

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, LOKASI DAN
PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PENGAJUAN
PEMBIAYAAN BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG DIPONEGORO BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD HAFIZH
NIM. 180603170**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Hafizh
NIM : 180603170
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 April 2025
Yang Menyatakan




Muhammad Hafizh

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Pengaruh *Service Quality*, Lokasi Dan *Promotion*
Terhadap Keputusan Pengajuan Pembiayaan Bank Syariah
Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Muhammad Hafizh
NIM. 180603170

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

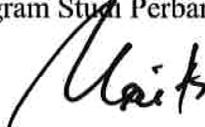
Pembimbing II,


Isnafiana, S.H., M.A.
NIDN. 2029099003


Akmal Riza., S.E., M.Si
NIP. 198402022023211023

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Pengaruh *Service Quality*, Lokasi Dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pengajuan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Banda Aceh

Muhammad Hafizh
NIM. 180603170

Telah Disidangkan Oleh Dewan Sidang Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 24 April 2025 M
25 Syawal 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Isnaliaha, S.H.I., M.A.
NIDN. 2029099003

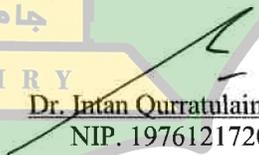
Penguji I,


Muhammad Arifin, Ph.D
NIP. 197410152006041002

Sekretaris,


Akmal Riza., S.E., M.Si
NIP. 198402022023211023

Penguji II,


Dr. Jatan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I
NIP. 197612172009122001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Hafizh
NIM : 180603170
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 180603170@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU kripsi
Yang berjudul:

Analisis Pengaruh *Service Quality*, Lokasi Dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pengajuan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 25 April 2025

Penulis


Muhammad Hafizh
NIM. 180603170

Mengetahui,
Pembimbing I


Isnainana, S.H., M.A.
NIDN. 2029099003

Pembimbing II


Akmal Riza, SE, M.Si
NIP. 198402022023211023

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur panjatkan kehadirat Allah SWT yang melapangkan rahmat-hidayahNya, sehingga dapat menyelesaikan kajian ini dengan menulis sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Service Quality*, Lokasi dan *Promotion* terhadap Keputusan Pengajuan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Banda Aceh”** Shalawat beriring salam tidak lupa dicurahkan kepada junjungan rasulullah kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing dan sunnahnya pada seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku Ketua Program Studi dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, SP., S.Hi. M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Isnaliana, S.HI., M.A, selaku pembimbing I, dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku pembimbing II sekaligus dosen wali, yang telah banyak berkontribusi dalam proses bimbingan sehingga penulisan karya ilmiah dapat diselesaikan dengan baik.
5. Semua staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan masukan, dukungan dan ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Kota Banda Aceh khususnya para nasabah pembiayaan mikro (UMKM) KUR Syariah yang menjadi responden yang membantu peneliti dalam proses pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan karya ilmiah ini.
7. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Syafrizal Faisal dan Ibunda Aina Firmi, yang selalu memberi semangat dan dorongan materil, serta adik-adiku Hasna Fadhillah & Muhammad Haikal, yang selalu berdoadan mensupport untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan tidak bisa disebutkan satu persatu dan angkatan 2018 perbankan syariah FEBI UINAR, mereka yang selalu mensupport agar lancar dan segera selesai penelitian.

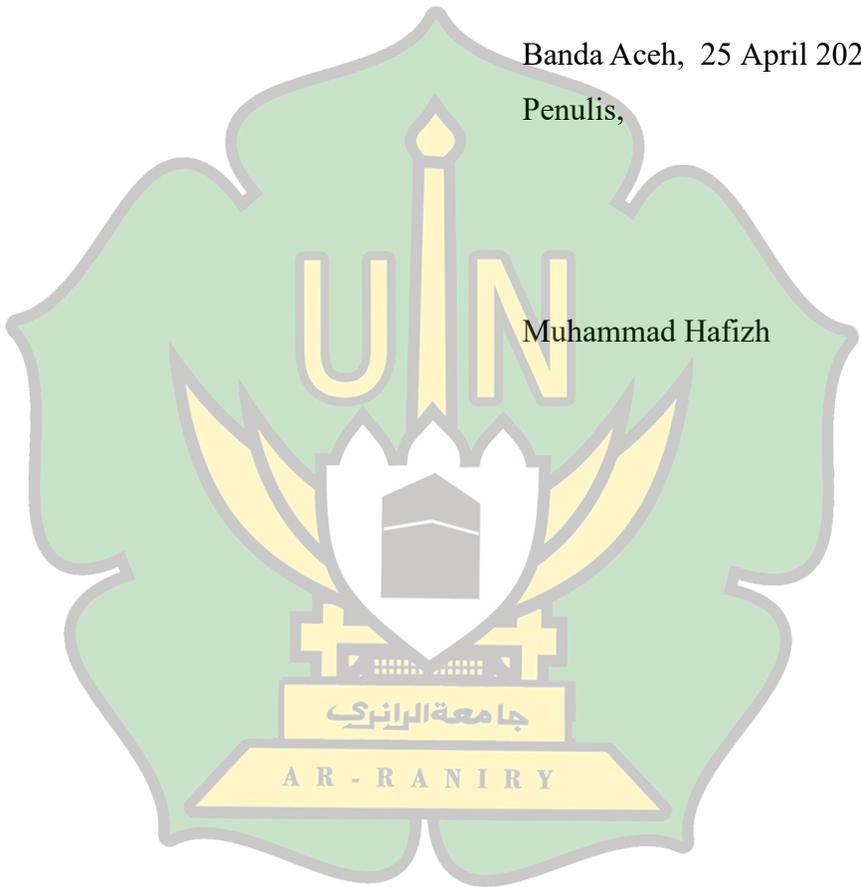
Segala doa, seluruh bantuan, ilmu dari segala arah yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan mendapatkan balasan rahmat dan hidayah oleh Allah SWT. Bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan, maka penulis sangat

mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi sumbangan pikiran untuk perkembangan akademik.

Banda Aceh, 25 April 2025

Penulis,

Muhammad Hafizh



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1 Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2 Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3 Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4 Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

1 Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

2 Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

3 Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulaṭfāl*

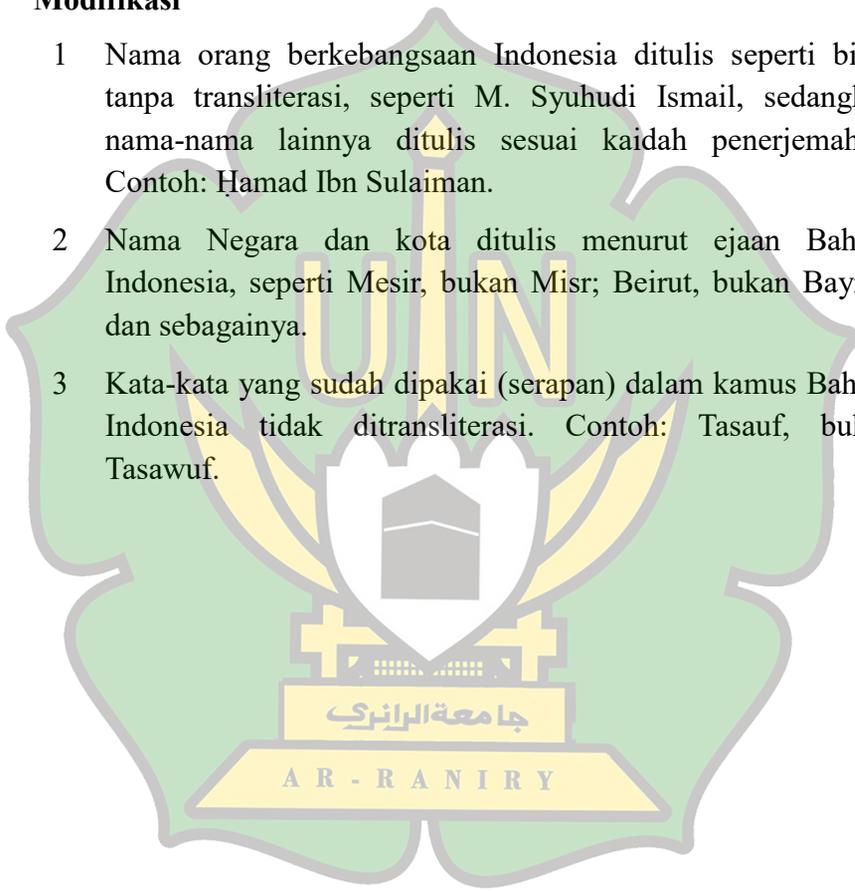
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul
Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

- 1 Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- 2 Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
- 3 Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Muhammad Hafizh
NIM : 180603170
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/
Perbankan Syariah
Judul : Analisis Pengaruh *Service Quality*, Lokasi Dan
Promotion Terhadap Keputusan Pengajuan
Pembiayaan Bank Syariah Indonesia Kantor
Cabang Diponegoro Banda Aceh
Pembimbing I : Isnaliana, S.H.I., M.A.
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E., M.Si.

Produk pembiayaan mikro BSI syariah sebagai alternatif keputusan para pelaku UMKM di kodya Banda Aceh dalam meningkatkan bisnis maupun kebutuhan pokok lainnya dalam memenuhi dan keberlanjutan usaha. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel *service quality*, lokasi dan dan *promotion* perusahaan terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI KC Diponegoro Banda Aceh baik secara simultan maupun parsial. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dan teknik *random sampling* terhadap 90 pelaku usaha di kota Banda Aceh. Hasil analisis regresi linier berganda secara simultan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI. Sedangkan secara parsial membuktikan hanya hipotesis alternatif ketiga yang diterima bahwa variabel *promotion* yang dilakukan BSI memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengajuan pembiayaan, sedangkan variabel *service quality* dan lokasi tidak memiliki pengaruh.

Kata Kunci: *Promotion*, *service quality*, lokasi, keputusan pengajuan pembiayaan.

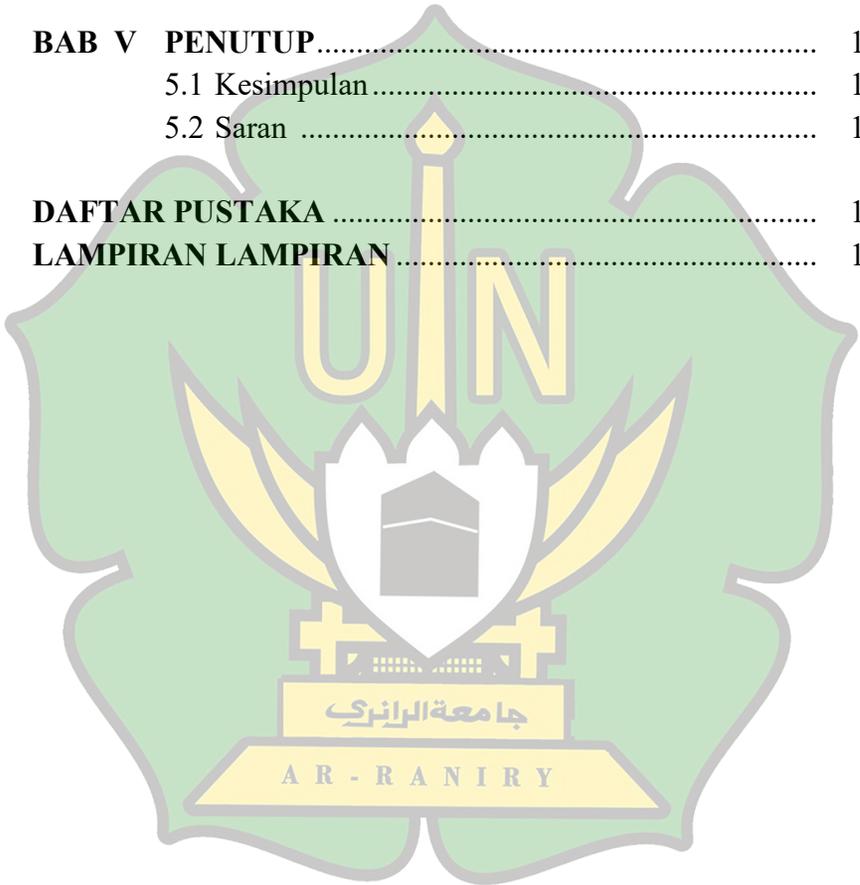
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis (teoritis)	13
1.4.2 Manfaat Praktis (operasional).....	13
1.4.3 Manfaat Kebijakan	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Prilaku Konsumen.....	15
2.2 Pembiayaan	16
2.2.1 Pengertian Pembiayaan.....	16
2.2.2 Unsur Pembiayaan	17
2.2.3 Tujuan Pembiayaan.....	19

2.3	Pembiayaan KUR Syariah	22
2.3.1	Pengertian Pembiayaan KUR Syariah	22
2.3.2	Jenis-jenis Pembiayaan KUR Syariah	23
2.4	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)...	25
2.4.1	Pengertian Usaha Mikro	23
2.4.2	Karakteristik Usaha Mikro	27
2.4.3	Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro..	29
2.5	Keputusan Pemberian Pembiayaan.....	31
2.5.1	Jenis-jenis Pembiayaan.....	32
2.5.2	Keputusan Mengajukan Pembiayaan	36
2.5.3	Indikator Keputusan Mengajukan Pembiayaan.....	37
2.6	Pelayanan (Service Quality)	39
2.6.1	Pengertian Service Quality	41
2.6.2	Tahapan Dimensi Service Quality.....	42
2.6.3	Indikator Service Quality	44
2.7	Lokasi.....	45
2.7.1	Pengertian Lokasi	45
2.7.2	Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi.....	47
2.7.3	Indikator Lokasi.....	47
2.8	Promosi	48
2.8.1	Bauran Promosi	49
2.8.2	Promotion	50
2.8.3	Tujuan Promosi Penjualan.....	52
2.8.4	Karakteristik Promotion Sales	52
2.8.5	Indikator Promotion.....	53
2.9	Penelitian Terdahulu	53
2.10	Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	63
2.10	Kerangka Pemikiran.....	65
2.11	Hipotesis Statistik.....	66
BAB III	METODE PENELITIAN	67
3.1	Jenis Penelitian.....	67

3.2	Lokasi Penelitian.....	67
3.3	Populasi dan Sampel.....	68
3.3.1	Populasi Penelitian.....	68
3.3.2	Sampel Penelitian.....	68
3.4	Sumber dan Teknik Pemrolehan Data	69
3.4.1	Sumber Data.....	69
3.4.2	Teknik Pemrolehan Data.....	70
3.5	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	72
3.6	Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian.....	74
3.6.1	Uji <i>Validity</i>	74
3.6.2	Uji <i>Reliability</i>	75
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	76
3.7.1	Uji Normalitas.....	76
3.7.2	Uji Multikolinieritas	77
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	78
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	78
3.8.1	Rancangan Pembuktian Hipotesis	79
3.8.2	Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	81
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ...	82
4.1	Hasil Penelitian.....	82
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
4.1.2	Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia
4.1.3	Deskripsi dan Karakteristik Responden ..	85
4.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	91
4.1.5	Hasil Analisis Kualitas Instrumen	96
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
4.1.7	Hasil Uji Analisis Regresi Linier	101
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	104
4.1.10	Hasil Uji Determinasi	105
4.2	Pembahasan	105
4.2.1	Pengaruh <i>service quality</i> terhadap	

keputusan pengajuan pembiayaan BSI..	105
4.2.2 Pengaruh lokasi terhadap keputusan Pengajuan pembiayaan BSI.....	108
4.2.3 Pengaruh <i>promotion</i> terhadap keputusan Pengajuan pembiayaan BSI.....	111
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN LAMPIRAN	131



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pembiayaan UMKM BSI KC Diponegoro	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	59
Tabel 3.1 Skala Penilaian Jawaban Angket.....	71
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	74
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	86
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .	91
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	92
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Promtion Sales</i> .	93
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pengajuan Pembiayaan	95
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	97
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	100
Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda	102



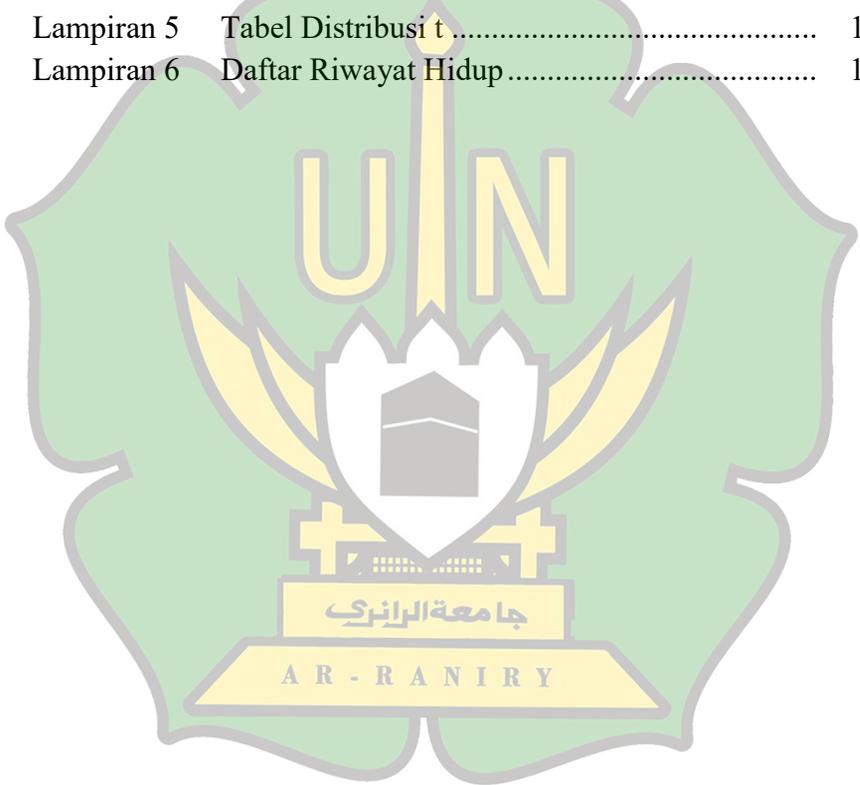
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	65
Gambar 4.6 Uji Normalitas (<i>Histogram</i>).....	99
Gambar 4.7 Uji Normalitas (<i>P-Plot</i>).....	99
Gambar 4.8 Uji Heteroskedasitas (<i>Scatterplot</i>).....	101



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	131
Lampiran 2 Tabulasi Data	139
Lampiran 3 Output SPSS.....	152
Lampiran 4 Tabel Nilai Kritis (Korelasi r Product Moment– Statistic.....	177
Lampiran 5 Tabel Distribusi t	179
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	182



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bidang ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dengan keuangan, kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan, pelayanan jasa maupun usaha baik bisnis mikro, kecil maupun menengah. Maraknya koperasi simpan pinjam dan lembaga pembiayaan ilegal-legal di masyarakat yang menawarkan pinjaman dana dengan berbagai proses pencairan yang begitu cepat di dibandingkan bank syariah akan menjadi tantangan bagi bank syariah dalam menyalurkan produk pembiayaan mikro. Peran penting kedudukan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional bukan hanya karena jumlahnya yang banyak, melainkan juga dalam hal penerapan tenaga kerja, disamping dapat menghasilkan devisa yang cukup besar melalui kegiatan ekspor komoditas tertentu dan memberikan kontribusi terhadap product domestic bruto (kompas.com, 2024).

Pemberdayaan pelaku UMKM sangat strategis sebagai kontribusi dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Dalam hal ini, krisis perekonomian nasional dapat terjadi sehingga dengan kegiatan tersebut dapat menjaga atau mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Secara

umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai agar terwujudnya UMKM yang tangguh dan mandiri harus memiliki daya saing tinggi serta berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, maupun permodalan untuk menghadapi persaingan bebas (Kadeni, 2020).

Perbankan syariah harus berperan dalam berbagai layanan menarik dari produk pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat sehingga para pelaku usaha akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka terbaik. Dalam dunia perbankan, seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di dunia sudah seharusnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan masyarakat untuk meningkatkan nasabah sebagai bentuk kerjasama baik pelaku usaha maupun keberhasilan bisnis bank. Perbankan syariah berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan strategi pemasaran yang unggul salah satunya dalam produk pembiayaan syariah.

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil dari merger tiga bank syariah BUMN yaitu Bank Negara Indonesia Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Dengan hadirnya Bank Syariah Indonesia ini diharapkan bisa diterima oleh masyarakat dan bersama-sama untuk bisa mengembangkan Bank Syariah Indonesia sehingga mampu untuk bersaing dengan bank-bank lain. PT Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia yang memiliki keunikan tersendiri dalam produk-produknya karena dengan sebuah kombinasi antara sistem

keuangan dengan akad-akad syariahnya mampu memberikan produk yang menunjang bagi internalnya dan juga bagi nasabah. Produk unggulan yang mampu berkompetisi di pasar yaitu produk pembiayaan rakyat syariah (KUR), melalui pembiayaan maka bank syariah dapat bersinergi dalam peningkatan pendapatan bisnisnya. Berikut salah satu data pembiayaan bank syariah di kota Banda Aceh yang disalurkan kepada nasabah UMKM terdaftar pada BSI Kantor Cabang Diponegoro:

Tabel 1.1
Pembiayaan UMKM BSI KC Diponegoro

No	Tahun	Nasabah UMKM Kategori Mikro	Growth
1	2024	874	4,55%
2	2023	836	2,08%
3	2022	819	5,00%
4	2021	780	6,12%

Sumber: BSI KC Diponegoro, diolah (2024)

Dari Tabel 1.1 jumlah pembiayaan UMKM pada BSI Kantor Cabang Diponegoro menunjukkan pada tahun 2021 terjadi kenaikan sebesar 6,12% dari tahun sebelumnya menjadi 780 pelaku usaha mikro, tahun 2022 mengalami peningkatan hanya sebesar 5,00% (sebanyak 819 UMKM), tahun 2023 juga mengalami pertumbuhan hanya 2,08% menjadi 836 usaha mikro. Sedangkan pada observasi periode terakhir mengalami peningkatan sebesar 4,55% naik menjadi 874 pelaku UMKM di tahun 2024. Hal ini mengidentifikasi selama periode pengamatan awal jumlah pembiayaan mikro di BSI mengalami peningkatan dari jumlah nasabah UMKM yang dicairkan atau yang menjadi nasabah

pembiayaan tidak terlalu tinggi kenaikannya. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah usaha mikro paling tinggi (terjadi pada tahun 2021) dan paling rendah (pada tahun 2020).

Berbagai layanan menarik dari produk pembiayaan bank syariah, maka masyarakat akan lebih progresif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut para pengusaha, BSI memiliki keunikan tersendiri dalam produk-produknya karena dengan sebuah kombinasi antara sistem keuangan dengan akad-akad syariahnya mampu memberikan produk yang menunjang bagi internalnya dan juga bagi nasabah. Produk yang mampu berkompetisi di pasar yaitu produk pembiayaan syariah, melalui pembiayaan maka bank syariah dapat bersinergi dalam peningkatan pendapatan bisnisnya.

Salah satu model pembiayaan yang lebih terjangkau baik secara proses, teknis, dan underlying-nya, saat ini BSI yang sistemnya telah beroperasi secara total syariah. Model pembiayaan tersebut merupakan sindikasi dalam konsep syariah, yang dapat memudahkan bank dan juga nasabahnya, hal ini akan menggambarkan bahwa pembiayaan sindikasi berbasis mikro dapat menjadi sebuah produk yang mampu meningkatkan portofolio pembiayaan dan kinerja bank syariah.

Proses pengambilan keputusan, perilaku seseorang untuk menjadi nasabah suatu bank dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap, persepsi, motivasi, dan faktor eksternal yakni pengaruh lingkungan, referensi, pendidikan, kondisi sosial dan keluarga. Disamping itu, dari pihak bank ada beberapa akibat

maupun faktor yang dapat mempengaruhi preferensi maupun perilaku untuk menjadi nasabah di suatu bank. Saat akan memutuskan untuk melakukan transaksi di lembaga syariah, tentunya calon nasabah akan memilih bank yang dapat menguntungkan serta memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Seperti kualitas pelayanan, promosi serta lokasi bank di kawasan strategis, segala sarana dan prasarana yang eksklusif memberikan kenyamanan, pelayanan yang cepat dan ramah, keamanan berinvestasi serta keuntungan yang akan diberikan. Oleh karena faktor itu bank BSI dapat menentukan target nasabahnya.

Selanjutnya prosedur pembiayaan yang mudah dapat mendukung keunggulan *service quality*, lokasi yang strategis dan bentuk promosi untuk menarik minat nasabah. Prosedur merupakan urutan pelaksanaan kerja yang saling berhubungan yang dilakukan secara seragam (Thoharudin et al, 2020). Nasabah biasanya akan memutuskan menggunakan produk atau jasa setelah melihat prosedur dari bank tersebut mempermudah atau mempersulit nasabah. Biasanya menginginkan prosedur yang cepat dan tidak merepotkan atau yang tidak rumit akan menjadi pertimbangan untuk nasabah dalam keputusan pengambilan pembiayaan pada lembaga keuangan yang bersangkutan.

Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan saja, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna murni jasa lembaga perbankan. Di

Aceh sendiri masih banyak koperasi simpan pinjam yang terjun langsung ke masyarakat untuk menawarkan pinjaman dananya dengan minimnya literasi banyak masyarakat yang terjebak dengan bank keliling tersebut. Ini merupakan peluang pasar yang besar bagi perkembangan BSI, begitu banyak aspek yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu *service quality*. Dimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat selain hal lainnya, bahwa pelayanan yang diberikan berupa jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa untuk kepuasan konsumen (Sucihati et al, 2020). Dengan pelayanan yang maksimal oleh karyawan bank syariah kepada nasabahnya akan memberikan kepuasan kepada masyarakat dan akhirnya memutuskan mengambil produk dan jasa bank tersebut. Semakin baik tingkat *service quality* yang diberikan maka akan semakin sedikit keluhan nasabah sehingga keputusan nasabah untuk mengajukan pembiayaan semakin besar, (Sucihati et al, 2020).

Service quality suatu pelayanan yang diberikan benar-benar berkualitas dan salah satu hal mutlak yang perlu dilakukan oleh perbankan. Semakin tinggi kepuasan para nasabah, berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang diberikan perbankan kepada nasabah. *Service quality* sebagai penilai atau sikap global yang berkenaan dengan keunggulan suatu layanan, dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah (Harahap & Amanah, 2019). Semua pihak yang menggunakan dan

mengonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap *service quality*.

Bank syariah dalam meningkatkan *service quality* juga didukung oleh lokasi yang strategis, dimana jika lokasi mudah dijangkau oleh nasabah maka peluang dalam menarik nasabah untuk pengajuan pembiayaan syariah semakin besar. Lokasi kantor layanan yang strategis perlu dibangun oleh bank untuk menjangkau nasabah. Lokasi yang strategis mampu menarik konsumen karena biasanya konsumen lebih menyukai lokasi yang dekat mudah untuk dijangkau (Dyah, 2020). Dengan lokasi strategis yang terjangkau untuk diakses memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memilih menggunakan produk dan jasa pada bank tersebut, dan keuntungan akan diperoleh bank yang memiliki lokasi yang strategis dibandingkan bank lain.

Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis dan mempunyai jarak yang dekat dari keramaian serta mempunyai jaringan kantor bank yang banyak sangat memudahkan nasabah dalam bekerjasama dengan bank, sehingga tidak hanya masyarakat di kota-kota besar saja tetapi masyarakat di pelosok-pelosok daerah juga dapat menikmati dan ikut menggunakan jasa layanan perbankan syariah. Maka lokasi bank sangat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung semakin dekat dengan tempat tinggal masyarakat maka akan memudahkan masyarakat transaksi ke bank syariah.

Tempat (*place*) dalam unsur marketing-mix merupakan tempat atau lokasi yang hendak dicapai oleh nasabah untuk melakukan pinjaman, yang menjadi pertimbangan bagaimana penyampaian produk dari produsen ke konsumen, perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market sehingga jangkauannya efektif dan efisien. Sedangkan *promotion* berguna untuk memperkenalkan barang atau jasa supaya diketahui, dibutuhkan oleh nasabah, sebab setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dapat digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Bentuk dari promosi yaitu melalui media cetak, media elektronik, dan juga dunia maya. Namun dalam perspektif syariah haruslah menggambarkan secara real apa yang ditawarkan dari produk-produk atau service dari perusahaan tersebut dan lokasi akan sangat penting untuk akses jalanya suatu perusahaan

Ningrum & Hutagalung (2024) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan mikro. Wijaya et al (2023) juga menemukan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank. Prosedur pembiayaan yang mudah dapat mendukung lokasi yang strategis untuk menarik minat nasabah. Prosedur urutan pelaksanaan kerja yang saling berhubungan yang dilakukan secara seragam serta nasabah menginginkan prosedur yang cepat dan tidak merepotkan. Prosedur yang tidak rumit akan menjadi pertimbangan untuk nasabah dalam

keputusan pengambilan pembiayaan pada lembaga keuangan yang bersangkutan (Thoharudin et al, 2020).

Berbagai layanan menarik dari produk pembiayaan bank syariah, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka, peran *promotion* dalam dunia perbankan sangat penting seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di dunia perbankan syariah. Pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan syariah berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan strategi pemasaran yang unggul salah satunya dalam produk pembiayaan syariah.

Promotion suatu kegiatan untuk mengkonsumsikan, memberi pengetahuan dan keyakinan orang tentang suatu produk agar ia mengetahui dan mengikuti kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu mengambil keputusan pembiayaan syariah (Sari & Siregar, 2023). Dengan adanya promosi ini, bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan untuk pengajuan pembiayaan di bank syariah.

Produk yang akan ditawarkan bank syariah kepada masyarakat luas lebih mengandalkan atau harus melalui promosi. Salah satu hal yang berharga dan memberikan informasi yang tepat

yakni strategi promosi yang disampaikan. Menurut Kotler & Armstrong (2009) dalam Hasan & Ilahi (2018), bahwa promosi yang baik meliputi aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya, tanpa promosi masyarakat tidak mengenal produk atau jasa yang ditawarkan (Saragih, 2018). Promosi menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah seperti yang dikemukakan oleh Nur & Pasca (2021) bahwa promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan dari promosi agar konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Tetapi, promosi yang tidak tepat atau berlebihan juga dapat mengurangi niat masyarakat. Oleh karena itu, bank harus memanfaatkan dengan benar media promosi melalui iklan media cetak maupun elektronik, promo secara langsung pada setiap event dilaksanakan.

Lebih lanjut, bank syariah harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabah, dengan kinerja sesuai ekspektasi maka pelanggan akan puas, jika kinerja tidak sesuai ekspektasi maka pelanggan tidak puas. Oleh karena itu, jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas dan senang. Nasabah akan puas terhadap suatu perusahaan dapat mempertahankan eksistensi perusahaan dan membuat nasabah bersikap loyal serta tidak berpindah kepada pesaing. Perencanaan dan penyusunan strategi dalam pemasaran ditinjau dari tiga faktor utama, yaitu

segmentasi pasar, target pasar, dan posisi perusahaan (Wibowo & Arifin, 2015). Segmentasi pasar tingkat dari keberhasilan perusahaan dalam mengelompokkan pasar ke dalam segmen yang beragam. Penentuan target pasar sebagai penentuan kelompok pasar yang dijadikan sasaran dalam memasarkan produk. Perusahaan dapat menentukan posisi jenis produk dan peruntukannya secara lebih spesifik terhadap pasar.

Berdasarkan observasi awal dengan divisi korporasi para pelaku usaha atau pembiayaan mikro yang diberikan BSI dalam penelitian ini terhadap tujuan beberapa nasabah yang mengambil pembiayaan, dapat diperoleh gambaran beberapa diantaranya menggunakan dana tersebut untuk menambah modal usaha atau tidak digunakan secara konsumtif, pada saat pengajuan pembiayaan alasan yang digunakan nasabah untuk modal usaha hanya untuk mempermudah nasabah memperoleh pembiayaan (Iskandar, 2024). Beberapa sebab pengajuan pembiayaan karena pelayanan bank dan persyaratan lebih mudah dipenuhi, walaupun lokasi bank cukup jauh akan tetapi, karena nasabah puas terhadap *service quality* bank sehingga lebih memilih mengambil pembiayaan tersebut. Promosi yang disampaikan sebagai prosedur yang mudah dipahami terhadap peroduk pembiayaan tersebut dan tidak terlalu mempermasalahkan mengenai pelayanan yang diberikan bank. Berdasarkan fenomena, pengamatan dan permasalahan tersebut dapat diketahui bahwa keputusan nasabah untuk mengajukann pembiayaan UMKM dipengaruhi oleh beberapa alasan yang beragam dan masih terdapat

beberapa perbedaan pendapat nasabah mengenai hal tersebut sehingga perlu dikaji lebih mendalam dalam bentuk karya ilmiah dengan mengangkat judul “Analisis Pengaruh *Service Quality*, Lokasi Dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pengajuan Pembiayaan Bank syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Banda Aceh”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI?
3. Apakah *promotion* berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti membuat suatu tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI.
2. Untuk menganalisis lokasi berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI.

3. Untuk menganalisis *promotion* berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pembiayaan BSI.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hal terpenting dari sebuah penelitian adalah manfaat dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis (Teoritis)

- a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan tentang marketing perbankan syariah.
- b. Menjadi replikasi penelitian pada *service quality*, lokasi dan *promotion* terhadap keputusan pengajuan pembiayaan di bank syariah sebagai pengembangan pengetahuan masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis (Operasional)

- a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bank dalam menentukan upaya yang sesuai dengan keputusan nasabah mengajukan produk pembiayaan.
- b. Diharapkan para nasabah mendapatkan pemikiran mengenai produk bank syariah khususnya dalam produk pembiayaan mikro BSI dan menambah motivasi dalam memutuskan pembiayaan.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

- a. Penelitian ini secara empiris dapat membantu industri perbankan untuk memahami keputusan nasabah dalam pengajuan pembiayaan pada bank BSI.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai dasar untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan pemberian pembiayaan, khususnya pada industri perbankan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan beberapa babnya terdiri dari sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran tentang isi penelitian.

Bab II: Landasan Teori

Bab ini berisi tentang kerangka teori yang berisi tentang teori-teori yang relevan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, telah pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penulisan penelitian serta untuk memperkuat penelitian ini.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.