

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM merupakan wujud kehidupan ekonomi sebagian besar rakyat Indonesia. Pengembangan UMKM dalam dimensi pembangunan nasional yang berlandaskan sistem ekonomi kerakyatan, tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antara golongan pendapatan dan antara pelaku ataupun penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu pengembangan UMKM yang mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu dengan meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional, pengembangan UMKM merupakan prioritas dan menjadi sangat viral.¹

Dalam mengembangkan usahanya, UMKM dihadapkan pada beberapa permasalahan, antara lain faktor SDM yang rendah, terbatasnya sarana dan prasarana, teknologi, selain itu permasalahan utama yang menghambat perkembangan UMKM adalah kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan. Modal kerja sangat penting bagi perusahaan, perusahaan yang tidak memiliki kecukupan modal kerja akan sulit untuk menjalankan kegiatannya. Tanpa modal kerja yang cukup perusahaan akan kehilangan

¹Kartawan, *Kewirausahaan untuk Para Calon Entrepreneur*, (Bandung: Guardaya Intimarta, 2011), hlm. 212

kesempatan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Perkembangan penjualan berkaitan erat dengan kebutuhan modal kerja. Perusahaan yang sedang berkembang banyak melakukan kegiatan terutama kegiatan produksi dan pemasaran, kedua jenis ini memerlukan modal yang cukup. Perusahaan yang sedang berkembang tanpa didukung oleh modal kerja yang kuat, ia akan kembali layu dan akhirnya mati. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa modal kerja adalah ruh atau energi internal yang menggerakkan seluruh kegiatan perusahaan.

UMKM adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar. Melihat dari banyaknya UMKM di Indonesia, yang notabene mempengaruhi perekonomian Indonesia maka terlihat bahwa UMKM adalah jenis usaha yang patut diperhatikan. Proses pengembangan UMKM ini otomatis membutuhkan pendanaan yang banyak sehingga banyak UMKM yang melakukan *financing* melalui kredit atau pembiayaan bank, baik Bank Konvensional ataupun Bank Syariah.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim, namun hal itu tidak membuat semua UMKM di Indonesia khususnya yang beragama Islam memanfaatkan jasa bank syariah dalam menambah permodalan perusahaan. Kehadiran Bank Syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba.

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkereditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.²Produk yang ditawarkan oleh bank syariah dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:³

1. Produk Penyaluran Dana
2. Produk Penghimpun Dana
3. Produk Jasa

Dalam menyalurkan dananya, bank syariah memiliki produk pembiayaan syariah yang terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:⁴

1. Pembiayaan dengan prinsip jual-beli
2. Pembiayaan dengan prinsip sewa
3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
4. Pembiayaan dengan prinsip akad pelengkap

Untuk menambah permodalan perusahaan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan jasa pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Namun pada saat

²Adiwarman a. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta : Rajagrafindo, 2011), hlm. 25

³*Ibid.*, hlm. 97

⁴*Ibid.*,

ini banyak pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis yang memandang kegiatan usaha perbankan syariah sama saja dengan perbankan konvensional dan produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah tak jauh berbeda dengan perbankan konvensional hanya dalam segi nama yang berbahasa arab yang membuat produk perbankan syariah terlihat seperti berbeda.⁵ Hasil dari wawancara dengan 36 pelaku UMKM makanan ringan di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis, menjelaskan bahwa dari total pelaku UMKM yang berjumlah 36, hanya satu orang pelaku usaha yang memanfaatkan jasa perbankan syariah sebagai alternatif dalam menambah permodalan perusahaannya.

Berangkat dari realitas diatas, penulis ingin meneliti tentang bagaimana persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis tentang bank syariah yang hampir keseluruhan beranggapan bahwa bank syariah terlalu mahal bagi hasilnya, administrasi sulit dan ribet, dan bank syariah sama saja dengan bank konvensional, sehingga pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis lebih memilih bank konvensional seperti Bank BRI, Bank BJB, dan lain-lain. Serta yang menarik dari 36 pelaku UMKM tersebut hanya ada 1 yang menggunakan penambahan modal dari bank syariah, yang beralasan ingin menjauhi riba dan mengenal lebih jauh praktik lembaga keuangan Islam.

Berdasarkan masalah yang dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI**

⁵Hasil wawancara, dengan pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis, dilaksanakan dari tanggal 21-31 Agustus 2017

PELAKU UMKM TENTANG BANK SYARIAH (Studi pada Pelaku UMKM Makanan Ringan di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis tentang Bank Syariah?
2. Bagaimana analisis persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis tentang bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis tentang produk Bank Syariah.
2. Untuk menganalisis persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis tentang bank syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah.

2. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Bank Syariah, khususnya dari segi persepsi pelaku UMKM. Sehingga berdampak lebih baik ke dalam pengenalan lembaga keuangan Bank Syariah terhadap masyarakat.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan bahan kajian dan referensi serta tambahan informasi pihak lain yang akan melakukan penelitian kembali mengenai analisis persepsi pelaku UMKM tentang Bank Syariah.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. Perbankan Syariah

a. Definisi Bank Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qurán dan Hadis Nabi Saw. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.⁶

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut dengan *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Kegiatan bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain:⁷

⁶Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT RAJAGRAPINDO PERSADA, 2014), hlm. 2

⁷*Ibid.*, hlm. 3

- 1) Memindahkan uang
- 2) Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran
- 3) Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
- 4) Membeli dan menjual surat-surat berharga lainnya
- 5) Membeli dan menjual cek, surat wesel, kertas dagang
- 6) Memberi jaminan bank

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam.⁸ Dengan kata lain, Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba.

b. Produk-produk Bank Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:⁹

1) Produk Penyaluran Dana (*financing*)

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- a) Pembiayaan dengan *prinsip jual-beli*
- b) Pembiayaan dengan *prinsip sewa*

⁸Muhamad, *Manajemen...*, hlm. 3

⁹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2004), hlm. 97

- c) Pembiayaan dengan *prinsip bagi hasil*
- d) Pembiayaan dengan *akad pelengkap*

Pembiayaan dengan prinsip jual-beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus.

2) Produk Penghimpun dana (*funding*)

Penghimpun dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.

3) Produk Jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan imbalan berupa sewa atau keuntungan.

2. Produk Pembiayaan

a. Definisi Produk Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan kepada suatu pihak lain untuk mendukung suatu investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.¹⁰

b. Macam-macam Produk Pembiayaan

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu :

1) Pembiayaan dengan prinsip jual-beli

Prinsip jual-beli dilaksanakan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut :

a) Pembiayaan Murabahah

Murabahah lebih dikenal sebagai Murabahah saja. Murabahah, yang berasal dari kata *ridhu*, adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).

¹⁰M. Amin Suma, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 353

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual-beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli *ijon* namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

c) Pembiayaan Istishna

Produk Istishna menyerupai produk salam, tapi dalam istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. Skim Istishna dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

2) Pembiayaan dengan prinsip sewa

Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-beli objek transaksinya adalah barang, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.

3) Pembiayaan dengan prinsip bagi-hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut :

a) Pembiayaan Musyarokah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarokah. Transaksi musyarokah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

b) Pembiayaan Mudharabah

Secara spesifik terdapat bentuk musyarokah yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu mudharabah. Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola.

4) Akad Pelengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini diperbolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekadar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul. Akad pelengkap ini adalah akad-akad tabarru seperti :

a) Hiwalah (Alih Utang-Piutang)

Tujuan fasilitas *hiwalah* adalah untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti-biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

b) Rahn (Gadai)

Tujuan akad Rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

c) Qardh

Qardh adalah pinjaman uang.

d) Wakalah (Perwakilan)

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya untuk melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso, transfer uang.

e) Kafalah (Garansi Bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn*. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip *wadi'ah*. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang diberikan.¹¹

c. Sistem Pembiayaan Bank Syariah

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan

¹¹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam...*, hlm. 97-107

pihak-pihak yang merupakan *defisit unit*. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal berikut.¹²

1) Pembiayaan Produktif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.

2) Pembiayaan Konsumtif

Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Dalam menambah permodalan perusahaan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan jasa pembiayaan produktif yang telah disediakan oleh perbankan syariah. Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua hal berikut.¹³

a) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan: *Pertama* peningkatan produksi, baik secara kuantitatif yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi; dan *Kedua* untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.

¹²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: GEMA INSANI, 2001), hlm. 160

¹³*Ibid.*, hlm. 161

b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

3. UMKM

a. Definisi UMKM

Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008, yang disebut dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas yang memiliki kriteria yang dibedakan berdasarkan, pertama : kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan), kedua : hasil penjualan tahunan. Secara ringkas kriteria usaha mikro dan kecil adalah sebagai berikut:¹⁴

No	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	USAHA MIKRO	MAX 50 Jt	MAX 300 Jt
2	USAHA KECIL	>50 Jt – 500 Jt	>300 Jt – 2,5 M
3	USAHA MENENGAH	>500 Jt – 10 M	>2,5 – 50 M

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

- 1) Usaha Mikro, asset maksimal 50 juta dengan kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) maksimal 300 juta;

¹⁴Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. "Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM". Artikel ini diakses pada tanggal 11 september 2017 dari <http://www.depkop.go.id>

- 2) Usaha Kecil, asset lebih dari 50 juta-500 juta dengan kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari 300 juta-2,5 milyar;
- 3) Usaha Menengah, asset lebih dari 500 juta-10 milyar, dengan kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari 2,5 milyar-50 milyar.

b. Karakteristik dan Ciri-ciri UMKM

Karakteristik UMKM menurut Sari Riyana adalah sebagai berikut:¹⁵

1) Usaha Mikro

Berikut ini ciri-ciri usaha mikro:

- a) Jenis barang atau komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- b) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
- c) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
- d) Sumberdaya manusianya belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
- e) Tingkat pendidikan relatif rendah

¹⁵Sari Riyana, *Pengaruh Pembiayaan Sektor UMKM Terhadap Profitabilitas*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010), hlm. 23-26

- f) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka susah akses ke lembaga keuangan non bank;
- g) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasinya karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain:¹⁶

- a. Perputaran usaha cukup tinggi, kemampuannya menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang.
- b. Tidak sensitif terhadap suku bunga
- c. Tetap berkembang walau dalam situasi krisis ekonomi dan moneter
- d. Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu, dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Namun demikian, disadari sepenuhnya bahwa masih banyak usaha mikro yang sulit memperoleh layanan kredit perbankan

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 26

karena berbagai kendala baik pada sisi usaha mikro maupun pada sisi perbankan sendiri.

2) Usaha Kecil

Berikut ini ciri-ciri usaha kecil:

- a) Jenis barang atau komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap atau tidak gampang berubah
- b) Tempat usaha umumnya sudah menetap
- c) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walaupun masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha
- d) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya
- e) Sumberdaya manusia memiliki pengalaman dalam berwirausaha
- f) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal menambah permodalan
- g) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning*.

3) Usaha Menengah

Berikut ini ciri-ciri usaha menengah:

- a) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur dan lebih

modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain.

Bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi

- b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan; telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
- c) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan, dll
- d) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan;
- e) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

4. Persepsi Pelaku UMKM

a. Definisi Persepsi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa persepsi adalah proses seseorang mengetahui sesuatu hal melalui pancainderanya¹⁷.

Persepsi adalah merupakan proses menerima informasi membuat pengertian tentang dunia disekitar kita. Hal tersebut

¹⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 1061

memerlukan pertimbangan informasi mana perlu diperhatikan, bagaimana mengkategorikan informasi, dan bagaimana menginterpretasikannya dalam kerangka kerja pengetahuan kita yang telah ada.¹⁸

Engel, Blackwell dan Miniard mengutip pendapat William McGuire yang menyatakan bahwa ada lima tahap pengolahan informasi (*the information-processing model*), yaitu sebagai berikut¹⁹

- 1) Pemaparan (*exposure*) : Pemaparan stimulus, yang menyebabkan konsumen menyadari stimulus tersebut melalui pancainderanya.
- 2) Perhatian (*attention*) : Kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk.
- 3) Pemahaman (*comprehension*) : Interpretasi terhadap makna stimulus
- 4) Penerimaan (*acceptance*) : dampak persuasif stimulus kepada konsumen.
- 5) Retensi (*retention*) : Pengalihan makna stimulus dan persuasi ke ingatan jangka panjang (*long-term memory*).

Proses pengolahan informasi diartikan sebagai “ *is the process through which consumers are exposed to information, become involved with it, attend to it, comprehend it, place it into*

¹⁸Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 59

¹⁹Ujang Sumarwan, *Perilaku konsumen Teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 69

memory, and retrieve it for later use". Mowen (1998) menyebut tahap pemaparan, perhatian dan pemahaman sebagai persepsi. Persepsi ini bersama keterlibatan konsumen (*level of consumer involvement*) dan memori akan mempengaruhi pengolahan informasi. Selanjutnya ia mendefinisikan persepsi sebagai "*perception is the process through which individuals are exposed to information, attend to that information, and comprehend it*". Schiffman dan Kanuk mendefinisikan sebagai "*perception is defined as the process by which an individual select, organized, and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world*". Bagaimana seorang konsumen melihat realitas diluar dirinya atau dunia disekelilingnya, itulah yang disebut dengan persepsi seorang konsumen. Konsumen seringkali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap produk tersebut. Memahami persepsi konsumen adalah penting bagi para pemasar dan produsen. Dua orang konsumen yang menerima dan memperhatikan stimulus yang sama, mungkin akan mengartikan stimulus tersebut berbeda. Bagaimana seseorang memahami stimulus akan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai, harapan dan kebutuhannya, yang sifatnya sangat individual.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa Persepsi adalah proses seseorang mengetahui sesuatu hal melalui pancainderanya²⁰.

Persepsi merupakan awal mula bagi lahirnya macam perilaku seperti apa yang akan dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain, persepsi adalah potensi yang sewaktu-waktu siap diaktualisasikan dalam bentuk sikap dan perilaku. Hal yang demikian, berangkat dari penyimpulan bahwa persepsi adalah salah satu kemampuan kognisi yang sangat berperan dalam kehidupan manusia.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian Persepsi UMKM adalah suatu entitas yang menerima informasi dan membuat pengertian tentang dunia disekitarnya melalui pancainderanya.

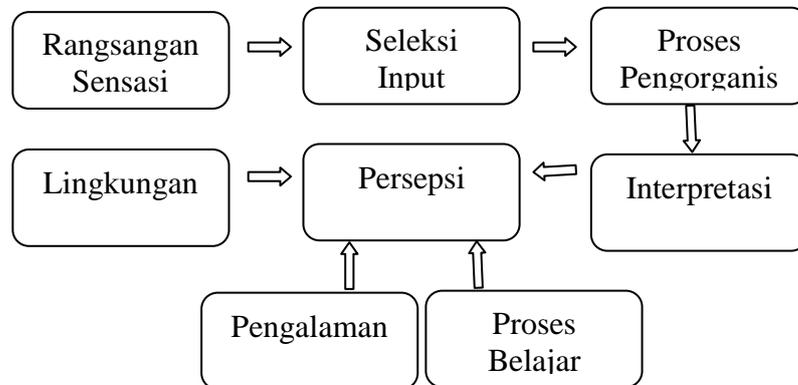
b. Proses Terjadinya persepsi

Dalam psikologi kontemporer secara umum persepsi yang terbentuk dari stimulasi-stimulasi diberlakukan sebagai suatu variabel campur tangan, bergantung pada faktor-faktor perangsangan, cara belajar, perangkat keadaan jiwa atau suasana hati, dan faktor-faktor motivasional. Untuk memudahkannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.²¹

²⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar...*, hlm. 1061

²¹Rita Damayanti, *Dasar-dasar Psikologi*, (Jakarta: FKM UI, 2000), hlm. 14

Proses Terbentuknya Persepsi



Gambar 2.1 Proses Terbentuknya Persepsi

Dalam proses persepsi terdapat tiga komponen utama berikut:

- 1) Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- 3) Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi, proses persepsi

adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

c. Faktor-faktor yang Membentuk Persepsi UMKM

Faktor-faktor yang dapat membentuk atau yang dapat memutarbalikan persepsi seseorang adalah :

1) Pelaku persepsi (*perceiver*)

Bila seorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu syarat dari karakteristik-karakteristik pribadi dari perilaku persepsi individual tersebut. Diantara karakteristik pribadi yang lebih relevan mempengaruhi pelaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman, masa lalu dan pengharapan (*ekspektasi*).

2) Faktor pada objek/target

Karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain dari target membentuk cara memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terpencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti cenderung untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip.

3) Faktor dalam situasi

Merupakan konteks di mana orang melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi manusia.²²

Menurut Krech dan Crutchfield, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat dikategorikan menjadi:²³

- 1) Faktor fungsional yaitu dihasilkan dari kebutuhan, kegembiraan (suasana hati), pelayanan dan pengalaman masa lalu seorang individu. Menurut percobaan Bruner dan Goodman, terbukti bahwa pengalaman menunjukkan dampak kebutuhan terhadap persepsi. Dua hipotesis yang diformulasikan oleh Bruner dan Goodman merujuk sebagai peraturan umum yang memungkinkan:
 - a. Semakin tinggi derajat sosial objek, semakin tinggi tingkat kelemahannya terhadap susunan faktor penentu perilaku.
 - b. Semakin tinggi tingkat kebutuhan sosial objek, semakin tinggi nilai operasi faktor penentu perilaku.

Pada dasarnya, persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi bergantung pada karakteristik orang yang memberikan respons terhadap stimuli tersebut. Krech dan Crutchfield merumuskan *dalil persepsi yang pertama*: Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Yang berarti seseorang

²²Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi...*, hlm. 126

²³Alex Sobur, *Psikologi Umum* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), hlm. 460

memersepsi sesuatu akan memberi tekanan yang sesuai dengan tujuan orang tersebut.

- 2) Faktor Struktural yaitu faktor-faktor tersebut timbul atau dihasilkan dari bentuk stimuli dan efek-efek netral yang ditimbulkan dari sistem saraf individu.

Menurut psikologi gestat, bila memersepsi sesuatu, maka memersepsinya sebagai keseluruhan. Dan tidak akan pernah melihat bagian-bagiannya. Krech dan Crutchfield melahirkan *dalil persepsi kedua*: medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Meskipun stimuli yang diterima tidak lengkap, maka individu akan menginterpretasikannya secara konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsikannya.

Selanjutnya dalam hubungan dengan konteks, Krech dan Crutchfield membuat *dalil persepsi ketiga*: sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur pada umumnya ditentukan oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Bila seseorang termasuk dalam kelompok tertentu, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompok. *Dalil persepsi keempat* menyatakan bahwa objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu, atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama.

- 3) Faktor Situasional yaitu faktor yang banyak berkaitan dengan bahasa nonverbal. Petunjuk proksemik (jarak yang dibuat oleh orang lain dalam menyampaikan pesan), petunjuk kinesik (gerakan orang lain yang ditujukan kepada kita), petunjuk wajah, petunjuk paralinguistik (cara bagaimana seseorang menyampaikan pesannya) adalah beberapa dari faktor situasional yang mempengaruhi persepsi.
- 4) Faktor personal yakni faktor keempat yang memengaruhi persepsi adalah faktor personal yang terdiri dari pengalaman, motivasi dan kepribadian.

B. Penelitian Terdahulu

Di bawah ini beberapa penelitian terdahulu yang ada keterkaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu:

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Junaidi	Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)	Faktor penentu masyarakat muslim untuk memilih bank syariah adalah religiusitas dan pemahaman. Sedangkan pelayanan dan	Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat umum, sedangkan yang menjadi	Dalam penelitian ini yang menjadi persamaannya adalah teori tentang persepsi

			fasilitas tidak mempengaruhi keputusan masyarakat	objek penelitian saya adalah bagaimana persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah	
2	Rosmiaty Tarmizi	Pengaruh Persepsi Pengusaha Kecil dan Menengah Terhadap Penggunaan SAK ETAP di Kota Bandar Lampung	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kecil dan menengah tentang penggunaan SAK ETAP terhadap Penggunaan SAK ETAP di Kota Bandar Lampung	Perbedaan pada penelitian ini adalah pembahasan berfokus pada penggunaan SAK ETAP, sedangkan dalam penelitian saya fokus	Persamaan pada penelitian ini adalah teori yang di bahas adalah persepsi

				utama terhadap persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah	
3	Anita Rahmawaty	Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang	Hasil penelitian menunjukkan pertama, persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Kedua, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh	Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini berfokus pada nasabah di BNI Syariah Semarang. Sedangangka n dalam penelitian saya berfokus pada pelaku UMKM	Persamaan pada penelitian ini adalah persepsi tentang bank syariah

			secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Ketiga, persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.		
--	--	--	--	--	--

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

C. Kerangka Pemikiran

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM merupakan wujud kehidupan ekonomi sebagian besar rakyat Indonesia. Pengembangan UMKM dalam dimensi pembangunan nasional yang berlandaskan sistem ekonomi kerakyatan, tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antara golongan pendapatan dan antara pelaku ataupun penyerapan tenaga kerja. Lebih dari

itu pengembangan UMKM yang mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu dengan meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional, pengembangan UMKM merupakan prioritas dan menjadi sangat vital.²⁴

Persepsi merupakan sebuah cerminan didalam mengenal ekspresi yang diterima oleh stimulus dan berusaha memahami sesuatu ternyata tidaklah mudah untuk dipahami secara kasat mata oleh seseorang. Persepsi dalam pengertian psikologi menurut sarwono adalah proses pencarian informasi untuk dipahami dan alat untuk memperoleh informasi tersebut adalah pancaindera (penglihatan, pendengaran, peraba dan sebagainya). Mowen (1998) menyebut tahap pemaparan, perhatian dan pemahaman sebagai persepsi. Persepsi merupakan awal mula bagi lahirnya macam prilaku seperti apa yang akan dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain, persepsi adalah potensi yang sewaktu-waktu siap diaktualisasikan dalam bentuk sikap dan prilaku. Hal yang demikian, berangkat dari penyimpulan bahwa persepsi adalah salah satu kemampuan kognisi yang sangat berperan dalam kehidupan manusia.

Persepsi disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

²⁴Kartawan, *Kewirausahaan untuk...*, hlm. 212

Persepsi pada hakikatnya merupakan proses psikologis yang kompleks yang juga melibatkan aspek fisiologis. Dalam psikologi kontemporer terdapat tiga komponen utama yang mempengaruhi proses persepsi yaitu:

- 1) Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- 3) Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Persepsi tidak mungkin terjadi tanpa adanya faktor-faktor yang membentuk persepsi itu sendiri dan faktor yang mempengaruhi persepsi. Faktor-faktor yang dapat membentuk atau yang dapat memutarbalikan persepsi seseorang adalah :

- 1) Pelaku persepsi (*perceiver*)

Bila seorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu syarat dari karakteristik-karakteristik pribadi dari perilaku persepsi individual tersebut. Diantara karakteristik pribadi yang lebih relevan mempengaruhi perilaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman, masa lalu dan pengharapan (ekspektasi).

2) Faktor pada objek/target

Karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain dari target membentuk cara memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terpencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti cenderung untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip.

3) Faktor dalam situasi

Merupakan konteks di mana orang melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi manusia.²⁵

Menurut Krech dan Crutchfield, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat dikategorikan menjadi:²⁶

²⁵Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi...*, hlm. 126

²⁶Alex Sobur, *Psikologi Umum* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), hlm. 460

- 1) Faktor fungsional yaitu dihasilkan dari kebutuhan, kegembiraan (suasana hati), pelayanan dan pengalaman masa lalu seorang individu. Menurut percobaan Bruner dan Goodman, terbukti bahwa pengalaman menunjukkan dampak kebutuhan terhadap persepsi. Dua hipotesis yang diformulasikan oleh Bruner dan Goodman merujuk sebagai peraturan umum yang memungkinkan:
 - c. Semakin tinggi derajat sosial objek, semakin tinggi tingkat kelemahannya terhadap susunan faktor penentu perilaku.
 - d. Semakin tinggi tingkat kebutuhan sosial objek, semakin tinggi nilai operasi faktor penentu perilaku.

Pada dasarnya, persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi bergantung pada karakteristik orang yang memberikan respons terhadap stimuli tersebut. Krech dan Crutchfield merumuskan *dalil persepsi yang pertama*: Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Yang berarti seseorang memersepsi sesuatu akan memberi tekanan yang sesuai dengan tujuan orang tersebut.

- 2) Faktor Struktural yaitu faktor-faktor tersebut timbul atau dihasilkan dari bentuk stimuli dan efek-efek netral yang ditimbulkan dari sistem saraf individu.

Menurut psikologi gestat, bila memersepsi sesuatu, maka memersepsinya sebagai keseluruhan. Dan tidak akan pernah melihat bagian-bagiannya. Krech dan Crutchfield melahirkan

dalil persepsi kedua: medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Meskipun stimuli yang diterima tidak lengkap, maka individu akan menginterpretasikannya secara konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsikannya.

Selanjutnya dalam hubungan dengan konteks, Krech dan Crutchfield membuat *dalil persepsi ketiga*: sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur pada umumnya ditentukan oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Bila seseorang termasuk dalam kelompok tertentu, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompok.

Dalil persepsi keempat menyatakan bahwa objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu, atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama.

- 3) Faktor Situasional yaitu faktor yang banyak berkaitan dengan bahasa nonverbal. Petunjuk proksemik (jarak yang dibuat oleh orang lain dalam menyampaikan pesan), petunjuk kinesik (gerakan orang lain yang ditujukan kepada kita), petunjuk wajah, petunjuk paralinguistik (cara bagaimana seseorang menyampaikan pesannya) adalah beberapa dari faktor situasional yang mempengaruhi persepsi.

- 4) Faktor personal yakni faktor keempat yang memengaruhi persepsi adalah faktor personal yang terdiri dari pengalaman, motivasi dan kepribadian.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim, namun hal itu tidak membuat semua UMKM di Indonesia khususnya yang beragama Islam memanfaatkan jasa bank syariah dalam menambah permodalan perusahaan. Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba.

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan kepada suatu pihak lain untuk mendukung suatu investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.²⁷ Pembiayaan adalah produk yang disediakan oleh perbankan syariah dalam menambah permodalan untuk membantu masyarakat tanpa harus berkaitan dengan riba.

Allah SWT telah berfirman tentang riba dalam Al-Quran:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥١

²⁷M. Amin Suma, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 353

Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka.” (Q.S Al-Baqarah [2]: 275)²⁸

Ada pendapat yang mengatakan bahwa berbisnis secara Islami lebih baik dari bisnis konvensional, namun kewaspadaan tetap perlu dikedepankan. Hal ini mengingat belum semua masyarakat menyadari keunggulan dari bisnis yang Islami. Walaupun demikian, sudah sepatutnya kita semua menyadari bahwa hanya berbisnis Islamilah yang mampu menyelamatkan kehidupan, baik didunia maupun diakhirat kelak. Oleh karena itu, sudah saatnya kita mematuhi dan menerapkan bisnis Islami dalam semua bisnis, baik untuk kalangan masyarakat muslim maupun nonmuslim, sehingga Indonesia akan terhindar dari keterpurukan ekonomi yang akhirnya akan berdampak negatif bagi masyarakat²⁹.

Kehadiran perbankan syariah adalah untuk memfasilitasi masyarakat sebagai intermediasi keuangan kunci. Dalam hal ini perbankan bertindak sebagai perantara dalam pemindahan dana dari kalangan penabung kepada pihak lain yang melakukan investasi dalam aktiva riil seperti fasilitas produksi, peralatan dan gedung. Intermediasi keuangan dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dengan menghimpun dana lebih dari

²⁸DEPAG RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002), hlm. 48

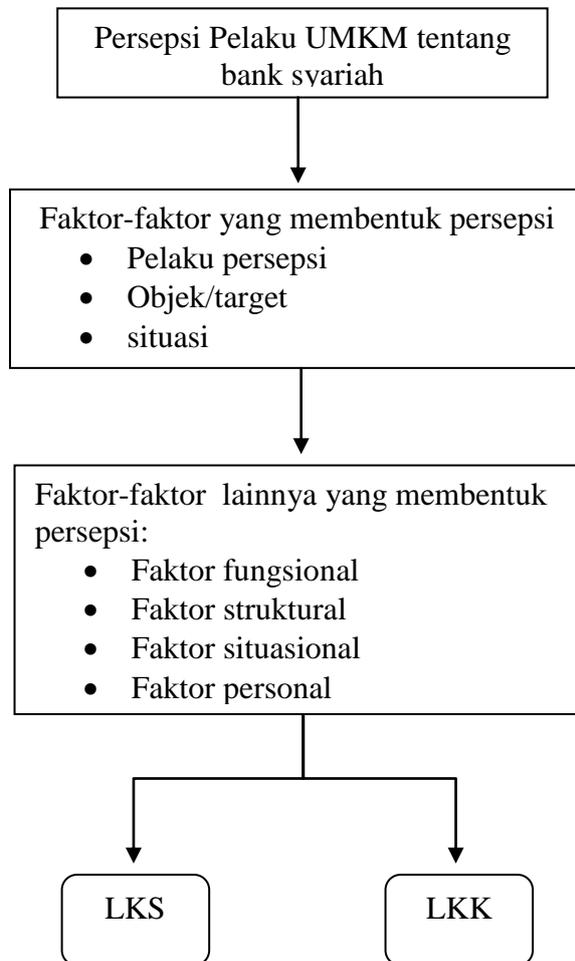
²⁹Veitzhal Rivai, *Islamic Transaction Law In Business dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. vi

jutaan penabung dan menyediakannya bagi kalangan investor (pengusaha) guna mendukung kegiatannya.³⁰ Hal ini juga berlaku pada bisnis UMKM, dimana Bank Syariah menjadi pihak perantara antara pihak UMKM dan pemilik modal.

Persepsi UMKM adalah suatu entitas yang menerima informasi dan membuat pengertian tentang dunia disekitarnya melalui pancainderanya. Para pelaku UMKM dalam menjalankan perusahaannya agar berkembang dan tidak mudah mati, maka UMKM harus didukung dengan permodalan yang kuat, permodalan itu dapat didapatkan dari modal pribadi, ataupun melalui kerjasama dengan lembaga keuangan.

Dari teori persepsi yang dipaparkan diatas, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya, pelaku UMKM akan memiliki persepsi yang berbeda-beda yang diperoleh dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM itu sendiri. Oleh sebab itu, persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah pasti memiliki persepsi yang berbeda pula.

³⁰Sawaldjo Puspoprano, *Keuangan Perbankan dan Pasar Keuangan*, (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2004), hlm. 5



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.³¹

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian untuk menggambarkan, melukiskan, atau memaparkan keadaan suatu objek secara apa adanya sesuai dengan situasi dan kondisi pada saat melakukan penelitian.³²

Pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam penelitian yang menekankan pada aspek pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari hasil suatu penelitian tersebut. Atau dengan kata lain, pendekatan kualitatif adalah suatu mekanisme dalam penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kalimat, yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data, menafsirkan dan melaporkan hasil suatu penelitian. Menurut Burhan Bugin, mengatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan suatu proses dalam penelitian yang sarannya terbatas, tetapi kedalaman datanya tidak terbatas.³³

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung; Alfabeta, 2014). hlm, 4

³² Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hlm. 59

³³*Ibid.*, hlm. 52

B. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh, data-data yang dikumpulkan. Adapun macam-macam sumber data dalam penelitian ini, antara lain:³⁴

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁵ Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM makanan ringan di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁶ Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan usaha-usaha untuk memperoleh bahan-bahan keterangan serta kenyataan yang benar-benar dapat dipertanggung jawabkan. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data penelitian ini, diantaranya sebagai berikut³⁷:

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013), hlm. 171.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 187.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 187

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung; Alfabeta, 2014). hlm. 224

1. Teknik Wawancara (Interview)

Wawancara yaitu percakapan yang didalamnya terdapat maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan dari pewawancara.³⁸Wawancara ini dilakukan kepada pelaku UMKM makanan ringan di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.³⁹ Sanafiah faisal observasi ada beberapa macam sebagai berikut:⁴⁰

a. Observasi partisipatif

Dalam penelitian ini, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, peneliti mengamati apa yang sedang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Observasi ini digolongkan menjadi empat yaitu:

- 1) Partisipasi pasif
- 2) Partisipasi moderat
- 3) Partisipasi aktif

³⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 186

³⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), hlm. 42

⁴⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 378

4) Partisipasi lengkap

b. Observasi terus terang atau tersamar

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyatakan terus terang bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.

c. Observasi tak berstruktur

Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati. Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tidak berstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Fokus observasi akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Kalau masalah penelitian sudah jelas seperti dalam penelitian kuantitatif, maka observasi dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman observasi

Observasi yang peneliti gunakan adalah Partisipasi pasif. observasi ini digunakan peneliti untuk mengetahui secara langsung apa yang terdapat di lapangan tentang analisis persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah

di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis tanpa ikut campur dalam aktivitas mereka sehari-hari.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumen yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu atau catatan sejarah suatu perusahaan. Dokumen dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya lainnya dari seseorang.⁴¹ Dalam mengumpulkan dokumentasi ini peneliti mengumpulkan beberapa dokumen benda-benda tertulis berupa sejarah mulainya perusahaan, jumlah kariawan.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah penelitian itu sendiri, tetapi setelah fokus penelitian menjadi jelas, kemungkinan instrument penelitian tersebut dikembangkan secara sederhana dengan diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.⁴² Adapun instrumen-instrumen lainnya dalam penelitian ini, antara lain :

1. Pedoman wawancara
2. Pedoman observasi

E. Uji Kredibilitas Data

Derajat kepercayaan (kredibilitas data) dapat ditunjukkan dengan melihat hubungan antara data dengan sumber data (kredibilitas sumber), antara data

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), cet. IX, hlm. 329

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm. 223-224

dengan teknik penggalian data (kredibilitas teknik), dan pembuktian data di lapangan (kredibilitas informasi).⁴³

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kebenaran realitas data di dalam penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, akan tetapi jamak dan tergantung pada kemampuan peneliti mengkonstruksi fenomena yang diamati.⁴⁴

Dalam pengujian keabsahan data metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Di dalam penelitian kualitatif keabsahan data meliputi: Triangulasi, Secara sederhana dapat dimaknai sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian dengan cara membandingkan antara sumber, teori, maupun metode atau teknik penelitian. Contohnya seperti : membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara, data hasil wawancara dengan data dokumentasi, atau data dokumentasi dengan data hasil observasi. Dengan kata lain, dengan teknik triangulasi seorang peneliti dapat me-recheck temuan dengan jalan membandingkan dengan berbagai sumber, metode dan teori yang dipakai.⁴⁵

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang akan dilakukan menggunakan analisis data lapangan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan

⁴³Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hlm. 123

⁴⁴Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 457

⁴⁵ Ibrahim, *Metodologi Penelitian ...*, hlm. 122-128

secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Analisis data yang digunakan sebagai berikut:⁴⁶

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu suatu proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluwesan, dan kedalaman wawasan yang tinggi. Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan, pada hal-hal yang penting, cari tema dan polannya, membuang yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Menurut Sugiono, mengatakan bahwa pengertian reduksi data yaitu kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan polannya.⁴⁷

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses penyusunan informasi yang kompleks dalam bentuk sistematis, sehingga menjadi bentuk yang sederhana serta dapat dipahami maknanya. Sedangkan penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data secara terus menerus baik pada saat pengumpulan data atau setelah pengumpulan data.

Penyajian data dilakukan dengan memberikan uraian singkat mengenai analisis persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah (studi

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm. 246

⁴⁷Ibrahim, *Metodologi Penelitian ...*, hlm. 108-115

penelitian pada pelaku UMKM makanan ringan di Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis).

3. Penarikan kesimpulan

Data yang telah direduksi mengenai analisis, ditarik kesimpulannya dan diverifikasi kembali saat kembali mengumpulkan data ke lapangan. Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan tersebut dengan cara induktif, yang mana peneliti berangkat dari kasus-kasus yang bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata kemudian dirumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip, propinsi, atau definisi yang bersifat umum. Dengan kata lain, penarikan kesimpulan secara induktif adalah proses penelitian yang diawali dengan mengumpulkan data dan kemudian mengembangkan suatu teori dari data-data tersebut.⁴⁸

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian skripsi yang dilakukan oleh penulis selama 8 bulan, yaitu dari bulan Agustus 2017 sampai bulan Maret 2018. Untuk lebih jelas penulis menyajikannya dalam bentuk tabel.

⁴⁸Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 188

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Periode							
		Agust 2017	Sept 2017	Okto 2017	Nov 2017	Des 2017	Jan 2017	Feb 2017	Mar 2018
1	Penyusunan usulan penelitian								
2	Usulan penelitian								
3	Seminar usulan penelitian								
4	Pelaksanaan: a. Pengumpulan data b. Pengolahan data c. Penganalisaan data								
5	Pelaporan : a. Penyusunan laporan b. Laporan hasil skripsi								
6	Sidang skripsi								

2. Tempat Penelitian

Penulis mengambil lokasi penelitian di Kecamatan Cikoneng
Kabupaten Ciamis.