 tahun sebanyak 34 orang (41,5%)

### 3. Karakteristik Menurut Jenis pendidikan Terakhir

Data mengenai jenis pendidikan Terakhir nasabah pembiayaan ARRUM cabang Pegadaian Syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3  
Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Jenis Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	5	6%
SMP	6	7,3%
SMA/MA/SMK	43	52,5%
D1/D2/D3	9	10,10%
S1/S2	19	23,1%
Jumlah	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden nasabah pembiayaan ARRUM yaitu nasabah yang pendidikan terakhirnya SD sebanyak 5 orang, SMP 6 orang, SMA/MA/SMK sebanyak 43, D1/D2/D3 sebanyak 9 dan nasabah yang pendidikan terakhirnya S1/S2 sebanyak 19 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan ARRUM di cabang pegadaian syariah Majapahit berpendidikan terakhir SMA sebanyak 43 orang (52,5%).

#### 4. Karakteristik Menurut Jenis usaha

Data mengenai jenis usaha nasabah pembiayaan ARRUM pada cabang pegadaian syariah Majapahit sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Responden Menurut Jenis Usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Presentase
Pedagang	58	70,8%
Laundry	4	4,9%
Catering	4	4,9%
Bengkel	4	4,9%
Cuci Motor	3	3,6%
Kos-Kosan	3	3,6%
Foto Copy	2	2,4%
Rias Manten	4	4,9%
Jumlah	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah,2019

Berdasarkan tabel 4,4 di atas, menunjukkan bahwa sebanyak 58 nasabah yang menggunakan pembiayaan ARRUM untuk jenis usaha berdagang, diikuti jenis usaha Laundry, catering, bengkel, Rias manten sebanyak 4 nasabah, sedangkan cuci motor sebanyak 3 nasabah dan foto copy sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan ARRUM cabang pegadaian syariah Majapahit untuk jenis usaha berdagang sebanyak 58 nasabah (70,8%).

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dilihat mengenai kecendrungan jawaban responden atas masing-masing variabel penelitian.

Kecendrungan jawaban responden ini dapat dilihat dari bentuk statistik deskriptif dari masing-masing variabel.

### 1. Deskripsi variabel Pembiayaan Arrum BPKB (X1)

Hasil tanggapan terhadap variabel pembiayaan Arrum dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.5  
Deskripsi Pembiayaan Arrum

Q	SS		S		KS		TS		STS		TOTAL	
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%
1	43	52,5%	38	46,3%	1	1,2%	0	0	0	0	100	100
2	42	51,2%	36	43,10%	4	4,8%	0	0	0	0	100	100
3	45	54,9%	33	40,2%	3	3,6%	1	1,2%	0	0	100	100
4	41	50%	35	42,6%	5	6,1%	1	1,2%	0	0	100	100
5	42	51,2%	36	43,10%	3	3,6%	1	1,2%	0	0	100	100
6	49	59,8%	32	39,1%	1	1,2%	0	0	0	0	100	100
7	39	47,5%	38	46,3%	1	1,2%	4	4,8%	0	0	100	100

Sumber : data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.5 di atas dapat menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan “setuju” dan “sangat setuju” terhadap adanya item-item pengukuran pembiayaan Arrum. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan Arrum memang memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha para nasabah. Pertanyaan pertama jawaban sangat setuju yaitu 52,5%, 46,3% menjawab setuju, 1,2% kurang setuju. Pertanyaan kedua jawaban sangat setuju sebanyak 51,2%, 43,10% menjawab setuju, 4,8% kurang setuju. Pertanyaan ketiga memperoleh jawab sebanyak 54,9%, 40,2 menjawab setuju, 3,6% kurang setuju, 1,2% tidak setuju. Pertanyaan keempat nasabah sebanyak 50% menjawab sangat setuju, 42,6% setuju, 6,1% kurang setuju, dan 1,2% tidak setuju. Pertanyaan kelima jawaban sangat setuju sebanyak 51,2% jawaban setuju sebanyak 43,10%, 3,6%

kurang setuju dan 1,2% menjawab tidak setuju. Pertanyaan keenam responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 59,8% ,39,1% menjawab setuju dan 1,2% menjawab kurang setuju. Pertanyaan ketujuh yang menjawab sangat setuju sebanyak 47,5%, 46,3% setuju, 1,2% kurang setuju, sedangkan 4,8% responden menjawab tidak setuju.

## 2. Deskripsi variabel Strategi Pemasaran (X2)

Hasil tanggapan dari variabel strategi pemasaran dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.6  
Deskripsi Strategi Pemasaran

Q	SS		S		KS		TS		STS		TOTAL	
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%
1	42	51,2%	34	41,4%	6	7,3%	0	0	0	0	100	100
2	42	51,2%	36	43,10%	3	3,6%	0	0	1	1,2%	100	100
3	44	53,6%	34	41,4%	4	4,8%	0	0	0	0	100	100
4	47	57,3%	34	41,4%	1	1,2%	0	0	0	0	100	100
5	47	57,3%	34	41,4%	1	1,2%	0	0	0	0	100	100
6	50	60,10%	30	36,5%	2	2,4%	0	0	0	0	100	100

Sumber: data primer diolah,2019

Dari tabel di atas dapat menunjukkan bahwa pertanyaan pertama memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 51,2%, 41,4% setuju, 7,3% kurang setuju, pertanyaan kedua 51,2% sangat setuju, 43,10% setuju, 3,6% kurang setuju, 1,2% sangat tidak setuju. Pertanyaan ketiga 53,6% sangat setuju, 41,4% setuju, 4,8% kurang setuju, sedangkan pertanyaan keempat 57,3% sangat setuju, 41,4% setuju, 1,2% kurang setuju. Pertanyaan kelima 57,3% menjawab sangat setuju, 41,4% menjawab setuju, 1,2% kurang setuju. Pertanyaan keenam 60,10% sangat setuju, 36,5% setuju, 2,4% kurang setuju

### 3. Deskripsi variabel Perkembangan Usaha mikro kecil menengah (Y)

Hasil tanggapan terhadap variabel perkembangan usaha mikro kecil menengah pada tabel berikut:

Tabel 4.7  
Deskripsi Perkembangan UMKM

Q	SS		S		KS		TS		STS		TOTAL	
	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%
1	41	50%	34	41,4%	5	6,1%	2	2,4%	0	0	100	100
2	42	51,2%	37	45,1%	3	3,6%	0	0	0	0	100	100
3	45	54,9%	34	41,4%	3	3,6%	0	0	0	0	100	100
4	26	31,7%	32	39,1%	10	12,1%	10	12,1%	4	4,8%	100	100
5	22	26,8%	26	31,7%	11	13,4%	19	23,1%	4	4,8%	100	100
6	25	30,4%	40	48,7%	11	13,4%	6	7,3%	0	0	100	100
7	48	58,5%	33	40,2%	1	1,2%	0	0	0	0	100	100
8	57	69,5%	24	29,2%	0	0	1	1,2%	0	0	100	100
9	59	71,9%	23	28,1%	0	0	0	0	0	0	100	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju pada pertanyaan pertama sebanyak 50%, 41,4% menjawab setuju, 6,1% menjawab kurang setuju dan 2,4% tidak setuju. pertanyaan kedua 51,2% menjawab sangat setuju, 45,1% setuju, 3,6% kurang setuju, pada pertanyaan ketiga sekitar 54,9% menjawab sangat setuju, 41,4% setuju, 3,6% menjawab kurang setuju, pertanyaan keempat 31,7% sangat setuju, 39,1% setuju, 12,1% kurang setuju, 12,1% tidak setuju dan 4,8% responden menjawab sangat tidak setuju, pertanyaan kelima 26,8% sangat setuju, 31,7% setuju, 13,4% kurang setuju, 23,1% tidak setuju, 4,8% sangat tidak setuju, pertanyaan keenam 30,4% sangat setuju, 48,7% setuju, 13,4% kurang setuju, 7,3% tidak setuju, pada pertanyaan ketujuh responden menjawab sangat setuju sebanyak

58,5%, 40,2% setuju, 1,2% kurang setuju, pertanyaan kedelapan 69,5% menjawab sangat setuju, 29,2% setuju, dan 1,2% tidak setuju, pada pertanyaan kesembilan 71,9% menjawab sangat setuju, 28,1% setuju.

#### 4.4 Hasil Analisis Data Dan Uji Hipotesis

##### 1. Statistik deskriptif

##### a. Deskripsi penilaian Pembiayaan Arrum

Tabel 4.8  
Penilaian Pembiayaan Arrum

No	Pembiayaan Arrum	Rata-Rata	Nilai	Kriteria
1	Persyaratan awal pengajuan pembiayaan Arrum mudah saya penuhi	4,51	A	Sangat Baik
2	Menurut saya administrasi pembiayaan di pegadaian syariah begitu ringan	4,46	A	Sangat Baik
3	Proses pencairan dana pembiayaan Arrum menurut saya sangatlah cepat.	4,51	A	Sangat Baik
4	Besaran pembiayaan yang saya terima mencukupi kebutuhan usaha saya.	4,41	A	Sangat Baik
5	Jangka waktu pelunasan pembiayaan tidak memberatkan saya	4,45	A	Sangat Baik
6	Saya sangatlah puas dengan produk pembiayaan Arrum di Pegadaian Syariah	4,59	A	Sangat Baik
7	Saya akan mengajukan pembiayaan Arrum pada Pegadaian Syariah jika membutuhkan lagi.	4,37	A	Sangat Baik
	Rata-Rata	4.45	A	Sangat Baik

Sumber: data diolah SPSS 16

Dari tabel 4.8 di atas dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden untuk kriteria penilaian pembiayaan Arrum adalah baik. Hal ini diketahui dari penilaian setiap skor yang dihasilkan, yang menunjukkan rata-rata sangat baik, dengan rincian penilaian variabel pembiayaan Arrum 7 item pertanyaan memperoleh nilai A dengan nilai 4.45 atau dalam kriteria “sangat baik”.

### **b. Deskripsi penilaian Strategi pemasaran**

Tabel 4.9  
Penilaian Strategi pemasaran

No	Strategi Pemasaran	Rata-Rata	Nilai	Kriteria
1	Harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk UMKM lain.	4,45	A	Sangat Baik
2	Penentuan pasar dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen	4,45	A	Sangat Baik
3	Produk yang kami tawarkan dikenal banyak orang.	4,49	A	Sangat Baik
4	Produk yang kami tawarkan memiliki kualitas yang baik.	4,57	A	Sangat Baik
5	Pemasaran kami mementingkan kepuasan konsumen.	4,57	A	Sangat Baik
6	Proses pemasaran yang kami gunakan mampu meningkatkan penjualan usaha kami.	4,59	A	Sangat Baik
	Rata- Rata	4.49	A	Sangat Baik

Sumber: data di olah SPSS 16

Dari tabel 4.9 diatas dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden untuk kriteria penilaian Strategi Pemasaran baik. Hal ini diketahui dari penilaian setiap skor yang dihasilkan, yang menunjukkan rata-rata baik, dengan rincian penilaian variabel

strategi pemasaran sebagai berikut : dari 6 item pertanyaan semua memperoleh nilai A dengan nilai 4 rata-rata nilai kumulatif memperoleh skor 4/A dalam kriteria “sangat baik”

**c. Deskripsi penilaian perkembangan usaha mikro kecil menengah**

Tabel 4.10  
Penilaian Perkembangan UMKM

No	Perkembangan UMKM	Rata-Rata	Nilai	Kriteria
1	Adanya kenaikan konsumen/ pembeli setelah memperoleh pembiayaan Arrum dari pegadaian syariah	4,40	A	Sangat Baik
2	Omset/nilai penjualan saya meningkat	4,48	A	Sangat Baik
3	Laba/ keuntungan saya meningkat setelah mendapatkan pembiayaan Arrum.	4,51	A	Sangat Baik
4	Aset/ kekayaan/ harta usaha saya meningkat setelah memperoleh pembiayaan dari pegadaian syariah.	3,89	B	Baik
5	Saya bisa membuka cabang usaha setelah memperoleh pembiayaan pegadaian syariah.	3,57	B	Baik
6	Pegawai / tenaga kerja saya bertambah setelah mendapatkan pembiayaan dari pegadaian syariah.	4,00	A	Sangat Baik
7	Perkembangan usaha sesuai dengan yang saya harapkan	4,58	A	Sangat Baik
8	Kondisi perekonomian keluarga saya semakin meningkat	4,69	A	Sangat Baik
9	Saya lebih bisa memenuhi kebutuhan dari pada sebelum mendapat pembiayaan	4,73	A	Sangat Baik
	Rata- Rata	4.20	A	Sangat Baik

Sumber: data diolah SPSS 16

Dari tabel 4.9 di atas dideskripsikan bahwa tanggapan responden untuk kriteria penilaian perkembangan UMKM adalah baik. Hal ini diketahui dari nilai skor yang dihasilkan menunjukkan rata-rata baik, dengan rincian penilaian variabel perkembangan UMKM sebagai berikut: 9 dari item pertanyaan 2 memperoleh B dengan nilai 3,89 dan 3,57. Sedangkan 7 item pertanyaan lainnya memperoleh nilai A dengan nilai 4, rata nilai akumulatif memperoleh skor 4 atau dalam kriteria “Baik”

## **4.5 Uji validitas dan Reabilitas**

### **4.6.1 Hasil Uji Validitas.**

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dan ketepatan dan ketelitian suatu alat melakukan fungsi ukurnya. Instrumen dikatakan benar apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, mampu mengungkapkan data dari variabel yang ingin diteliti secara tepat. Penghitungan uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *produk moment* dari person dengan program SPSS.

Untuk mengukur taraf validitas tiap butir (item) dalam kuisisioner kemudian hasilnya dibandingkan dengan  $r_{\text{tabel}}$  *produk moment*. Derajat kebebasan (degree of freedom) dalam penelitian ini adalah  $df = n - 2$ . Dengan ketentuan  $n$  (jumlah responden) adalah  $82 - 2 = 80$  dengan taraf signifikansi 5%. Maka didapat  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,220. Hasil uji validitas dari 22 item pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan ARRUM dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah pada cabang perdagangan syariah majapahit Semarang. Adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11  
Hasil Uji Validitas

No Item	Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
<b>Pembiayaan Arrum</b>				
1.	Persyaratan awal pengajuan pembiayaan Arrum mudah saya penuhi	0,532	0,220	Valid
2.	Menurut saya administrasi pembiayaan di pegadaian syariah begitu ringan	0,396	0,220	Valid
3.	Proses pencairan dan pembiayaan Arrum sangatlah cepat	0,436	0,220	Valid
4.	Besaran pembiayaan yang saya terima mencukupi kebutuhan usaha saya	0,531	0,220	Valid
5.	Jangka waktu pelunasan pembiayaan tidak memberatkan saya	0,536	0,220	Valid
6.	Saya sangatlah puas dengan produk pembiayaan Arrum di pegadaian syariah majapahit	0,669	0,220	Valid
7.	Saya akan mengajukan pembiayaan pada pegadaian syariah jika membutuhkan lagi.	0,377	0,220	Valid
<b>Strategi pemasaran</b>				
1.	Harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk UMKM lain.	0,353	0,220	Valid
2.	Penentuan pasar dengan mementingkan kebutuhan konsumen	0,579	0,220	Valid
3.	Produk yang kami tawarkan dikenal banyak orang.	0,503	0,220	Valid
4.	Produk yang kami tawarkan memiliki kualitas yang baik.	0,587	0,220	Valid
5.	Pemasaran kami mementingkan kepuasan konsumen.	0,521	0,220	Valid
6.	Proses pemasaran yang kami	0,456	0,220	Valid

	gunakan mampu meningkatkan penjualan usaha kami.			
<b>Perkembangan UMKM</b>				
1.	Adanya kenaikan konsumen/pembeli setelah memperoleh pembiayaan Arrum dari pegadaian syariah	0,521	0,220	Valid
2.	Omset/nilai penjualan saya meningkat	0,593	0,220	Valid
3.	Laba/keuntungan saya meningkat setelah mendapatkan pembiayaan Arum.	0,635	0,220	Valid
4.	Aset/kekayaan/harta usaha saya meningkat setelah mendapatkan pembiayaan dari pegadaian syariah .	0,595	0,220	Valid
5.	Saya bisa membuka cabang usaha setelah memperoleh pembiayaan dari pegadaian syariah.	0,592	0,220	Valid
6	Pegawai/tenaga kerja saya bertambah setelah mendapatkan pembiayaan dari pegadaian syariah.	0,497	0,220	Valid
7.	Perkembangan usaha sesuai dengan saya harapkan.	0,481	0,220	Valid
8.	Kondisi perekonomian keluarga saya semakin meningkat.	0,390	0,220	Valid
9.	Saya lebih bisa memenuhi kebutuhan dari pada sebelum mendapatkan pembiayaan.	0,415	0,220	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 16,2019

Pengambilan keputusan item yang valid dengan cara membandingkan nilai hasil korelasi produk moment dari person dengan taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden 80 diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,220. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan (tabel 4.5) diketahui bahwa item-item dalam angket pembiayaan

ARRUM dan strategi Pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah semuanya valid.

Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran hasil perhitungan uji validitas. Dari hasil di atas menunjukkan bahwa  $r$  hitung >  $r$  tabel pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% sehingga 100% butir pertanyaan dapat dipahami dan layak diteliti.

#### 4.6.2 Hasil Uji Reliabilitas.

Perhitungan reabilitas dilakukan dengan cara mencari nilai *Cronbach's Alpha*. Nilai koefisien *Alpha* yang semakin mendekati 0,8 berarti butir-butir pertanyaan koefisien semakin reliabel. Nilai *Alpha* kurang dari 0,6 dikategorikan reliabilitas kurang baik.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada sampel terbukti bahwa instrumen-instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap pantas atau reliabel karena semua variabel memiliki koefisien alpha lebih dari 0,06. Dengan demikian secara keseluruhan layak digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian ini secara ringkas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12  
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
Pembiayaan ARRUM	0,766	0,60	Reliabel
Strategi Pemasaran	0,754	0,60	Reliabel
Perkembangan UMKM	0,802	0,60	Reliabel

Sumber: pengolahan data SPSS Versi 16, 2019

Hasil uji reliabilitas terhadap kuisioner memperoleh reliabilitas antara 0,766 sampai 0,802 dimana seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya dan mampu untuk menjadi alat pengumpulan data.

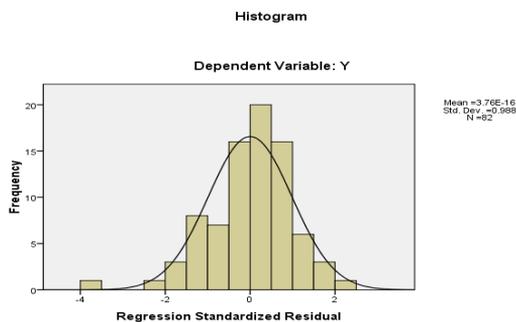
## 4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel indenpenden dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal.

Pada pendekatan histogram, dikatakan variabel berdistribusi normal jika berbentuk lonceng yang tidak mencong ke kiri atau ke kanan.

Gambar 4.4  
Hasil Uji Normalitas Histogram

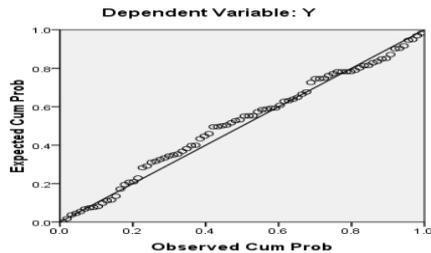


Sumber: data Pengolahan SPSS 16,2019

Pada grafik histogram pada gambar histogram 4.1 menunjukkan kurva normal yang menggambarkan bahwa data peneliti adalah normal. Artinya data penelitian telah memenuhi syarat normalitas data sehingga analisis data bisa dilanjutkan.

Gambar 4.3  
Hasil Uji Normalitas Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: data pengolahan SPSS 16, 2019

Sebaran data tersebut normal jika sebaran nilai residual terstandar data observasi berada di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus (tidak terpenjar jauh dari garis lurus) berarti data tersebut normal. Berikut uji normalitas memakai pendekatan statistic Kolmogorov-Smirnov K-S.

Tabel 4.13  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	Y
N		82	82	82
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	31.3049	27.0732	38.7073
	Std. Deviation	2.79633	2.34537	4.71794
Most Extreme Differences	Absolute	.125	.154	.104
	Positive	.113	.106	.092
	Negative	-.125	-.154	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.133	1.391	.942
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153	.042	.338

a. Test distribution is Normal.

Sumber :Pengolahan SPSS versi 16 2019

#### Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov

Tabel 4.14

Rangkuman hasil uji Kolmogorov-smirnov:

No	Variabel	A.Sig	Signf	Keterangan
1	Pembiayaan Arrum (X1)	0,153	0,05	0,153 > 0,05 Normal
2	Strategi Pembiayaan (X2)	0,042	0,05	0,042 > 0,05 Normal
3	Perkembangan UMKM (Y)	0,338	0,05	0,338 > 0,05 Normal

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai probabilitas ketiga variabel tersebut semuanya lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ini berarti data penelitian dari ketiga variabel penelitian ini adalah normal.

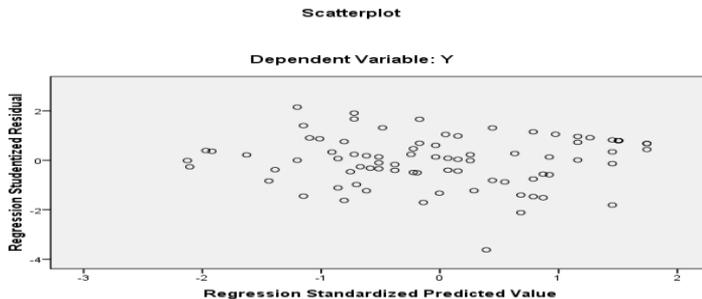
#### 4.6.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini di lakukan uji heterokedastas dengan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik grafik regresi. Dasar kriterianya adalah pengambilan keputusan, yaitu:

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.5  
Hasil uji Heterokedastisitas Scatterplot



Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 16, 2019

Grafik tersebut menunjukkan bahwa residual terstandar tidak membentuk pola tertentu, namun tampak tersebar secara random. Hal ini berarti data penelitian memiliki varian yang sama dan asumsi homogenitas varian terpenuhi.

### 4.6.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara di antara variabel independen. Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji prasyarat multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15  
Hasil Uji mutikoloniaritas

variabel	<i>Tolerance</i>	VIP	Keterangan
Pembiayaan Arrum	0,992	1.008	Bebas Multikolinieritas
Strategi pemasaran	0,992	1.008	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 16

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan pada variabel pembiayaan ARRUM dengan nilai tolerance  $0,992 > 0,1$  dan nilai  $VIF 1.008 < 10$ . Dapat disimpulkan pada variabel pembiayaan ARRUM tidak terjadi multikolinieritas.

Variabel strategi pemasaran dengan nilai tolerance  $0,992 > 0,1$  dan nilai  $VIF 1.008 < 10$ . Dapat disimpulkan pada variabel Strategi Pemasaran tidak terjadi multikolinieritas.

### 4.6.4 Hasil Uji Autokorelasi

Uji auatokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t -$

1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16  
Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.429 <sup>a</sup>	.184	.163	4.31594	2.293

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 16,2019

Data di atas menunjukkan nilai *Durbin Watson (d)* sebesar 2,293 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai statistik *Dubin Watson* (tabel) menggunakan taraf kepercayaan 95% atau nilai signifikansi 5% jumlah sampel 82 (n) dan jumlah variabel independen 2 (K=2). Berdasarkan tabel *Durbin Watson* dengan signifikansi 5% diperoleh nilai  $d_l = 1.5915$  dan  $d_u = 1.6913$ .

Nilai DW 2.293 lebih besar dari batas atas ( $d_u$ ) yaitu 1.6913 dan kuran dari  $4 - d_u = 4 - 1.6913 = 2.3087$  dan  $4 - d_l = 4 - 1.5915 =$  karena nilai DW terletak antara  $d_u < 4 - d_u$  ( $1.6913 < 2,293 < 2.3087$ ), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negative.

## 4.7 Hasil Uji Ketetapan Model

### 4.7.1 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel

dependen. *Adjusted R<sup>2</sup>* koefisien determinasi ( $R^2$ ) mempunyai nilai berkisar antara  $0 > R^2 < 1$ . Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Jika nilai mendekati satu maka variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.17  
Hasil Uji Adjusted  $R^2$

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.429 <sup>a</sup>	.184	.163	4.31594	2.293

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: pengolahan data statistik SPSS versi 16,2019

Hasil uji adjusted  $R^2$  pada penelitian ini diperoleh nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,163 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel Pembiayaan ARRUM dan Strategi pemasaran terhadap Perkembangan UMKM sebesar 16,3% sedangkan sisanya sebesar 83,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.8.1 Hasil Analisis Regresi

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi atau menguji bagaimana keadaan naik turunya variabel dependen, bila dua

atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Tabel 4.18  
Hasil Uji Regresi Berganda.  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.508	7.412		1.013	.314
X1	.481	.172	.285	2.796	.007
X2	.596	.205	.296	2.904	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: pengolahan Data SPSS Versi 16, 2019

Berdasarkan hasil regresi di atas maka diperoleh persamaan garis regresi linier sebagai berikut:

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

$$Y = 7.508 + 0,481X_1 + 0,596X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel respons Perkembangan UMKM (dependen/ terikat)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = Pembiayaan Arrum BPKB
- X<sub>2</sub> = Strategi pemasaran
- e = Variabel random error/galat. variabel pengganggu/ variabel residu

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari koefisien regresi diketahui bahwa nilai konstan sebesar 7.508 apabila seluruh variabel dependen yaitu Pembiayaan ARRUM ( $X_1$ ), Strategi Pemasaran ( $X_2$ ) nilainya sama dengan nol atau konstan maka besarnya Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah ( $Y$ ) sebesar 7.508.
- 2) Koefisien regresi variabel Pembiayaan Arrum ( $X_1$ ) sebesar 0,481 dengan parameter positif, hal ini menunjukkan bahwa jika modal mengalami peningkatan satu satuan, maka perkembangan usaha mikro kecil menengah akan mengalami kenaikan sebesar 0,481 dengan asumsi variabel tetap.
- 3) Koefisien Strategi Pemasaran ( $X_2$ ) sebesar 0,596 dengan parameter positif, hal ini menunjukkan bahwa jika Strategi Pemasaran naik 1%, maka perkembangan usaha mikro kecil menengah mengalami kenaikan sebesar 0,596 dengan asumsi dan sebaliknya dengan asumsi lain tetap.

Untuk mengetahui lebih lanjut apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian diterima atau ditolak, maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. sebagai berikut.

#### **4.8.2 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada di dalam model terhadap variabel terikat. Hal ini maksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi

dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau ( $\alpha = 0,05$ ).  $N$  = jumlah sampel ;  $k$  = jumlah variabel dan independen.  $df = n - k$  ( $82 - 3$ ) = 79, maka diperoleh nilai t tabel = 1,990.

Jika signifikansi t hitung dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima yang artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.19  
Hasil Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.508	7.412		1.013	.314
	X1	.481	.172	.285	2.796	.007
	X2	.596	.205	.296	2.904	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: pengolahan SPSS versi 16 2019

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis untuk setiap variabel independen sebagai berikut.

- a. Hipotesis pertama penelitian ini menduga bahwa Pembiayaan Arrum (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  untuk variabel Pembiayaan Arrum

(X1) sebesar 2,796 dengan  $t_{\text{tabel}} 1.990$  maka nilai  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ . Sementara nilai signifikansi variabel Pembiayaan Arrum (X1) sebesar 0,007, maka nilai signifikansi  $< \alpha (0,05)$ . Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa Pembiayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil menengah (Y).

- b. Hipotesis kedua penelitian ini menduga bahwa Strategi Pemasaran (X2) berpengaruh secara signifikansi terhadap perkembangan Usaha mikro kecil (Y). Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh besarnya  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel Strategi Pemasaran (X2) sebesar 2.904 maka nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ . Sementara nilai signifikansi variabel Strategi Pemasaran (X2) 0,005 maka nilai signifikansi  $< \alpha (0,005)$ . Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti Strategi Pemasaran (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan Usaha mikro kecil (Y).

#### 4.8.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.  $N =$  jumlah sampel ;  $k =$  jumlah variabel dependen dan independen  $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$  untuk  $df_2 = n - k = (82-3) = 79$ . Maka diperoleh nilai  $f_{\text{tabel}} = 3,11$ .

Tabel 4.20  
 Hasil Uji Simultan (Uji F)  
 ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	331.413	2	165.706	8.896	.000 <sup>a</sup>
Residual	1471.563	79	18.627		
Total	1802.976	81			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber pengolahan data SPSS versi 16,2019

Berdasarkan data pada tabel di atas diketahui F hitung atau F statistik sebesar 8.896 sedangkan nilai F tabel 3,11. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa F hitung > F tabel sehingga Ho ditolak dan Ha diterima artinya secara bersamaan Pembiayaan ARRUM (X1), Strategi Pemasaran (X2) berpengaruh terhadap perkembangan Usaha mikro kecil menengah (Y).

Sehingga hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima (terbukti).

#### 4.9 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang studi pada Cabang Pegadaian syariah Majapahit Semarang. Faktor-faktor tersebut terbatas pada faktor Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran. Pada penelitian ini Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran

berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap perkembangan usaha kecil menengah.

**1. Pembiayaan ARRUM berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan usaha mikro kecil menengah.**

Hipotesis ini ditolak karena berdasarkan uji yang dilakukan oleh peneliti bahwa variabel Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan usaha kecil menengah di Semarang studi pada pegadaian syariah majapahit Semarang. Diketahui bahwa Pembiayaan ARRUM memiliki tingkat signifikansi 0,007. Dari hasil uji t pada variabel Pembiayaan ARRUM menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05. Sedangkan t-hitung yang diperoleh 2,796 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,990. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan Pembiayaan berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang dinyatakan diterima.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnamayanti dan suwendra, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel pemberian kredit terhadap pendapat karena dapat meningkatkan modal usaha sebesar 71,9%.<sup>7</sup> Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh kasmir bahwa kredit secara positif dapat meningkatkan pendapat, karena kredit menambah modal usaha.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Ni wayan ana purnamayanti, hlm 6

<sup>8</sup> Kasmir, hlm 112

Pembiayaan Arrum adalah singkatan dari Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil yang merupakan salah satu produk pembiayaan dari pegadaian untuk para pengusaha mikro kecil, untuk pengembangan usaha berprinsip syariah dengan sistem pengembalian secara angsur, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor, dengan jangka waktu fleksibel mulai dari 12,18,24 dan 36 bulan. Dengan biaya pemeliharaan (ujroh) sebesar 1%.

## **2. Strategi Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil menengah.**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Strategi Pemasaran memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,005. Dari hasil t pada variabel Strategi Pemasaran menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai t hitun yang diperoleh yaitu 2.904 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 1,990.

Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan Strategi Pemasaran berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang dinyatakan diterima. Semakin tinggi Strategi Pemasaran maka semakin tinggi pula Perkembangan yang akan didapat dirasakan oleh nasabah dalam menjalankan usahanya.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Prameswari dan M. Rudi irwansyah yang berjudul pengaruh modal psikologi, karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap usaha UMKM dikecamatan buleleng, 2017. Bahwa ada pengaruh positif signifikan antara strategi pemasaran terhadap perkembangan

usaha UMKM sebesar 0,243. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hamel dan Prahalad (2008) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus (berkembang) serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan.

Pengertian marketing mix (Strategi Pemasaran) menurut Kotler adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan politik.

### **3. Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha kecil menengah.**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai F-hitung sebesar 8.896 dan nilai F-tabel 3,11. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai F-hitung lebih besar dari pada nilai F-tabel ( $8.896 > 3,11$ ) maka pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil menengah. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima (terbukti).

Perkembangan usaha mikro kecil menengah yaitu adalah kegiatan yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan berperan

dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Choi pada tahun 1994 mengatakan peningkatan omset penjualan, pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha. Omset adalah jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual atau jasa dalam kurun tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Hasil uji adjusted R<sup>2</sup> pada penelitian ini diperoleh nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,163 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel Pembiayaan ARRUM dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan usaha mikro kecil menengah adalah sebesar 16.3%, sedangkan sisanya sebesar 83,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dengan adanya pembiayaan ARRUM yang tinggi dan strategi Pemasaran yang bagus bisa meningkatkan pendapatan dan meningkatkan aset usaha seperti tambahan barang yang dapat menghasilkan pendapatan yang tinggi. Sehingga bisa memperluas usaha dan mampu menambah jumlah tenaga kerja yang baru. Sehingga terciptalah kesejahteraan ekonomi pada masyarakat di kota Semarang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini tentang Pengaruh Pembiayaan ARRUM BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil menengah di Semarang dapat disimpulkan dari apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Pembiayaan ARRUM BPKB berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil. Dapat dilihat dari hasil uji t pada Pembiayaan yaitu  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  sebesar  $2,796 > 1,990$  sehingga variabel independen (Pembiayaan ARRUM) berpengaruh terhadap variabel dependen (perkembangan UMKM) dan bernilai  $0,007 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Dari hasil penelitian juga diketahui bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang. Dapat dilihat dari hasil uji t pada pembiayaan ARRUM yaitu  $t\text{-hitung}$  sebesar  $2,904 > t\text{-tabel}$   $1,990$  dan signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil da pembahasan, diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pihak cabang pegadaian syariah majapahit semarang diharapkan dapat lebih giat lagi dalam mempromosikan produk Arrum BPKB dan memberikan pendampingan pada nasabah yang telah memakai produk pembiayaan Arrum BPKB agar usaha yang dimiliki nasabah berkembang pesat yang nantinya akan berdampak pada lancarnya pembayaran angsuran pokok pinjaman pembiayaan yang diberikan kepada nasabah ARRUM BPKB.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya agar bisa mengesplora lebih banyak lagi variabel yang berkaitan dengan Perkembangan usaha mikro selain Pembiayaan ARRUM BPKB dan Strategi Pemasaran.
3. Nasabah sebaiknya lebih kreatif lagi dalam memasarkan produk usaha yang dijalankan dengan memanfaatkan media sosial yang ada, agar dapat bersaing dengan produk luar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh. Thamrin,2017, *Strategi Internasionalisasi UMKM*, Makasar: CV Sah Media.
- Agus Tri Basuki Dan Nano Prawoto,2016, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi &Bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ana purnamayanti.Ni wayan. i wayan suwendra,DKK,2014, *pengaruh pemberian kredit dan modal terhadap pendapatan UKM*, journal: Bisma Univesitas pendidikan ganesha.
- Anis Pusposari, 2017, “*Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana Melalui Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta*”, Skripsi, Surakarta: Perpustakaan IAIN Surakarta.
- Antonio. Muhammad Syafi’i,2001, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin Badri.Dr. Muhammad, Dr. Erwandi Tirmizi , DKK,2012, *Majalah Pengusaha Muslim: Iklan Terlarang* Yogyakarta: Yayasan Bina Pengusaha Muslim, Edisi 11.
- Arikunto,2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta:PT Rineka Cipta.
- Asiyah. Binti Nur,2015, *Manajemen pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: Kalimedia.
- Assauri. Sofjan,2011, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andre Dwi Trisnawan Amron,2014, *pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan distribusi terhadap loyalitas konsumen Handphone Samsung di Semarang*, jurnal: Vol 1, no1.
- Agriyanto R, dan A Rohman,2014, *studi tentang sikap banker dana pengusaha terhadap pola pembiayaan bagi hasil pada bank syariah* , miqot,18, (1).

-----,2013 *Strategi pengembangan jurusan ekonomi islam berbasis input, proses, Output dan Outcome pendidikan*, At-Taqaddam, 3, (1).

Brosur Pegadaian Syariah

Chismardani. Yustina,2014, *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM*, Jurnal Neo-Bis, Vol.8, No.2.

Danang Sunyoto,2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuisisioner, Alat, dan Analisis Data)*, Cet.1, Yogyakarta: CAPS.

Darwis,2014, *Metode Penelitian Pendidikan Islam*,Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Durianto,Darmadi. Dkk,2004, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Fauzi. Muchamad,2009,*Metode penelitian kualitatif*, semarang: Walisongo Press.

Ghozali.Imam 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunarti,2017, *Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*, EDUKA Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis, Vo.1, No.V.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2106314/produk-umkm-semarang-berkualitas-tapi-tak-dikenal> diakses pada tanggal 28/11/2018

Indonesia. Bank,2015, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Jakarata : Bank Indonesia.

Ismail,2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia.

Ivand C. P.Putra, DKK,2013, *Prosedur Pemberian Kredit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada PT.Pegadaian Cabang Singaraja*, Jurnal Akuntansi Profesi, Vol.3.

- Kasmir,2006, *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lisara. Wahdahlia,2017, *Pengaruh Modal Dan Pembiayaan Arrum Terhadap Perkembangan Usaha Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru*, Skripsi : Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Maharsi. Sri, 2000, *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akutansi Manajemen*, Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol.2, No.2.
- Muftifandi,2012, *peran pembiayaan produk Ar-Rum bagi UMKM pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Simpang Patal Palembang*, Palembang: jurnal I-Finance, Vol.1, No 1, 2.
- Muhamad,2012, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Muliawati. Inane,2012, *Perumusan Strategi Pemasaran Perum Pegadaian Cabang Kemayoran*, Skripsi:Institut Pertanian Bogor.
- Nadzir,1991, *Metode Penelitian*, Jakrata:Balai Aksara.
- Novita, Linda. 2014, *Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM Di Kecamatan Leuwiliang (Studi Kasus BPRS Amanah Ummah)*, Jurnal: Al-Infaq, Vol. 5, No.2.
- Priadana. Moh. Sidik Priadana,2009, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanti. Endang,2012, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Didesa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*, Jurnal: Among Makarti, Volume. 5, No.9, Juli.
- Putra. Risky meisyal,2014, *analisis strategi pemasaran kredit usaha mikro berbasis marketing 3.0 di kantor cabang mikro ciawi bogor*, skripsi:institut pertanian bogor.

- Ratnasari. Dewi,2017, *Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Pendampingan Dan Strategi Pemasaran UMKM Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) BMT Kube Sejahtera Unit 020 Tlogosari Sleman Yogyakarta*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rizkia.Nailah,2017, *analisis perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan dari bank umum syariah*, skripsi: UIN Syariaf Hidayatullah
- Rohmad Juari,2010, *Pengaruh kpercayaan merek pada pebentukan loyalitas merek apple di Yogyakarta*, journal: vol1,no1.
- Sanusi. Anwar,2016, *Metodologi penelitian bisnis*, jakarta: Salemba Empat.
- Saparingga.Wina,2015, *analisi perbandingan tingkat perkembangan usaha mikro kecil menengah sebelum dan sesudah mendapatkan fasilitas pembiayaan mikro (studi kasus di BRI syariah KCP kopo Bandung)*, jurnal: UNISBA.
- Sholihin. Ahmad Ifham, 2010, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta:PT Gramedia.
- Siskawati. M Hasan,2013, *Strategi Pemasaran Dan Pengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Motor Honda Di PT Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo*, Skripsi: Universitas Negeri Gorontalo.
- Sugiyono,2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Jakarta: Alfabeta.
- Sutedi. Adrian,2011, *Hukum Gadai Syariah*, Bandung: ALFABETA.
- Umar. Husein,2010, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan : Paradigma Positivisme dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Ummah. Fina Safnatul,2018, *Analisis Produk Pembiayaan Arrum BPKB Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Nasabah*

*Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel,

Usman. Samsia,2017, *Pengaruh Pembiayaan Ar-Rum Pada Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Gorontalo Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Di Gorontalo*, Artikel: Universitas Negeri Gorontalo.

Vijaya. Diota prameswari, dan M. Rudi Irwansyah,2017, *pengaruh modal psikologi, karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan buleleng*, Jurnal: universitas pendidikan Ganesha singaraja.

Wawancara bapak sarjono selaku kepala pegadaian syariah majapahit semarang.

Wijaya. Tony,2013, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik*,Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusri,2014, *Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Keadilan Ekonomi*, Kanun Jurnal Ilmu Hukum.

.Zulganef,2013, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta, Graha Ilmu.

**LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1**

**KOESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH PEMBIAYAAN ARRUM BPKB DAN STRATEGI  
PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA  
MIKRO KECIL MENENGAH DI SEMARANG  
(Studi pada Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)  
Kuesioner Penelitian Skripsi**

Jurusan Ekonomi Islam (EI)



Oleh:

Farizatur Risqiyah  
1505026004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2019**

## KUISIONER PENELITIAN

### A. Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon sekiranya saudara mengisi data berikut terlebih dahulu (jawaban yang saudara/I berikan akan digunakan sebagai data dan bersifat rahasia). Kuesioner ini ditunjukkan untuk keperluan skripsi mengenai **“Pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha kecil menengah di Semarang (studi pada Cabang Pegadaian Syariah Majapahit).**

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah pertanyaan dengan cermat sebelum anda menjawabnya.
2. Isilah biodata saudara/i dengan benar
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dan berikan tanda (  $\surd$  ) jika dianggap benar dan sesuai dengan keadaan saudara/i
4. Atas ketersediaan anda untuk menjawab kuesioner ini terlebih dahulu saya ucapkan terima kasih.

Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu:

#### **Keterangan:**

STS = Sangat Tidak Setuju (Sangat tidak sesuai dengan kondisi yang dialami) 1

TS = Tidak Setuju (Tidak sesuai dengan kondisi yang dialami) 2

KS = Kurang Setuju 3

S = Setuju (Sesuai kondisi yang dialami) 4

SS = Sangat Setuju (Sangat sesuai dengan kondisi yang dialami) 5

Data Responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan sesubjektif mungkin.

Nama :

Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan

Usia :

Pendidikan : ( ) SD/MI ( ) S-1

( ) SMP/MTS ( ) S-2

( ) SMA/MA ( ) Diploma (D1, D2, D3)

Jenis Usaha :

Nomor HP/wa/ :

### 1. Pertanyaan untuk Variabel Pembiayaan Arrum BPKB (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Persyaratan awal pengajuan pembiayaan Arrum mudah saya penuhi					
2.	Menurut saya administrasi pembiayaan di pegadaian syariah begitu ringan					
3.	Proses pencairan dana pembiayaan Arrum menurut saya sangatlah cepat.					
4.	Besaran pembiayaan yang saya terima mencukupi kebutuhan usaha saya.					
5.	Jangka waktu pelunasan pembiayaan tidak memberatkan saya					
6.	Saya sangatlah puas dengan produk pembiayaan Arrum di Pegadaian Syariah					
7.	Saya akan mengajukan pembiayaan Arrum pada Pegadaian Syariah jika membutuhkan lagi.					

## 2. pertanyaan untuk Variabel Strategi Pemasaran (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk UMKM lain.					
2.	Penentuan pasar dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen					
3.	Produk yang kami tawarkan dikenal banyak orang.					
4.	Produk yang kami tawarkan memiliki kualitas yang baik.					
5.	Pemasaran kami mementingkan kepuasan konsumen.					
6.	Proses pemasaran yang kami gunakan mampu meningkatkan penjualan usaha kami.					

## 3. Pertanyaan untuk variabel Perkembangan UMKM (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1)	Adanya kenaikan konsumen/pembeli setelah memperoleh pembiayaan Arrum dari pegadaian syariah					
2)	Omset/nilai penjualan saya meningkat					
3)	Laba/ keuntungan saya meningkat setelah mendapatkan pembiayaan Arrum.					
4)	Aset/ kekayaan/ harta usaha saya meningkat setelah memperoleh pembiayaan dari pegadaian syariah.					
5)	Saya bisa membuka cabang usaha setelah memperoleh pembiayaan pegadaian syariah.					
6)	Pegawai / tenaga kerja saya bertambah setelah mendapatkan pembiayaan dari pegadaian syariah.					
7)	Perkembangan usaha sesuai dengan yang saya harapkan					
8)	Kondisi perekonomian keluarga saya semakin meningkat					
9)	Saya lebih bisa memenuhi kebutuhan dari pada sebelum mendapat pembiayaan					

## LAMPIRAN 2

### SURAT IZIN PENELITIAN



Nomor : 909/00750.04/2018  
 Lampiran : 1 (satu) lembar  
 Urgensi : SS

Semarang, 17 Desember 2018

Kepada Ykh,  
**Wakil Dekan Bid Akademik dan Kelembagaan**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Universitas Walisongo Semarang**  
 di  
**SEMARANG**

Perihal : **Ijin penelitian untuk penulisan skripsi di PT Pegadaian (Persero)**

Menindaklanjuti Surat Wakil Ketua I Yayasan Pendidikan BPD Jawa Tengah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nomor : 602/SD/WK I/STIE BPD/12/2018 tanggal 11 Desember 2018 Perihal Ijin Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pembiayaan Arrum BPKB Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Semarang (Studi Kasus pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)**” di Kantor Cabang Syariah Majapahit untuk mahasiswa sebagai berikut :

No	Nama	NIM	Program Studi
1.	Farizatur Rizqiyah	1505026004	Ekonomi Islam

Pada prinsipnya kami memberikan ijin bagi mahasiswa tersebut diatas untuk melaksanakan Kuliah Kerja Praktek (Magang) di lingkungan PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Majapahit, **selama 2 (dua) minggu tmt tanggal 18 sd 31 Desember 2018**, pada unit pegadaian yang ditentukan oleh Senior Manager Cabang yang bersangkutan.

Adapun persyaratan dan ketentuan dalam menjalankan Praktek Kerja Lapangan adalah sebagai berikut :

1. Berstatus sebagai mahasiswa aktif dengan menyerahkan fotocopy kartu mahasiswa atau yang setara dan menunjukkan aslinya.
2. Memenuhi kualifikasi untuk dapat melaksanakan riset/penelitian sesuai dengan ketentuan yang telah diatur oleh Universitas.

PT PEGADAIAN (Persero)\_Area Semarang  
 Jln. Sidodadi Barat No. 2A, Semarang, Jawa Tengah  
 Telp/Fax : 024. 7658 5133  
 Email : deputybisnis.semarang@pegadaian.co.id

3. Memiliki surat pengantar atau surat permohonan riset/penelitian yang dibuat oleh pejabat yang berwenang dari Universitas.
4. Sebelum melaksanakan riset/penelitian mahasiswa diwajibkan mendownload aplikasi Pegadaian Syariah Digital di Playstore dan menggunakan salah satu produk Pegadaian serta menyerahkan buktinya kepada pejabat berwenang di PT Pegadaian (Persero).
5. Menyerahkan 1 (satu) copy hasil penelitian atau skripsi yang sudah disetujui oleh PT Pegadaian (Persero) sebagai hasil penelitian.
6. Selama pelaksanaan penelitian, mahasiswa harus menaati seluruh aturan dan ketentuan yang berlaku di PT Pegadaian (Persero).

Demikian surat ijin ini kami buat agar dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan penuh tanggungjawab. Terimakasih.

PT Pegadaian (Persero)  
Vice President Bisnis Area Semarang

  
Pegadaian  
**ADE YAYAT**  
NIK.P.79357

Tembusan :

1. Senior Vice President XI Semarang di Semarang.
2. Senior Manager Cabang Syariah Majapahit di Semarang.

PT PEGADAIAN (Persero)\_Area Semarang  
Jln. Sidodadi Barat No. 2A, Semarang, Jawa Tengah  
Telp/Fax : 024. 7658 5133  
Email : deputybisnis.semarang@pegadaian.co.id



**PEMERINTAH KOTA SEMARANG**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jl. Pemuda No. 175 Semarang Telp. 3584045 Hunting: 3584077 Pws. 2601,2602,2603,2604,2605,2606 Fax.3584045

**SURAT REKOMENDASI SURVEY / RISET**

Nomor : 070/1925/I/2018

- I. DASAR :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tanggal 20 Desember 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
  2. Peraturan Daerah Pemerintah Kota Semarang Nomor 13 tahun 2008, Tanggal 7 Nopember 2008 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kota Semarang.
  3. Peraturan Walikota Semarang Nomor 44 Tahun 2008 Tanggal 24 Desember 2008 tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kota Semarang

- II. MEMBACA : Surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Nomor : B-3529/Un.10.5/D1/TL.00/12/2018 Tanggal : 26 Desember 2018

III. Pada Prinsipnya kami **tidak keberatan/ dapat menerima** atas pelaksanaan penelitian / survey di Kota Semarang.

IV. Yang dilaksanakan oleh :

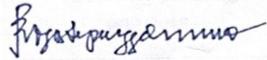
1. Nama : **Farizatur Risqiyah**
2. Kebangsaan : Indonesia
3. Alamat : Kapuran RT/RW 012/006 Kel. Kapuran Kec. Wonosari Kabupaten Bondowoso
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Penanggungjawab : Ali Murtadho
6. Judul Penelitian : "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pembiayaan Arrum BPKB Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Semarang "
7. Lokasi : Kota Semarang

V. KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT:

1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Setempat/Lembaga Swasta yang akan dijadikan obyek lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya dengan menunjukkan Surat Pemberitahuan ini.

2. Pelaksanaan survey / riset tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan. Untuk penelitian yang mendapat dukungan dana sponsor baik dari dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah Politik dan atau Agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.
  3. Surat rekomendasi dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku atau obyek penelitian menolak untuk menerima Peneliti.
  4. Setelah survey / riset selesai supaya menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang
- VI. Surat Rekomendasi Penelitian / Riset ini berlaku dari :  
Tanggal 2 Desember 2018 s/d 2 Mei 2019.
- VII. Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Semarang, 2 Desember 2018  
A.n Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Kota Semarang  
Sekretaris



**Drs. R. DJATI PRIJONO, MSi**  
Pembina Tk. I  
NIP 19610214 198603 1 009

## LAMPIRAN 3

## DATA KOESIONER

Hasil Kuesioner Pembiayaan Arrum, Strategi Pemasaran Dan  
perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah

## 1) Variabel Pembiayaan ARRUM (X1)

No	ARRUM 1	ARRUM 2	ARRUM 3	ARRUM 4	ARRUM 5	ARRUM 6	ARRUM 7	SKOR
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	5	4	4	5	32
6	5	4	5	5	5	5	5	34
7	4	4	4	3	4	4	4	27
8	4	5	5	4	4	4	3	29
9	5	5	4	5	5	5	5	34
10	4	4	5	4	5	4	4	30
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	3	5	4	5	5	5	32
13	5	5	5	5	5	5	4	34
14	4	4	4	5	5	4	5	31
15	4	5	2	5	4	5	5	30
16	5	5	5	3	4	4	4	30
17	4	4	5	4	5	5	5	32
18	5	5	4	5	4	4	4	31
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	4	5	5	5	5	5	5	34
21	5	5	4	5	4	5	4	32
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	4	4	4	4	4	2	26
24	5	5	5	5	5	5	4	34
25	4	4	4	4	4	5	5	30
26	5	4	5	3	4	5	2	28
27	5	5	5	3	5	5	5	33
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	4	4	3	4	4	27
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	5	5	4	5	5	5	5	34
36	5	4	5	5	4	5	5	33
37	4	4	4	4	4	5	4	29

38	5	4	5	4	2	3	4	27
39	4	4	4	4	5	5	4	30
40	4	5	5	4	5	5	4	32
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	5	5	5	5	5	4	33
43	4	4	5	5	5	5	4	32
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	5	4	4	4	4	4	4	29
46	4	4	4	4	5	5	4	31
47	4	5	5	3	5	5	5	32
48	4	5	4	5	4	5	5	32
49	4	4	4	5	4	5	5	31
50	3	4	4	4	4	4	4	27
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	5	4	4	5	4	5	31
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	5	4	4	3	5	5	30
56	5	5	5	5	4	5	5	34
57	5	5	5	4	5	5	4	33
58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	5	5	4	4	4	4	31
61	4	4	3	4	4	4	4	27
62	5	5	5	5	5	5	2	32
63	5	5	4	4	5	5	4	32
64	5	4	5	4	4	4	4	30
65	5	4	5	4	5	5	5	33
66	5	3	5	5	3	5	4	30
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	5	4	5	4	4	4	30
69	5	5	5	4	4	4	2	29
70	5	4	5	5	5	5	4	33
71	4	5	4	4	5	4	4	30
72	5	3	5	5	5	5	5	33
73	4	4	3	2	4	4	4	25
74	5	5	5	5	4	5	5	34
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	5	5	4	5	5	5	5	34
77	4	4	5	5	4	4	5	31
78	5	5	5	5	5	5	5	35
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	5	5	5	5	5	5	5	35
81	5	5	5	5	5	5	5	35
82	4	3	4	4	5	4	5	29

## 2) Variabel Strategi Pemasaran (X1)

No	Strategi 1	Strategi 2	strategi 3	strategi 4	strategi 5	strategi 6	SKOR
1	4	5	5	5	5	5	29
2	5	4	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	4	5	25
4	5	5	4	5	4	5	28
5	4	4	5	5	5	4	27
6	5	5	5	4	4	5	28
7	5	5	4	5	5	4	28
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	4	5	5	5	4	28
11	4	5	4	4	5	5	27
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	4	5	5	4	4	27
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	4	4	4	4	5	26
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	3	4	4	4	4	23
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	5	5	5	5	5	29
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	4	29
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	5	5	4	5	5	29
26	5	4	4	5	5	5	28
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	4	4	4	27
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	5	5	5	5	5	29
31	5	4	4	4	4	4	25
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	4	5	5	4	28
34	5	5	5	5	5	4	29
35	4	5	4	5	5	5	28
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	4	3	3	5	5	25
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	4	5	5	5	29
40	5	5	5	4	4	5	28

41	4	4	4	5	5	4	26
42	4	4	3	4	5	5	25
43	4	5	5	4	5	4	27
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	5	25
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	3	5	5	5	5	26
49	4	4	4	5	4	5	26
50	5	4	4	4	4	4	25
51	4	5	4	5	5	5	28
52	5	4	5	4	5	4	27
53	4	4	5	4	4	5	26
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	5	5	5	5	28
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	5	4	5	5	27
58	3	5	5	5	5	5	28
59	3	4	4	4	4	3	22
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	5	5	4	5	5	28
63	4	5	4	5	4	5	27
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	4	5	5	5	5	29
66	5	3	5	5	3	5	26
67	5	5	4	5	4	4	27
68	5	4	5	4	4	3	25
69	3	4	4	5	5	5	26
70	4	5	5	5	4	5	28
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	5	5	5	5	5	28
73	5	4	4	4	4	4	25
74	4	4	4	4	5	4	25
75	5	5	5	5	4	5	29
76	5	5	5	5	5	5	30
77	3	1	4	4	4	4	20
78	4	5	3	4	4	4	24
79	4	4	3	4	4	4	23
80	5	5	4	5	5	5	29
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	5	5	4	4	26



45	5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
46	4	4	5	2	2	4	4	5	4	34
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	4	5	3	3	2	2	4	4	4	31
49	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
52	4	5	5	4	4	4	4	5	5	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	4	5	4	2	3	4	5	5	5	37
55	4	4	4	2	5	5	5	5	5	39
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
57	4	4	5	4	2	3	5	5	5	24
58	5	5	5	3	3	3	3	4	5	36
59	3	5	5	2	2	4	5	5	5	36
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	4	4	5	5	2	3	4	5	4	36
63	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	4	4	4	3	2	2	4	5	4	32
67	5	4	4	3	3	4	5	5	5	38
68	2	5	5	4	4	5	4	4	5	38
69	3	4	4	2	2	4	4	4	5	32
70	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
71	4	5	5	2	2	4	4	5	5	36
72	5	3	4	3	2	3	4	2	5	31
73	3	4	4	2	2	3	5	5	5	33
74	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
78	4	4	4	2	2	2	5	5	5	33
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
82	4	4	4	4	3	4	4	5	5	37

## LAMPIRAN 4

## DATA HASIL PENGOLAHAN SPSS VERSI 16

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Y	38.51	4.709	82
X1	31.29	2.791	82
X2	27.06	2.338	82

**Correlations**

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.328	.334
	X1	.328	1.000	.099
	X2	.334	.099	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.001	.001
	X1	.001	.	.187
	X2	.001	.187	.
N	Y	82	82	82
	X1	82	82	82
	X2	82	82	82

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

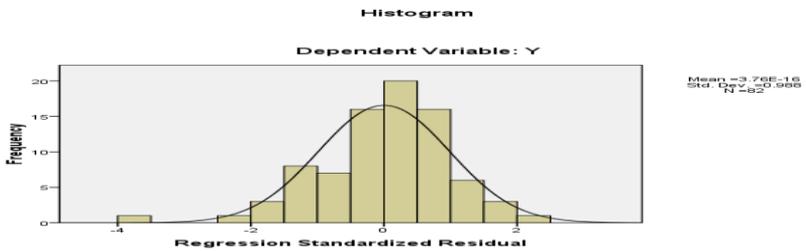
## 1) Hasil uji normalitas komogorov-smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	Y
N		82	82	82
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	31.3049	27.0732	38.7073
	Std. Deviation	2.79633	2.34537	4.71794
Most Extreme Differences	Absolute	.125	.154	.104
	Positive	.113	.106	.092
	Negative	-.125	-.154	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.133	1.391	.942
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153	.042	.338

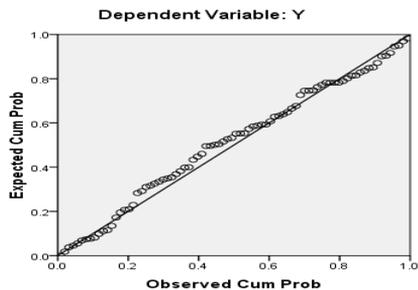
a. Test distribution is Normal.

## 2) Hasil uji normalitas Histogram



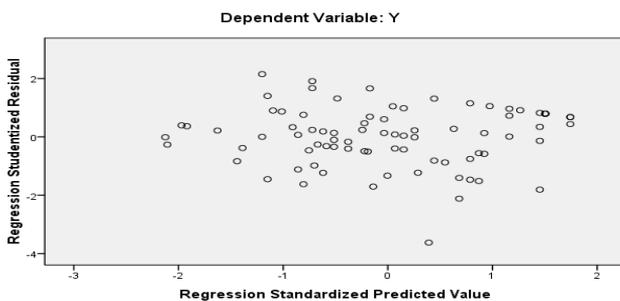
## 2) Hasil uji normalitas P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



3) Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Scatterplot



4) Hasil uji multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.508	7.412		1.013	.314					
	X1	.481	.172	.285	2.796	.007	.311	.300	.284	.992	1.008
	X2	.596	.205	.296	2.904	.005	.321	.311	.295	.992	1.008

a. Dependent Variable: Y

## 5) Hasil Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.429 <sup>a</sup>	.184	.163	4.31594	2.293

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

6) Hasil Uji Determinasi adjusted R Square ( $R^2$ )**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.429 <sup>a</sup>	.184	.163	4.31594	2.293

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

## 7) Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.508	7.412		1.013	.314
	X1	.481	.172	.285	2.796	.007
	X2	.596	.205	.296	2.904	.005

a. Dependent Variable: Y

## 8) Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.508	7.412		1.013	.314
	X1	.481	.172	.285	2.796	.007
	X2	.596	.205	.296	2.904	.005

a. Dependent Variable: Y

## 9) Hasil Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan (Uji F)  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331.413	2	165.706	8.896	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1471.563	79	18.627		
	Total	1802.976	81			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 5

DOKUMEN PENELITIAN



PT. Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang.



Salah satu foto responden yang merupakan nasabah Arrum BPKB