

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMBIAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Citeureup 3)

Latifah Khoirotn Nisa¹, Ahmad Nuh², Finantyo Eddy Wibowo³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor

tifaanisa13@gmail.com

ABSTRACT; *This study is motivated by the strategic role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in driving national economic growth and the importance of sharia-based financing support that considers not only profit aspects but also the religiosity values of business actors. The purpose of this research is to analyze the influence of profit margin factors and religiosity on MSME financing from a sharia perspective at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Citeureup 3. The study employs a quantitative approach using purposive sampling techniques involving 166 micro-financing customers, and data analysis is conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) through SmartPLS 3.0 software. The results indicate that the profit margin factor has a positive and significant effect on MSME financing with a coefficient of 0.227 and a t-statistic value of 2.747, while religiosity demonstrates a more dominant influence with a coefficient of 0.720 and a t-statistic value of 9.179. Simultaneously, both variables significantly affect MSME financing, with an R-Square value of 0.865, meaning that 86.5% of the variation in MSME financing can be explained by profit margin and religiosity factors. These findings confirm that MSME financing decisions in Islamic banks are influenced by a combination of rational economic considerations and spiritual values.*

Keywords: *MSME Financing, Profit Margin, Religiosity, Islamic Banking, SEM-PLS.*

ABSTRAK; Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peran strategis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional serta pentingnya dukungan pembiayaan berbasis syariah yang tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan, tetapi juga nilai religiusitas pelaku usaha. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh faktor margin keuntungan dan religiusitas terhadap pembiayaan UMKM dalam perspektif syariah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Citeureup 3. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 166 responden nasabah pembiayaan mikro, serta analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* melalui aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan UMKM dengan koefisien sebesar 0,227 dan

nilai *t-statistic* 2,747, sedangkan religiusitas memiliki pengaruh yang lebih dominan dengan koefisien 0,720 dan nilai *t-statistic* 9,179. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan nilai *R-Square* sebesar 0,865, yang berarti 86,5% variasi pembiayaan UMKM dapat dijelaskan oleh margin keuntungan dan religiusitas. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan pembiayaan UMKM pada bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi pertimbangan rasional ekonomi dan nilai spiritual.

Kata Kunci: Pembiayaan UMKM, Margin Keuntungan, Religiusitas, Perbankan Syariah, *SEM-PLS*.

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional Indonesia merupakan suatu proses transformasi yang dirancang secara terarah dan berkelanjutan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur, baik secara material maupun spiritual, dengan berlandaskan Pancasila serta Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Yolanda, 2024). Pembangunan tersebut tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada pemerataan kesejahteraan agar seluruh lapisan masyarakat dapat merasakan hasilnya secara proporsional (Al Farisi, Iqbal Fasa, & Suharto, 2022). Untuk mencapai pembangunan sosial ekonomi yang inklusif, negara perlu memberikan perhatian khusus kepada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau *Micro, Small and Medium Enterprises* sebagai penggerak utama ekonomi rakyat (Yolanda, 2024).

Sektor UMKM memiliki dominasi yang sangat besar dalam struktur dunia usaha nasional karena hampir seluruh unit usaha di Indonesia termasuk dalam kategori ini (Al Farisi et al., 2022). Kontribusi UMKM terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat terlihat dari kemampuannya menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Yolanda, 2024). Ketangguhan UMKM telah terbukti ketika krisis moneter melanda Indonesia, di mana sektor ini mampu bertahan dibandingkan banyak perusahaan besar (Wulandari & Setiyowati, 2022). Ketahanan tersebut disebabkan oleh karakteristik usaha yang lebih fleksibel dan tidak terlalu bergantung pada pembiayaan luar negeri maupun bahan baku impor (Wulandari & Setiyowati, 2022).

Peran UMKM sebagai penyedia lapangan kerja terbesar menjadikannya instrumen penting dalam menjaga stabilitas sosial dan ekonomi masyarakat (Al Farisi et al., 2022). Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM juga memberikan kontribusi

signifikan terhadap Produk Domestik Bruto nasional (Yolanda, 2024). Keberadaan UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran serta meningkatkan pendapatan masyarakat secara luas (Al Farisi et al., 2022). Dengan demikian, UMKM bukan sekadar pelengkap dalam sistem ekonomi nasional, melainkan pilar utama yang menopang pertumbuhan dan pemerataan ekonomi (Yolanda, 2024).

Meskipun memiliki kontribusi besar, UMKM masih menghadapi berbagai kendala internal seperti keterbatasan sumber daya manusia, manajemen usaha, serta inovasi produk (Faraiddin & Fathurrahman, 2023). Hambatan eksternal juga muncul dalam bentuk keterbatasan akses pasar dan persaingan usaha yang semakin kompetitif (Sri Utami & Sasmita, 2022). Permasalahan pembiayaan menjadi tantangan klasik yang sering menghambat ekspansi usaha UMKM (Lahallo & Warella, 2020). Oleh karena itu, pembiayaan yang tepat dan berkelanjutan menjadi faktor penting dalam meningkatkan perkembangan usaha kecil dan menengah (Lahallo & Warella, 2020).

Pemerintah terus memperkuat regulasi untuk mendukung kemudahan berusaha atau *ease of doing business* bagi UMKM agar lebih kompetitif di era globalisasi (Yolanda, 2024). Lembaga keuangan, khususnya perbankan, memiliki peran sentral dalam menyediakan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM (Syaifuddin, 2019). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan komitmen dalam menghadirkan alternatif pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Syaifuddin, 2019). Konsep pembiayaan dalam perbankan syariah didasarkan pada prinsip keadilan dan kemitraan melalui mekanisme bagi hasil (Ulpah, 2020). Skema seperti *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah* menjadi instrumen penting dalam mendukung permodalan UMKM secara lebih adil dan transparan (Ulpah, 2020).

Implementasi pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro Syariah pada Bank Syariah Indonesia menunjukkan adanya upaya konkret dalam memperluas akses modal bagi UMKM (Wulandari & Setiyowati, 2022). Pembiayaan KUR Mikro BSI terbukti berperan dalam meningkatkan pendapatan nasabah serta memperkuat kapasitas usaha mereka (Rahayu, 2021). Keberadaan *PT Bank Syariah Indonesia* sebagai hasil penggabungan bank syariah milik negara diharapkan mampu memperkuat dukungan pembiayaan terhadap sektor UMKM secara lebih terintegrasi (BS Mustaqim, 2022). Analisis strategi pembiayaan melalui pendekatan *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*

(*SWOT*) menunjukkan pentingnya evaluasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan produk pembiayaan UMKM (Lara, 2022).

Selain aspek pembiayaan, religiusitas juga berperan dalam membentuk etos kerja dan integritas pelaku usaha Muslim (Indah Mustikowati et al., 2016). Religiusitas yang kuat dapat mendorong komitmen dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha secara profesional (Wibowo & Sujono, 2021). Karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan terbukti memengaruhi keberhasilan usaha melalui inovasi dan keberanian mengambil risiko (Suhartini, 2021). Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh modal finansial, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusia dan nilai-nilai yang dianut pelaku usaha (Faraidin & Fathurrahman, 2023).

Dalam penelitian mengenai pembiayaan UMKM, penentuan populasi dan sampel harus dirancang secara sistematis agar hasilnya representatif (Amin et al., 2023). Penggunaan metode kuantitatif, kualitatif, maupun *mixed methods* dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian (Hendrayadi et al., 2023). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif memberikan pendekatan yang komprehensif dalam menganalisis fenomena ekonomi dan sosial (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan validitas hasil penelitian (Morgan & Harmon, 2001). Pemilihan skala pengukuran dan jumlah opsi respons juga memengaruhi kualitas instrumen penelitian (Simms et al., 2019). Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* sering digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel secara simultan (Chin, 2014). Penerapan perangkat lunak *SmartPLS* mempermudah peneliti dalam mengolah dan menginterpretasikan data penelitian (Ghozali, 2015). Kejelasan dalam mendefinisikan variabel penelitian menjadi aspek penting agar kerangka konseptual penelitian lebih sistematis (Ulfa, 2021).

UMKM merupakan pilar utama perekonomian nasional yang berperan dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan (Yolanda, 2024). Dukungan pembiayaan yang memadai, kebijakan yang adaptif, serta sinergi antara pemerintah dan lembaga keuangan menjadi kunci penguatan sektor ini (Al Farisi et al., 2022). Dalam perspektif syariah, pembiayaan UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan dan keberlanjutan usaha (Ulpan, 2020). Oleh

karena itu, kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pembiayaan UMKM dalam perspektif syariah menjadi penting untuk memberikan kontribusi ilmiah dan praktis bagi pengembangan sektor UMKM di Indonesia.

LANDASAN TEORI

1. Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, dengan mengedepankan nilai keadilan, transparansi, kemitraan, serta larangan terhadap praktik *riba*, *gharar*, dan *maysir* dalam setiap transaksi keuangan (Syarifuddin, 2019). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan transformasi yang signifikan sejak berdirinya bank syariah pertama hingga terbentuknya entitas besar seperti *PT Bank Syariah Indonesia* yang memperkuat struktur industri keuangan syariah nasional (BS Mustaqim, 2022). Secara konseptual, bank syariah berfungsi sebagai lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berbasis prinsip syariah dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan yang sesuai dengan akad-akad syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah* (Ulpah, 2020). Tujuan utama bank syariah tidak hanya mengejar keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga mewujudkan kemaslahatan sosial (*social welfare oriented*) melalui sistem keuangan yang lebih berkeadilan dan beretika (Syarifuddin, 2019). Dengan demikian, bank syariah memiliki peran strategis dalam mendukung sektor riil, termasuk pemberdayaan UMKM, melalui mekanisme pembiayaan yang berbasis bagi hasil dan prinsip kehati-hatian.

2. Pembiayaan

Pembiayaan dalam perbankan merupakan aktivitas penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan untuk mendukung kegiatan produktif maupun konsumtif dengan mekanisme tertentu yang telah disepakati bersama (Lahallo & Warella, 2020). Dalam sistem perbankan syariah, pembiayaan dilakukan berdasarkan akad yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga tidak menggunakan sistem bunga, melainkan menggunakan pola bagi hasil, jual beli, atau sewa (*lease based financing*) sesuai karakteristik kebutuhan nasabah (Ulpah, 2020). Pembiayaan memiliki fungsi vital dalam mendorong

pertumbuhan ekonomi karena menjadi sumber modal bagi pelaku usaha untuk memperluas skala produksi, meningkatkan kapasitas usaha, serta memperkuat daya saing (Al Farisi et al., 2022). Implementasi pembiayaan yang efektif juga terbukti mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan nasabah, khususnya pada sektor UMKM yang sangat bergantung pada akses modal formal (Rahayu, 2021). Oleh karena itu, sistem pembiayaan yang terstruktur, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan menjadi elemen penting dalam memperkuat stabilitas ekonomi serta mendorong inklusi keuangan.

3. Pembiayaan Mikro dan Akadnya dalam Sudut Pandang Syariah

Pembiayaan mikro dalam perspektif syariah merupakan bentuk dukungan permodalan yang ditujukan bagi pelaku usaha berskala kecil dengan tetap berlandaskan prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan, kemitraan, dan keberlanjutan usaha (Ulpah, 2020). Skema pembiayaan mikro syariah umumnya menggunakan akad seperti *mudharabah* (kerja sama bagi hasil antara pemilik modal dan pengelola usaha), *musyarakah* (kerja sama penyertaan modal antara dua pihak atau lebih), serta *murabahah* (jual beli dengan margin keuntungan yang disepakati di awal) yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik usaha nasabah (Syaifuddin, 2019). Implementasi pembiayaan mikro syariah melalui program seperti KUR Mikro Syariah di Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa akad syariah dapat menjadi solusi alternatif dalam memperluas akses modal tanpa membebani pelaku usaha dengan bunga tetap (Wulandari & Setiyowati, 2022). Pendekatan berbasis nilai religius dalam pembiayaan mikro turut mendorong terbentuknya hubungan yang lebih etis dan transparan antara bank dan nasabah (Indah Mustikowati et al., 2016). Dengan demikian, pembiayaan mikro syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan sosial yang berorientasi pada kesejahteraan bersama.

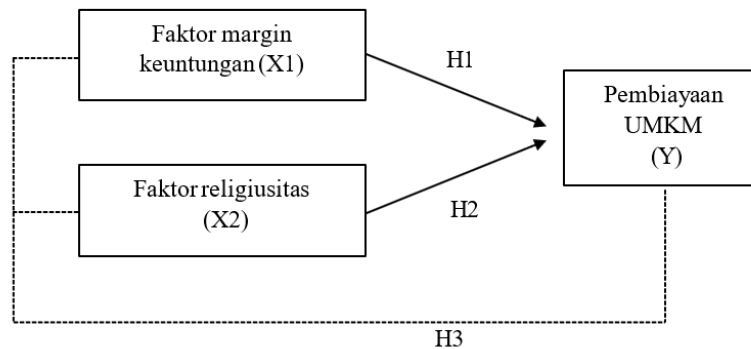
4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan unit usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha dengan skala modal dan hasil penjualan tertentu sebagaimana diatur dalam regulasi nasional, serta berperan penting dalam struktur perekonomian Indonesia (Yolanda, 2024). UMKM memiliki kontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi

daerah sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Al Farisi et al., 2022). Ketangguhan UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi menunjukkan bahwa sektor ini memiliki fleksibilitas tinggi serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan kondisi pasar (Wulandari & Setiyowati, 2022). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, serta minimnya akses terhadap teknologi dan pasar yang lebih luas (Faraiddin & Fathurrahman, 2023). Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM melalui dukungan pembiayaan, pelatihan, serta kemitraan strategis menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Lahallo & Warella, 2020).

5. Pengelolaan Bisnis

Pengelolaan bisnis merupakan serangkaian proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya usaha guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Sugiyono, 2013). Dalam UMKM, pengelolaan bisnis yang baik mencakup manajemen keuangan, pemasaran, produksi, serta pengembangan sumber daya manusia agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan (Faraiddin & Fathurrahman, 2023). Karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan pengelolaan usaha karena berkaitan dengan kemampuan inovasi, pengambilan risiko, dan respons terhadap peluang pasar (Suhartini, 2021). Nilai religiusitas juga dapat memengaruhi etika bisnis dan komitmen pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi secara jujur dan bertanggung jawab (Wibowo & Sujono, 2021). Dengan pengelolaan bisnis yang terstruktur, profesional, dan berlandaskan nilai moral yang kuat, UMKM dapat meningkatkan kinerja usaha sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap perekonomian nasional.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain analisis yang menekankan pada pengolahan data berbentuk angka untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh faktor margin keuntungan dan religiusitas terhadap pembiayaan UMKM melalui proses pengumpulan, pengolahan, serta analisis data secara statistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer, yaitu informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM yang menjadi nasabah di BSI KCP Bogor Citeureup 3. Penelitian dilaksanakan di BSI KCP Bogor Citeureup 3 dengan rentang waktu pengumpulan data dimulai setelah seminar proposal, yakni pada bulan Oktober 2024 hingga November 2024, yang mencakup tahapan penyusunan proposal, seminar, revisi, penyebaran kuesioner, pengolahan dan analisis data, hingga pelaksanaan seminar skripsi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di sekitar wilayah BSI KCP Bogor Citeureup 3, sedangkan sampel ditentukan sebanyak 150 responden berdasarkan ketentuan analisis SEM-PLS yang mensyaratkan jumlah sampel minimal lima sampai sepuluh kali jumlah indikator penelitian, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelaku UMKM yang pernah atau sedang mengakses pembiayaan mikro di BSI tersebut.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel endogen dan variabel eksogen yang saling berhubungan secara konseptual. Variabel endogen atau

variabel dependen dalam penelitian ini adalah pembiayaan UMKM (Y), yang diukur melalui dimensi modal, proses produksi, pendapatan, dan sumber daya manusia, dengan indikator seperti pendanaan modal usaha, peningkatan kapasitas produksi, pertumbuhan omzet penjualan, peningkatan keuntungan, serta penambahan jumlah tenaga kerja. Sementara itu, variabel eksogen atau variabel independen terdiri atas margin keuntungan (X1) dan religiusitas (X2). Margin keuntungan dioperasionalkan melalui dimensi target, kualitas, dan pengetahuan, yang mencakup indikator penetapan target keuntungan, kesepakatan margin secara syariah, kualitas produk, pengelolaan biaya operasional, serta manajemen keuangan. Adapun religiusitas diukur melalui dimensi ideologi atau keyakinan, pengamalan, dan pengetahuan agama, yang tercermin dalam indikator kepercayaan kepada Tuhan, kejujuran, etika dalam berusaha, kesadaran moral dalam relasi bisnis, serta pemahaman dan pengamalan prinsip syariat. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk menangkap sikap, persepsi, dan pengalaman responden secara sistematis dan terstruktur.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei dengan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* guna mempermudah distribusi dan pengolahan jawaban responden, serta didukung oleh metode dokumentasi untuk melengkapi informasi terkait pembiayaan mikro dan data pendukung selama kegiatan magang di BSI KCP Bogor Citeureup 3. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0. Tahapan analisis dimulai dari uji statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model pengukuran melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta uji reliabilitas menggunakan nilai *loading factor*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *composite reliability*, dan *Cronbach's alpha*. Setelah model pengukuran dinyatakan layak, analisis berlanjut pada model struktural yang mencakup pengujian koefisien determinasi (R-Square), uji hipotesis melalui uji T secara parsial dan uji F secara simultan, serta proses *bootstrapping* untuk meningkatkan akurasi estimasi. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan hubungan fungsional antara variabel independen dan variabel dependen dalam bentuk Y

= $a + bX$, di mana pembiayaan UMKM dipengaruhi oleh faktor margin keuntungan dan faktor religiusitas sebagai determinan utama dalam model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil integrasi tiga bank syariah milik BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang resmi bergabung pada 1 Februari 2021 sebagai langkah strategis memperkuat industri keuangan syariah nasional serta meningkatkan daya saing global perbankan syariah Indonesia. Penggabungan tersebut menyatukan kekuatan permodalan, jaringan kantor, inovasi produk, serta dukungan teknologi sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan kapasitas pembiayaan yang lebih besar khususnya bagi sektor produktif seperti UMKM. Sebagai bank syariah nasional, BSI mengusung visi menjadi Top 10 Global Islamic Bank dengan misi memberikan akses solusi keuangan syariah, menciptakan nilai terbaik bagi pemegang saham, serta menjadi tempat berkarya bagi talenta unggul Indonesia, yang seluruhnya dijalankan berdasarkan nilai-nilai perusahaan yaitu Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif. Identitas korporasi BSI tercermin dalam logo berwarna hijau dengan simbol bintang bersudut lima yang melambangkan lima sila Pancasila dan lima rukun Islam sebagai representasi integrasi nilai kebangsaan dan keislaman. Salah satu jaringan operasionalnya adalah BSI KCP Bogor Citeureup 3 yang berlokasi di Jl. Jend. Mayor Oking Jaya Atmaja, Ruko Serena No. 158 Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat, dan menyediakan berbagai produk seperti tabungan (BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Easy Mudharabah, dan BSI Tabungan Easy Wadiah), tabungan haji dan umrah, pembiayaan KUR Mikro dan KUR Kecil, pembiayaan konsumtif, deposito rupiah, giro rupiah dan valas, serta layanan digital melalui BSI Mobile untuk mendukung kemudahan transaksi nasabah.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif penelitian terhadap 166 responden nasabah pembiayaan mikro di BSI KCP Bogor Citeureup 3, jumlah tersebut telah melampaui target minimal sampel yang ditetapkan sehingga meningkatkan validitas data penelitian. Karakteristik responden menunjukkan bahwa perempuan sedikit lebih dominan dibandingkan laki-laki, yang menandakan peran aktif perempuan dalam pengelolaan UMKM dan pemanfaatan pembiayaan syariah. Dari sisi usia, mayoritas responden berada

pada rentang 36–50 tahun yang termasuk usia produktif dengan tingkat pengalaman usaha yang cukup matang, sedangkan berdasarkan pendidikan terakhir sebagian besar merupakan lulusan SMA yang menggambarkan kebutuhan peningkatan literasi keuangan secara berkelanjutan. Ditinjau dari ukuran usaha, kategori usaha mikro mendominasi dibandingkan usaha kecil dan menengah, sementara lama menjalankan usaha mayoritas berada pada rentang 1–3 tahun yang menunjukkan fase pertumbuhan awal hingga berkembang. Lama menjadi nasabah pembiayaan juga didominasi oleh rentang 1–3 tahun yang mencerminkan tingkat kepercayaan dan retensi nasabah yang cukup baik terhadap layanan pembiayaan syariah. Gambaran umum dan data deskriptif ini menunjukkan bahwa BSI KCP Bogor Citeureup 3 berperan aktif dalam mendukung pengembangan UMKM melalui layanan pembiayaan syariah yang inklusif, modern, dan selaras dengan kebutuhan pelaku usaha di wilayah Kabupaten Bogor.

Tabel 1. Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loading)

Variabel	Indikator	Outer Loading
Faktor Margin Keuntungan (X1)	X1.Q1	0,793
	X1.Q2	0,827
	X1.Q3	0,768
	X1.Q4	0,836
	X1.Q5	0,736
Faktor Religiusitas (X2)	X2.Q1	0,831
	X2.Q2	0,818
	X2.Q3	0,842
	X2.Q4	0,837
	X2.Q5	0,798
Pembiayaan UMKM (Y)	Y1	0,841
	Y2	0,834
	Y3	0,753
	Y4	0,867
	Y5	0,876

Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator pada variabel Faktor Margin Keuntungan, Faktor Religiusitas, dan Pembiayaan UMKM memiliki nilai outer loading di atas 0,70 sehingga memenuhi kriteria convergent validity dalam analisis SEM-PLS, yang berarti setiap indikator mampu merefleksikan konstruk laten yang diukur secara kuat dan konsisten. Indikator pada variabel religiusitas dan pembiayaan UMKM bahkan menunjukkan nilai yang relatif tinggi dan stabil di atas 0,80 yang menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variabel yang diteliti. Dengan demikian, seluruh item pernyataan layak dipertahankan dalam model karena telah memenuhi syarat validitas konvergen dan mampu menjelaskan hubungan antara konstruk secara akurat.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Item Indikator

Kode	Keterangan	Status
X1.Q1 – X1.Q5	Margin Keuntungan	Valid
X2.Q1 – X2.Q5	Religiusitas	Valid
Y1 – Y5	Pembiayaan UMKM	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item indikator pada masing-masing variabel dinyatakan valid karena telah memenuhi standar pengujian validitas dalam model pengukuran, yang menunjukkan bahwa setiap pernyataan mampu mengukur konsep yang dimaksud secara tepat dan relevan. Validitas ini memperlihatkan bahwa persepsi responden terhadap margin keuntungan, tingkat religiusitas, serta dampak pembiayaan UMKM benar-benar mencerminkan kondisi empiris yang terjadi di lapangan, sehingga instrumen penelitian memiliki kualitas pengukuran yang baik dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan tanpa perlu eliminasi indikator.

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)

Indikator	Margin Keuntungan (X1)	Religiusitas (X2)	Pembiayaan UMKM (Y)
X1.Q1	0,793	0,512	0,548
X1.Q2	0,827	0,536	0,571
X1.Q3	0,768	0,498	0,523
X1.Q4	0,836	0,544	0,589
X1.Q5	0,736	0,471	0,502

X2.Q1	0,553	0,831	0,694
X2.Q2	0,529	0,818	0,676
X2.Q3	0,561	0,842	0,721
X2.Q4	0,547	0,837	0,708
X2.Q5	0,518	0,798	0,663
Y1	0,576	0,715	0,841
Y2	0,589	0,702	0,834
Y3	0,523	0,648	0,753
Y4	0,612	0,739	0,867
Y5	0,624	0,751	0,876

Berdasarkan hasil cross loading pada Tabel 3, setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang dibentuknya dibandingkan dengan konstruk lainnya sehingga memenuhi kriteria discriminant validity, yang berarti masing-masing variabel laten memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih secara konseptual maupun statistik. Kondisi ini menunjukkan bahwa indikator margin keuntungan lebih kuat menjelaskan variabel margin keuntungan dibandingkan religiusitas atau pembiayaan UMKM, demikian pula sebaliknya, sehingga model penelitian mampu membedakan secara jelas antar konstruk yang diteliti dan meningkatkan ketepatan interpretasi hubungan struktural antar variabel.

Tabel 4. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	$\sqrt{\text{AVE}}$	Keterangan
X1	0,628	0,792	Baik
X2	0,681	0,825	Baik
Y	0,694	0,833	Baik

Nilai AVE pada Tabel 4 menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,50 yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten masing-masing sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan yang baik. Nilai akar kuadrat AVE yang lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk semakin memperkuat bahwa setiap variabel memiliki kemampuan yang memadai dalam menjelaskan indikatornya

sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga model pengukuran dinyatakan kuat dan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis struktural.

Tabel 5. Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	rho_a	rho_c
X1	0,856	0,894
X2	0,885	0,914
Y	0,892	0,919

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai composite reliability di atas 0,70 yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam masing-masing konstruk mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten. Tingginya nilai reliabilitas ini menandakan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dalam mengukur persepsi responden terkait margin keuntungan, religiusitas, dan pembiayaan UMKM tanpa adanya inkonsistensi antar item.

Tabel 6. Hasil Uji Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
X1	0,852
X2	0,883
Y	0,889

Nilai Cronbach's Alpha pada Tabel 6 seluruhnya berada di atas 0,70 sehingga memperkuat hasil uji composite reliability bahwa variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, yang berarti setiap item dalam konstruk memiliki korelasi yang baik satu sama lain dan mampu mengukur konsep yang sama secara konsisten. Dengan demikian, model pengukuran dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam pengujian model struktural.

Tabel 7. Hasil Uji F-Square (Effect Size)

Variabel	Pembiayaan UMKM (Y)
Faktor Margin Keuntungan (X1)	0,227
Faktor Religiusitas (X2)	0,720

Hasil effect size menunjukkan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembiayaan UMKM dibandingkan margin keuntungan yang berada pada kategori lemah hingga moderat, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas merupakan determinan utama dalam model ini. Nilai ini mengindikasikan bahwa kontribusi religiusitas dalam menjelaskan variasi pembiayaan UMKM jauh lebih besar dibandingkan margin keuntungan, sehingga aspek nilai dan keyakinan menjadi faktor dominan dalam keputusan pembiayaan.

Tabel 8. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Pembiayaan UMKM (Y)	0,865	0,864

Nilai R-Square sebesar 0,865 menunjukkan bahwa 86,5% variasi pembiayaan UMKM dapat dijelaskan oleh faktor margin keuntungan dan religiusitas secara bersama-sama, sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, sehingga model ini termasuk dalam kategori kuat dan memiliki daya jelaskan yang tinggi dalam menerangkan fenomena yang diteliti.

Tabel 9. Hasil Uji Goodness of Fit

Indeks	Nilai
SRMR	0,055
d_ ULS	0,365
d_ G	0,306
Chi-Square	255,009
NFI	0,865

Nilai SRMR yang berada di bawah 0,08 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik antara data empiris dan model teoritis, sementara nilai NFI

mendekati 1 menunjukkan tingkat kecocokan model yang tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural yang dibangun telah memenuhi kriteria goodness of fit dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 10. Hasil Uji Path Coefficient (Uji T)

Hubungan	Koefisien	T-Statistik	P-Value
X1 → Y	0,227	2,747	0,006
X2 → Y	0,720	9,179	0,000

Hasil uji path coefficient menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan UMKM karena memiliki nilai t-statistik di atas 1,96 dan p-value di bawah 0,05, dengan pengaruh terbesar berasal dari religiusitas yang memiliki koefisien 0,720 sehingga menjadi variabel paling dominan dalam meningkatkan pembiayaan UMKM.

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

F-Hitung	F-Tabel	Keterangan
517,76	3,05	Signifikan

Nilai F-Hitung yang jauh lebih besar dibandingkan F-Tabel menunjukkan bahwa margin keuntungan dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan UMKM, sehingga model regresi yang dibangun memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan hubungan antar variabel secara keseluruhan dan membuktikan bahwa kombinasi faktor ekonomi dan faktor religius menjadi penentu utama dalam keputusan pembiayaan UMKM.

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 0,227X1 + 0,720X2$ yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan religiusitas akan meningkatkan pembiayaan UMKM sebesar 0,720 dan setiap peningkatan satu satuan margin keuntungan akan meningkatkan pembiayaan sebesar 0,227, sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan margin keuntungan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Faktor Religiusitas terhadap Pembiayaan UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan UMKM pada BSI KCP Bogor Citeureup 3, yang tercermin dari nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,720 sehingga mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara tingkat religiusitas pelaku UMKM dengan keputusan mereka dalam mengajukan pembiayaan berbasis syariah. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam dimensi religiusitas, baik dari aspek keyakinan (aqidah), praktik ibadah (syariah), maupun perilaku moral (akhlak), akan mendorong peningkatan kecenderungan pelaku usaha untuk memilih pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam religiusitas tidak hanya dipahami sebagai tingkat ketaatan individu terhadap ajaran agama, tetapi juga sebagai kerangka nilai yang membentuk preferensi ekonomi, sikap terhadap riba, serta orientasi keberkahan dalam menjalankan usaha. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih sumber pendanaan dan menghindari lembaga keuangan konvensional yang menerapkan sistem bunga, sehingga pembiayaan syariah menjadi alternatif yang dianggap lebih aman secara spiritual dan lebih menenangkan secara psikologis.

Nilai t-statistik sebesar 9,179 yang jauh melebihi batas kritis 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas terhadap pembiayaan UMKM signifikan secara statistik dan bukan terjadi secara kebetulan. Tingginya nilai t-statistik tersebut memperkuat argumentasi bahwa variabel religiusitas memiliki daya jelaskan yang sangat kuat dalam model penelitian ini. Nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menegaskan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_2) diterima, sehingga dapat disimpulkan secara empiris bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengajuan pembiayaan UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas pelaku usaha, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan pembiayaan mikro syariah. Dalam praktiknya, pelaku UMKM yang religius memandang transaksi keuangan sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan ibadah, sehingga aspek kehalalan, keadilan, dan transparansi menjadi pertimbangan utama sebelum mengambil keputusan pembiayaan.

Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior) yang menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol memengaruhi niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan ekonomi. Religiusitas berperan sebagai norma internal yang membentuk sikap positif terhadap lembaga keuangan syariah, sekaligus memperkuat niat untuk bertransaksi sesuai prinsip Islam. Dalam perbankan syariah, prinsip larangan riba, gharar, dan maisir menjadi landasan utama yang membedakan sistem syariah dengan sistem konvensional. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman agama yang baik akan lebih percaya bahwa pembiayaan berbasis akad seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah memberikan keadilan serta keberkahan dalam usaha mereka. Kepercayaan ini pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap bank syariah dan mendorong peningkatan jumlah pengajuan pembiayaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Yasemin (2014) yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pertimbangan religius bukan hanya faktor tambahan, melainkan faktor utama yang memengaruhi preferensi finansial. Dalam lokal Kabupaten Bogor, karakteristik masyarakat yang religius turut memperkuat relevansi temuan ini, karena nilai-nilai Islam telah menjadi bagian dari budaya sosial dan praktik ekonomi sehari-hari. Dengan demikian, keberadaan bank syariah tidak hanya dipandang sebagai institusi keuangan, tetapi juga sebagai mitra usaha yang selaras dengan nilai spiritual masyarakat.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya strategi pemasaran berbasis nilai (value-based marketing) yang menekankan edukasi syariah, transparansi akad, serta sosialisasi mengenai keunggulan sistem bagi hasil dibandingkan sistem bunga. Bank syariah perlu meningkatkan literasi keuangan syariah melalui seminar, pendampingan UMKM, dan penyuluhan mengenai akad pembiayaan agar pemahaman religiusitas yang dimiliki pelaku usaha dapat terintegrasi dengan keputusan finansial yang rasional. Dengan pendekatan tersebut, religiusitas tidak hanya menjadi faktor pendorong internal, tetapi juga menjadi kekuatan strategis dalam memperluas akses pembiayaan UMKM. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa religiusitas merupakan determinan utama dalam meningkatkan pembiayaan UMKM di BSI KCP Bogor Citeureup 3, karena mampu

menghubungkan aspek spiritual dan ekonomi dalam satu keputusan bisnis yang berkelanjutan.

2. Pengaruh Faktor Margin Keuntungan terhadap Pembiayaan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor margin keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan UMKM pada BSI KCP Bogor Citeureup 3 dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,227, yang mengindikasikan bahwa margin keuntungan memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pengajuan pembiayaan meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan religiusitas. Margin keuntungan dalam pembiayaan syariah merujuk pada selisih harga jual dengan harga pokok dalam akad murabahah atau bentuk imbal hasil lain yang disepakati dalam akad pembiayaan. Bagi pelaku UMKM, margin menjadi salah satu pertimbangan rasional karena berkaitan langsung dengan beban cicilan, arus kas usaha, serta kemampuan menjaga stabilitas keuangan. Semakin kompetitif dan transparan margin yang ditawarkan, semakin besar pula minat pelaku usaha untuk memanfaatkan fasilitas pembiayaan.

Nilai t-statistik sebesar 2,747 yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh margin keuntungan signifikan secara statistik, sementara nilai p-value sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05 memperkuat bahwa hipotesis alternatif (H1) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa pertimbangan ekonomi tetap menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembiayaan, meskipun dalam bank syariah aspek religius memiliki peran dominan. Pelaku UMKM umumnya melakukan analisis sederhana mengenai kemampuan membayar cicilan sebelum mengajukan pembiayaan, sehingga besaran margin yang wajar dan sesuai dengan kapasitas usaha menjadi faktor yang menentukan. Margin yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan minat pembiayaan karena meningkatkan risiko gagal bayar, sedangkan margin yang kompetitif dapat meningkatkan kepercayaan dan memperluas akses pembiayaan.

Secara konseptual, margin keuntungan dapat dikaitkan dengan teori perilaku konsumen yang menempatkan harga sebagai salah satu variabel utama dalam keputusan pembelian atau penggunaan jasa. Dalam pembiayaan syariah, margin dipersepsikan sebagai “harga” atas layanan pembiayaan yang diterima. Oleh karena itu, transparansi dalam penetapan margin menjadi aspek penting untuk menjaga kepercayaan nasabah. Bank syariah yang mampu menjelaskan struktur margin secara jelas dan terbuka akan

memperoleh persepsi positif dari pelaku UMKM. Fleksibilitas tenor serta skema pembayaran yang disesuaikan dengan siklus usaha juga dapat meningkatkan daya tarik pembiayaan mikro syariah.

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa aspek biaya pembiayaan menjadi salah satu determinan utama dalam keputusan UMKM memilih lembaga keuangan. Margin yang dianggap adil dan sesuai prinsip syariah tidak hanya dipandang dari besarnya, tetapi juga dari mekanisme penetapannya yang bebas dari unsur riba. Dengan demikian, margin keuntungan dalam bank syariah memiliki dimensi ganda, yaitu sebagai pertimbangan rasional ekonomi dan sebagai bagian dari akad yang harus memenuhi prinsip keadilan. Oleh karena itu, meskipun pengaruh margin lebih kecil dibandingkan religiusitas, variabel ini tetap memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong peningkatan pembiayaan UMKM.

3. Pengaruh Faktor Margin Keuntungan dan Faktor Religiusitas terhadap Pembiayaan UMKM

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 517,76 yang lebih besar dari F tabel 3,05 sehingga menunjukkan bahwa faktor margin keuntungan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan UMKM pada BSI KCP Bogor Citeureup 3. Hasil ini menegaskan bahwa keputusan pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan tidak hanya didasarkan pada satu pertimbangan tunggal, melainkan merupakan kombinasi antara pertimbangan rasional ekonomi dan pertimbangan nilai spiritual. Margin keuntungan merepresentasikan aspek rasional yang berkaitan dengan perhitungan biaya dan kemampuan bayar, sedangkan religiusitas mencerminkan aspek normatif yang berhubungan dengan keyakinan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Dominannya pengaruh religiusitas dibandingkan margin menunjukkan bahwa dalam bank syariah, nilai keagamaan memiliki posisi sentral dalam membentuk preferensi nasabah. Pelaku UMKM yang religius tidak hanya mempertimbangkan besaran margin, tetapi juga memastikan bahwa akad yang digunakan sesuai dengan syariat dan terbebas dari unsur riba. Namun demikian, keberadaan margin yang kompetitif tetap menjadi pelengkap yang memperkuat keputusan tersebut. Kombinasi keduanya menciptakan sinergi antara aspek moral dan aspek ekonomi, sehingga

pembiayaan syariah dipandang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga membawa ketenangan batin dan keberkahan usaha.

Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bahwa strategi pengembangan pembiayaan UMKM perlu mengintegrasikan pendekatan edukatif dan pendekatan ekonomis secara bersamaan. Bank syariah perlu menjaga keseimbangan antara penetapan margin yang kompetitif dan peningkatan literasi syariah di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, peningkatan pembiayaan tidak hanya didorong oleh faktor harga, tetapi juga oleh kesadaran nilai yang tertanam kuat dalam diri nasabah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pembiayaan UMKM di BSI KCP Bogor Citeureup 3 ditentukan oleh interaksi harmonis antara faktor margin keuntungan dan religiusitas, dengan religiusitas sebagai faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembiayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor margin keuntungan dan religiusitas memiliki peran penting dalam memengaruhi pembiayaan UMKM pada nasabah mikro syariah di BSI KCP Bogor Citeureup 3, di mana variabel margin keuntungan (X_1) terbukti berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan UMKM (Y) dengan nilai T-Statistic sebesar 2.747 yang lebih besar dari 1.96 serta nilai P-Value sebesar 0.006 yang berada di bawah tingkat signifikansi, sehingga menunjukkan bahwa penetapan margin yang kompetitif, transparan, dan sesuai prinsip syariah mampu meningkatkan minat serta akses pembiayaan pelaku usaha mikro, sedangkan variabel religiusitas (X_2) menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dengan nilai T-Statistic sebesar 9.179 dan P-Value sebesar 0.000, yang mengindikasikan bahwa tingkat keyakinan, pemahaman, dan pengamalan nilai-nilai agama oleh nasabah turut memperkuat keputusan dalam memilih serta memanfaatkan pembiayaan berbasis syariah, dan secara simultan kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan (Y), yang berarti kombinasi antara aspek rasional berupa pertimbangan margin keuntungan dan aspek spiritual berupa religiusitas secara bersama-sama mampu meningkatkan keputusan pembiayaan UMKM, sehingga mempertegas bahwa faktor ekonomi dan nilai keagamaan menjadi determinan utama dalam pengembangan pembiayaan mikro syariah di lembaga tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *14*(1), 15–31.
- Chin, W. W. (2014). The partial least squares approach to structural equation modeling.
- Faraidin, N. N., & Fathurrahman, M. (2023). Pengukuran tingkat keuntungan dan faktor yang mempengaruhinya pada UMKM Donatawa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 233–239. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.484>
- Ghozali, I. (2015). *Partial least square: Konsep dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Hendrayadi, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Mixed methode research. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 2402–2410. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/21905/15436>
- Indah Mustikowati, R., Wilujeng, S., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P. (2016). Religiusitas dan kewirausahaan: Faktor kritis dalam mencapai kinerja bisnis pada UKM di Kabupaten Malang. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 102–113.
- Lahallo, F., & Warella, S. Y. (2020). Pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai solusi dalam meningkatkan perkembangan usaha (studi kasus pada UMKM Distrik Aimas Kabupaten Sorong). *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 17–30. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v13i2.228>
- Lara. (2022). Analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats) terhadap produk pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) mikro pada Bank Syariah Indonesia (BSI) tahun 2021.
- Morgan, G. A., & Harmon, R. J. (2001). Data collection techniques. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 40(8), 973–976. <https://doi.org/10.1097/00004583-200108000-00020>
- Rahayu, R. (2021). Peranan pembiayaan BSI KUR mikro dalam meningkatkan pendapatan nasabah.

- Simms, L. J., Zelazny, K., Williams, T. F., & Bernstein, L. (2019). Does the number of response options matter? Psychometric perspectives using personality questionnaire data. *Psychological Assessment*, 31(4), 557–566. <https://doi.org/10.1037/pas0000648>
- Sri Utami, R., & Sasmita, M. (2022). Strategi UMKM dalam menghadapi pasar di masa pandemi COVID-19 (UMKM dalam bidang kuliner di wilayah Kecamatan Tanjung Morawa). *Jurnal Widya*, 3(1), 81–94. <https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/awl>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartini, Y. (2021). Pengaruh karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada warung kelontong di Kasihan Bantul Yogyakarta. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–9.
- Syaifuddin, D. (2019). Sejarah perkembangan perbankan syariah di Indonesia.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *6115*, 342–351.
- Ulpah, M. (2020). Konsep dalam pembiayaan perbankan syariah. *Jurnal Madani Syari'ah*, 3(2), 147–160.
- Wibowo, F. W., & Sujono, R. I. (2021). Pengaruh religiusitas terhadap wirausaha muslim muda (studi kasus pondok pesantren di Yogyakarta). *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 138. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.867>
- Wulandari, A. S., & Setiyowati, A. (2022). Implementasi pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) mikro syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(2), 140–146.
- Yolanda, C. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Manajemen Bisnis*, 2(3), 170–186.