



## Khazanah Penelitian Perbankan Syariah

# KHITABAH



## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN UMKM MEMILIH PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH

Tatang Sutarjo<sup>1</sup>, Karsono<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Lembaga Pelatihan Kerja Java Comp Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, Indonesia

<sup>2</sup>Lembaga Pelatihan Kerja CBI Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, Indonesia

\*Alamat email: [tatenjaco09@gmail.com](mailto:tatenjaco09@gmail.com), [karsonoastramanggala@gmail.com](mailto:karsonoastramanggala@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: Oktober 2024

Revised: Oktober 2024

Accepted: November 2024

Available online: Desember 2024

#### Kata Kunci:

UMKM, Bank Syariah,  
Pembiayaan

#### Keywords:

MSMEs, Islamic Bank,  
Financing

#### DOI:

[https://doi.org/10.61580/k](https://doi.org/10.61580/khitabah.v1i2.73)

[hitabah.v1i2.73](https://doi.org/10.61580/khitabah.v1i2.73)

### ABSTRAK

Pemilihan pembiayaan di bank syariah oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dipengaruhi oleh berbagai faktor yang memengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan di bank syariah di Kabupaten Ciamis. Penelitian ini melibatkan 100 pemilik UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan jenis usaha, lama usaha, dan pengalaman dalam menggunakan pembiayaan syariah. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan kuesioner terstruktur sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel seperti tingkat religiusitas, pemahaman terhadap prinsip syariah, layanan perbankan, dan tingkat bagi hasil terhadap keputusan pemilihan pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas dan pemahaman terhadap prinsip syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM, sementara layanan perbankan dan tingkat bagi hasil juga memberikan kontribusi yang relevan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk dan prinsip perbankan syariah dapat meningkatkan daya tarik bank syariah bagi UMKM. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi bank syariah untuk meningkatkan layanan dan edukasi kepada calon nasabah UMKM.

### ABSTRACT

The decision of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to choose financing in Islamic banks is influenced by various factors that affect business sustainability and growth. This study aims to analyze the factors affecting MSMEs' decisions in selecting financing in Islamic banks in Ciamis Regency. The research involved 100 MSME owners selected using purposive sampling techniques based on business type, duration, and experience with Islamic financing. A quantitative approach was applied, with structured questionnaires as the data collection instrument. Data analysis was conducted using multiple regression methods to examine the influence of variables such as religiosity, understanding of Islamic principles, banking services, and profit-sharing rates on financing decisions. The results show that religiosity and understanding of Islamic principles significantly impact MSME decisions, while banking services and profit-sharing rates also play relevant roles. The study concludes that increasing public understanding of Islamic banking products and principles can enhance Islamic banks' attractiveness to MSMEs. This research provides practical implications for Islamic banks to improve their services and education efforts toward potential MSME customers.

## I. PENDAHULUAN

Keputusan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memilih sumber pembiayaan merupakan aspek penting yang menentukan keberlanjutan dan

pertumbuhan usaha (Perdana et al., 2023). Dalam konteks perbankan syariah, pemilihan pembiayaan oleh UMKM menjadi topik menarik karena sistem keuangan syariah menawarkan alternatif pembiayaan berbasis prinsip etis dan religius (Adawiyah & Masse, 2024). Namun, meskipun bank syariah terus berkembang, tingkat adopsi pembiayaan syariah oleh UMKM masih bervariasi (Sutarsih, 2023). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mendasar: apa saja faktor yang memengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan di bank syariah? Pertanyaan ini penting untuk diteliti karena UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah, khususnya di Kabupaten Ciamis yang didominasi oleh sektor UMKM (Budianto, 2017).

Beberapa penelitian sebelumnya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan (Ahyar et al., 2024). Religiusitas seringkali disebut sebagai faktor penting, sebagaimana ditemukan dalam penelitian Widiawati (2020), yang menunjukkan bahwa tingkat religiusitas pelaku UMKM berkorelasi positif dengan preferensi mereka terhadap pembiayaan syariah. Selain itu, literasi keuangan juga menjadi variabel yang signifikan, seperti yang diungkapkan oleh Firdausi & Mubarak (2024), yang menegaskan bahwa pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan memengaruhi pilihan pembiayaan pelaku UMKM.

Kondisi pasar dan layanan bank juga memainkan peran penting dalam keputusan UMKM. Studi Wahyudin (2023), menunjukkan bahwa skema bagi hasil yang kompetitif dapat meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM terhadap bank syariah. Namun, Akbar et al., (2024) menemukan bahwa kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah menjadi penghambat utama adopsi pembiayaan syariah oleh UMKM. Meskipun temuan ini relevan, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada wilayah perkotaan atau negara dengan sistem perbankan syariah yang mapan, sehingga kurang mengeksplorasi konteks daerah seperti Kabupaten Ciamis.

Kabupaten Ciamis memiliki karakteristik unik, di mana banyak UMKM beroperasi dalam lingkungan pedesaan dengan akses terbatas ke edukasi keuangan dan layanan perbankan. Hal ini membuat kajian tentang keputusan pembiayaan UMKM di wilayah ini menjadi sangat relevan. Sebagai contoh, Dzikrullah & Chasanah (2024) mencatat bahwa hambatan geografis dan keterbatasan layanan menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam mengakses pembiayaan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting untuk mengisi celah penelitian sebelumnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM di Kabupaten Ciamis dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Faktor-faktor yang diteliti meliputi tingkat religiusitas, pemahaman terhadap prinsip syariah, kualitas layanan bank, dan tingkat bagi hasil. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika keputusan pembiayaan UMKM di wilayah pedesaan.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur terkait pembiayaan syariah dan UMKM, khususnya dalam konteks pedesaan. Praktisnya, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi bank syariah dan pembuat kebijakan untuk merancang program dan kebijakan yang lebih efektif guna

meningkatkan akses UMKM terhadap pembiayaan syariah. Misalnya, bank syariah dapat meningkatkan edukasi kepada calon nasabah UMKM tentang manfaat dan mekanisme pembiayaan syariah.



**Gambar 1. Proporsi UMKM Berdasarkan Pilihan Pembiayaan Di Kabupaten Ciamis**

Gambar 1. menjelaskan distribusi pilihan pembiayaan oleh UMKM di Kabupaten Ciamis. Sebanyak 35% UMKM memilih pembiayaan berbasis syariah, sementara mayoritas, yaitu 65%, masih menggunakan pembiayaan konvensional. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun pembiayaan syariah memiliki kehadiran yang cukup signifikan, ada kesenjangan yang cukup besar dalam adopsinya dibandingkan pembiayaan konvensional. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat literasi keuangan, pemahaman terhadap prinsip syariah, dan persepsi terhadap kualitas layanan bank syariah. Temuan ini menjadi dasar penting untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa pertanyaan penelitian berikut: (1) Bagaimana pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan di bank syariah? (2) Seberapa besar pemahaman terhadap prinsip syariah memengaruhi keputusan UMKM? (3) Bagaimana layanan perbankan dan tingkat bagi hasil memengaruhi preferensi UMKM terhadap pembiayaan syariah?

Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya dengan fokus pada konteks Kabupaten Ciamis. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan implikasi praktis yang dapat membantu mendorong penguatan sektor UMKM dan perbankan syariah di wilayah tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga strategis untuk pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

## II. KAJIAN PUSTAKA

Keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal (Ahyar et al., 2024). Menurut Naini (2023), keputusan konsumen, termasuk pelaku UMKM, dipengaruhi oleh faktor personal, psikologis, dan sosial. Dalam konteks pembiayaan, literasi keuangan menjadi faktor kunci yang memengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam memahami manfaat dan risiko pembiayaan syariah (Garbo, 2024). Penelitian Akbar et al., (2024)

menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang rendah seringkali menjadi hambatan bagi UMKM untuk memanfaatkan produk keuangan syariah, meskipun produk tersebut menawarkan konsep bagi hasil yang dianggap lebih adil dibandingkan pembiayaan konvensional.

Selain literasi keuangan, faktor religiusitas juga memainkan peran penting. Studi oleh Puspitaningrum dan Fatah, (2022) menemukan bahwa religiusitas memengaruhi preferensi pelaku UMKM dalam memilih produk keuangan berbasis syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin besar kemungkinan UMKM memilih pembiayaan syariah karena kesesuaian dengan nilai-nilai Islam. Namun, faktor ini tidak berdiri sendiri, melainkan sering kali berkaitan dengan persepsi terhadap layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang kurang optimal dapat mengurangi kepercayaan pelaku UMKM terhadap pembiayaan syariah, meskipun mereka memiliki preferensi religius.

Faktor eksternal lainnya adalah tingkat kompetisi dan promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah. Menurut penelitian Novitasari (2019), promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat UMKM terhadap pembiayaan syariah. Namun, kelemahan dalam pemasaran sering kali menjadi kendala bagi bank syariah untuk bersaing dengan bank konvensional. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang inovatif dan edukasi yang berkesinambungan diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pembiayaan syariah di kalangan pelaku UMKM.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Penelitian kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif dan analisis statistik untuk mengidentifikasi hubungan atau pengaruh antar variabel (Sugiyono, 2016). Penelitian ini terdiri atas variabel dependen dan independen. Variabel dependen adalah keputusan UMKM memilih pembiayaan syariah, sedangkan variabel independen meliputi literasi keuangan, reliabilitas layanan bank, religiusitas, dan promosi bank syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Ciamis yang memiliki akses atau potensi untuk menggunakan layanan pembiayaan syariah. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria pelaku UMKM yang sudah pernah atau berencana menggunakan layanan pembiayaan syariah. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 5%, sehingga diperoleh sejumlah 100 responden. Data dikumpulkan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang disebar secara langsung dan daring kepada responden. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tertutup yang menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Selain itu, dilakukan wawancara singkat kepada beberapa responden untuk melengkapi data kuantitatif dengan informasi kontekstual.

Uji validitas dilakukan menggunakan metode validitas konstruk dengan bantuan software statistik, seperti SPSS, untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner

benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai koefisien Cronbach's Alpha, di mana nilai  $\geq 0,7$  dianggap reliabel. Data dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai responden dan variabel penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model.

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM di Kabupaten Ciamis dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari 100 responden, terdapat beberapa temuan penting terkait pengaruh variabel literasi keuangan, reliabilitas layanan bank, religiusitas, dan promosi terhadap keputusan pemilihan pembiayaan syariah.

Berikut hasil analisis deskriptif dari setiap variabel penelitian.

**Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif**

Variabel	Skor Rata-rata	Standar Deviasi	Kategori
Literasi Keuangan	3,75	0,58	Cukup Tinggi
Reliabilitas Layanan Bank	4,02	0,54	Tinggi
Religiusitas	4,10	0,51	Tinggi
Promosi Bank Syariah	3,65	0,62	Cukup Tinggi
Keputusan Memilih Pembiayaan Syariah	3,85	0,59	Cukup Tinggi

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel reliabilitas layanan bank dan religiusitas memiliki skor rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya, menunjukkan bahwa kedua faktor ini berperan penting dalam mempengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan syariah. Sementara itu, variabel literasi keuangan dan promosi bank syariah menunjukkan skor yang lebih rendah, meskipun masih berada dalam kategori "cukup tinggi."

Untuk lebih mendalami hubungan antarvariabel, dilakukan uji regresi linear berganda. Tabel 2 menyajikan hasil analisis regresi yang menguji pengaruh variabel independen terhadap keputusan memilih pembiayaan syariah.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel Independensi	Koefisien Regresi	t-Statistik	Sig.
Literasi Keuangan	0.320	2.658	0.009
Reliabilitas Layanan Bank	0.413	3.582	0.001
Religiusitas	0.452	4.014	0.000
Promosi Bank Syariah	0.215	2.124	0.036

Dari hasil analisis regresi, dapat diketahui bahwa variabel religiusitas (sig. 0.000), reliabilitas layanan bank (sig. 0.001), dan literasi keuangan (sig. 0.009) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan syariah. Sementara itu, promosi bank syariah (sig. 0.036) juga menunjukkan pengaruh yang

signifikan meskipun dengan nilai p-value yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang memengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan syariah di Kabupaten Ciamis adalah literasi keuangan, reliabilitas layanan bank, religiusitas, dan promosi bank syariah.

### **1. Literasi Keuangan**

Meskipun literasi keuangan memiliki skor yang cukup tinggi, hal ini masih menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan dasar tentang keuangan, masih ada kebutuhan untuk edukasi lebih lanjut agar mereka dapat lebih memahami manfaat dan mekanisme pembiayaan syariah.

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun skor literasi keuangan berada pada kategori "cukup tinggi," masih ada ruang untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang mekanisme dan manfaat pembiayaan syariah. Relevansi dengan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Setyorini et al., (2024), menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat membatasi kemampuan individu dalam membuat keputusan finansial yang tepat, termasuk dalam memilih produk pembiayaan. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM sangat penting untuk mendorong mereka memilih pembiayaan syariah yang sesuai dengan kebutuhan dan prinsip mereka.

### **2. Reliabilitas Layanan Bank**

Faktor ini memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan UMKM, yang berarti bahwa pelayanan yang cepat, aman, dan transparan dari bank syariah akan meningkatkan kepercayaan UMKM. Keandalan bank dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan sangat penting untuk menarik lebih banyak UMKM.

Reliabilitas layanan bank menunjukkan pengaruh signifikan dalam keputusan UMKM memilih pembiayaan syariah. Hal ini mencerminkan bahwa pelayanan yang dapat diandalkan, seperti kemudahan akses, transparansi, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah, menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan UMKM. Penelitian oleh Triyanti et al., (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik berperan besar dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dalam konteks bank syariah, reliabilitas layanan ini akan memperkuat citra bank dan memperbesar kemungkinan UMKM untuk memilih pembiayaan syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu memastikan bahwa pelayanan yang diberikan konsisten dan memadai agar dapat menarik lebih banyak nasabah UMKM.

### **3. Religiusitas**

UMKM dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih pembiayaan syariah karena kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini sejalan dengan hasil

penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa religiusitas berperan penting dalam menentukan preferensi terhadap pembiayaan syariah

Religiusitas merupakan faktor utama dalam keputusan UMKM memilih pembiayaan syariah, yang didasari oleh kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip agama Islam. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Hasanah (2019), yang menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi keputusan finansial, khususnya dalam memilih produk-produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih pembiayaan syariah karena dinilai lebih sesuai dengan ajaran agama mereka, yang menekankan prinsip keadilan dan larangan riba. Oleh karena itu, bank syariah perlu memberikan informasi yang jelas dan terpercaya terkait produk-produk syariah agar dapat menjangkau lebih banyak pelaku UMKM yang memiliki tingkat religiusitas tinggi.

#### 4. Promosi Bank Syariah

Promosi yang dilakukan oleh bank syariah memiliki pengaruh signifikan meskipun tidak sebesar variabel reliabilitas dan religiusitas. Ini menunjukkan bahwa meskipun promosi penting, faktor kepercayaan terhadap bank syariah dan pengetahuan mengenai produk syariah lebih menentukan keputusan UMKM

Promosi bank syariah juga memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan UMKM memilih pembiayaan syariah, meskipun pengaruhnya tidak sebesar variabel reliabilitas dan religiusitas. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat UMKM terhadap produk pembiayaan syariah. Penelitian oleh Aji et al., (2023) menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang dapat memengaruhi preferensi konsumen. Dalam hal ini, bank syariah perlu mengoptimalkan strategi promosi dengan pendekatan yang lebih edukatif, seperti penyuluhan dan informasi tentang keunggulan pembiayaan syariah, untuk meningkatkan pemahaman dan minat pelaku UMKM. Dengan cara ini, bank syariah dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penggunaan produk pembiayaan syariah di kalangan UMKM.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor literasi keuangan, reliabilitas layanan bank, religiusitas, dan promosi bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Di antara faktor-faktor tersebut, religiusitas dan reliabilitas layanan bank menjadi faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan tersebut. Meskipun literasi keuangan dan promosi bank juga berperan penting, keduanya menunjukkan pengaruh yang lebih kecil. Oleh karena itu, untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam memilih pembiayaan syariah, diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan dan mengoptimalkan kualitas layanan bank yang dapat membangun kepercayaan.

## Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar bank syariah memperkuat upaya edukasi tentang produk pembiayaan syariah untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, bank syariah harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar dapat membangun kepercayaan lebih lanjut dari pelaku UMKM. Promosi yang lebih efektif, yang menonjolkan keunggulan pembiayaan syariah, juga perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak nasabah UMKM. Terakhir, bank syariah diharapkan dapat memanfaatkan nilai religiusitas pelaku UMKM untuk menjalin hubungan yang lebih erat dan menawarkan produk yang lebih sesuai dengan prinsip agama mereka.

## REFERENSI

- Adawiyah, R., & Masse, R. A. (2024). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil Danmenengah. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(2), 238–247.
- Ahyar, M., Fadah, I., & Paramu, H. (2024). Struktur Modal dan UKM: A Systematic Literature Review. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 10(2), 254–265.
- Aji, G., Casha, N., Fatimah, S., & Munawaroh, A. Q. (2023). Pengaruh budaya terhadap penerapan strategi pemasaran internasional. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(2), 159–169.
- Akbar, F. M. A., Rosidta, A., & Lazuardi, A. (2024). Pengembangan Model Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 29–38.
- Budianto, A. (2017). *Model Strategi Pemasaran Dengan E-Commerce Dalam Meningkatkan Luas Pasar Ukm-Ukm Di Pedesaan Kabupaten Ciamis*.
- Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi Peran Koperasi Dalam Mendukung Umkm: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, Dan Ekspansi Pasar. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648–668.
- Firdausi, Z. N., & Mubarak, A. F. (2024). Analisis Preferensi Masyarakat Desa Ngasem Dalam Mengambil Pembiayaan Antara Bank “Plecit” Dan Lembaga Keuangan Syariah. *VALUE*, 5(1), 81–98.
- Garbo, A. G. (2024). Evaluasi Literasi Keuangan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Penggunaan Layanan E-Banking Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(5).
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485–495.
- Naini, W. N. (2023). *Edukasi Bankziska Ponorogo untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah pada Kelompok Al-Gharimin*. IAIN Ponorogo.
- Novitasari, M. (2019). Optimalisasi potensi Perbankan Syariah di Indonesia Bagi UMKM halal dalam mendukung sustainable development goals. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 49–58.

- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 135–148.
- Puspitaningrum, R. R. A. P., & Fatah, D. A. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Pemahaman, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pelaku UMKM Memilih QRIS BSI Sebagai Media Pembayaran Pada Tempat Usahanya. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3.
- Setyorini, C. T., Maula, K. A., Rismayani, G., Pandansari, T., & Hapsari, I. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan dan Financial Life Skills: Upaya Mencegah Dampak Buruk Pinjaman Ilegal di Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 14529–14539.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarsih, E. (2023). Literasi dan Inklusi: Keuangan Syariah sebagai Fundamental Kesejahteraan UMKM: Edukasi Bisnis Akses Keuangan Syariah untuk UMKM Santri di Yogyakarta. *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 5(3), 1130–1149.
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51–62.
- Wahyudin, A. (2023). Peran Inovasi Produk Keuangan Dalam Mengatasi Dampak Ekonomi Pandemi: Kasus Deposito Berhadiah Win Solution Di Bprs Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 190–201.
- Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri. *JUPEKO Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 64–83.