



## Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pedagang Pasar Atas Bukittinggi Menggunakan Pembiayaan Utsman di BPRS Jam Gadang

Santi Handayani<sup>1</sup>, Cahya Agung Mulyana<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Ekonomi dan Bisnis slam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

Email : [handayanisanti80@gmail.com](mailto:handayanisanti80@gmail.com), [cahyaagungmulyana@uinbukittinggi.ac.id](mailto:cahyaagungmulyana@uinbukittinggi.ac.id)

Korespondensii penulis : [handayanisanti80@gmail.com](mailto:handayanisanti80@gmail.com)

**Abstract** This research analyzes the factors influencing the interest of traders in Pasar Atas Bukittinggi in using Utsman Financing at BPRS Jam Gadang. This study is motivated by the decreasing number of Utsman Financing customers at the BPRS. Data was gathered through documentation, interviews, and observation using a descriptive qualitative technique. Participants in the study include Pasar Atas Bukittinggi vendors, some of whom have used Utsman Financing services and others who have not. Both internal and external factors impact traders' interest, according to the research. Reasoning and other internal variables, perception, learning, and attitude. Meanwhile, external factors consist of culture, social, and personal factors. The most influential factors are the motivation to avoid riba and a positive perception of Utsman Financing. In terms of external factors, personal factors (economic needs) and social factors (recommendations from the environment) have a significant influence. Cultural factors were found to have a relatively small influence on traders' interest in using Utsman Financing.

**Keywords:** Interest, Trader, Internal Factors, Eksternal Factors, Utsman Financing.

**Abstrak** Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang Pasar Atas Bukittinggi dalam menggunakan Pembiayaan Utsman di BPRS Jam Gadang. Studi ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah nasabah Pembiayaan Utsman di BPRS tersebut. Data dikumpulkan melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Pedagang Pasar Atas Bukittinggi, baik nasabah lama maupun nasabah lama Utsman Financing, turut berpartisipasi dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, variabel internal dan eksternal memengaruhi minat pedagang. Sikap, persepsi, pembelajaran, dan motivasi seseorang merupakan aspek internal. Sementara itu, aspek personal, sosial, dan budaya merupakan variabel eksternal. Faktor yang paling berpengaruh adalah motivasi untuk menghindari riba dan persepsi positif terhadap Pembiayaan Utsman. Dari segi eksternal, faktor pribadi (kebutuhan ekonomi) dan sosial (rekomendasi dari lingkungan) memiliki pengaruh signifikan. Faktor budaya ditemukan memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap minat pedagang dalam menggunakan Pembiayaan Utsman.

**Kata Kunci:** Minat, Pedagang, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pembiayaan Utsman.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat aktivitas perekonomian masyarakat telah mendorong pertumbuhan berbagai jenis usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM, khususnya pedagang pasar, memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Di Sumatera Barat, menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022, terdapat 813.495 UMKM yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 28,7% pada tahun 2021. Namun, para pelaku UMKM, terutama pedagang pasar, seringkali menghadapi kendala dalam hal permodalan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, lembaga keuangan syariah seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hadir sebagai alternatif pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. BPRS Jam Gadang Bukittinggi, salah satu lembaga keuangan syariah di kota Bukittinggi, menawarkan produk Pembiayaan Utsman yang dikhususkan bagi para pelaku UMKM dan pedagang. Meskipun

demikian, data menunjukkan adanya penurunan jumlah nasabah Pembiayaan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi dari 1.956 orang pada tahun 2022 menjadi 1.623 orang pada tahun 2023. Fenomena ini mengindikasikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menggunakan produk pembiayaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat pedagang Pasar Atas Bukittinggi dalam menggunakan produk Pembiayaan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi BPRS Jam Gadang Bukittinggi dalam upaya meningkatkan efektivitas produk Pembiayaan Utsman dan memperluas jangkauan layanannya kepada para pedagang pasar. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada Bank BSI KCP Pasar Aur Bukittinggi”.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Minat**

Tingkat minat seseorang merupakan faktor signifikan yang dapat memengaruhi pilihan dan tindakan mereka. Ketertarikan yang intens terhadap atau kerinduan terhadap sesuatu merupakan definisi etimologis dari minat. Kecenderungan untuk fokus dan mengambil bagian dalam apa pun, bersama dengan emosi positif, adalah apa yang dimaksud Abdul Rahman Shaleh ketika ia mengatakan bahwa seseorang tertarik.

Menurut Kotler, minat adalah reaksi emosional terhadap suatu produk yang disukai tetapi belum diputuskan untuk dibeli. Minat tumbuh ketika seseorang bertambah tua, berpikir lebih kritis, belajar lebih banyak, dan memperoleh pengalaman. Minat, menurut Skant, merupakan kekuatan pendorong di balik tindakan orang ketika diberi kesempatan untuk melakukannya dengan bebas.

Minat dapat dikategorikan menurut asal, lintasan, dan manifestasinya. Faktor internal dan faktor eksternal adalah dua jenis faktor utama yang memengaruhi minat.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dapat dilihat dari teori Slameto, dalam bukunya “Belajar dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya”, mengklasifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi dua kategori utama yaitu faktor internal dan Eksternal Sebagai berikut:

## 1. Faktor Internal

- a) Motivasi, Yaitu kekuatan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak. Teori hierarki kebutuhan Maslow menjelaskan bagaimana motivasi manusia didasarkan pada berbagai tingkatan kebutuhan, mulai dari kebutuhan fisiologis hingga aktualisasi diri. Dalam hal ekonomi, motivasi berperan penting dalam menjelaskan mengapa orang mengambil keputusan ekonomi tertentu, seperti berinvestasi atau meminjam uang.
- b) Persepsi, Yaitu proses dimana individu menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan stimuli. Teori Gestalt dan Konstruktivisme menekankan peran aktif individu dalam membangun pemahaman mereka.
- c) Pembelajaran, Yaitu proses mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Teori pembelajaran sosial menyoroti pentingnya pengamatan dan interaksi dalam proses belajar.
- d) Sikap, Yaitu kecenderungan untuk merespons secara positif atau negatif terhadap suatu objek. Teori Tindakan Beralasan dan Teori Perilaku Terencana menjelaskan hubungan antara sikap, minat, dan perilaku.

## 2. Faktor Eksternal

- a) pertimbangan budaya, Budaya adalah seperangkat norma dan praktik bersama yang mendefinisikan masyarakat dan dikomunikasikan kepada para anggotanya melalui tanda dan simbol. Bentuk sosialisasi dan identitas yang lebih khusus dibina oleh subkultur yang lebih kecil yang membentuk setiap budaya. Nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat umum. Bagaimana faktor budaya memengaruhi minat pribadi dijelaskan oleh Teori Transmisi Budaya dan Ekologi Budaya.
- b) Kelompok referensi, ikatan keluarga, posisi, dan status semuanya merupakan contoh faktor sosial. Minat dibentuk oleh lingkungan sosial seseorang, menurut Teori Pembelajaran Sosial Bandura dan Teori Modal Sosial.
- c) Variabel Individu: Usia, profesi, status keuangan, dan cara hidup semuanya merupakan contoh variabel tersebut. Baik model Kotler dan Armstrong maupun Teori Efikasi Diri Bandura merinci cara minat dan pilihan individu dibentuk oleh serangkaian keadaan unik mereka sendiri.

### **Pedagang dan Minat Pedagang**

Pedagang adalah orang yang membeli dan menjual barang dengan tujuan memperoleh keuntungan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Karena kita melihat pedagang di setiap pasar yang kita kunjungi, setiap pembahasan tentang pedagang pasti akan mengarah

pada pembahasan tentang ekonomi dan, lebih khusus lagi, jual beli. Secara sederhana, pedagang ini bergerak di bidang usaha penjualan. Setiap badan usaha yang melakukan pembelian dan penjualan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan disebut pedagang. Kepentingan pedagang dapat diartikan sebagai preferensi dan keterlibatan yang tidak dipaksakan dalam kegiatan perdagangan. Setiap badan usaha yang melakukan pembelian dan penjualan produk dan jasa di pasar disebut pedagang. Istilah "pedagang" mengacu pada setiap individu atau organisasi yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung atau tidak langsung kepada pengguna akhir. Istilah "jual beli" mengacu pada setiap transaksi di mana dua pihak sepakat untuk memperdagangkan barang yang diinginkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang diminta penjual. Ini adalah ayat 29 dari Q.S. An-Nisa, bagian Al-Qur'an yang membahas tentang perdagangan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Janganlah kamu berlebih-lebihan dalam menggunakan harta tetangamu, kecuali jika itu merupakan hasil perdagangan yang telah disepakati bersama, wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Allah sangat baik kepadamu, dan itu benar.”

### **Pembiayaan**

Bank dan lembaga keuangan lainnya mengadakan perjanjian pembiayaan ketika mereka sepakat untuk saling meminjamkan uang atau tagihan. Pengeluaran, arti lain dari keuangan, adalah uang yang diberikan untuk mendukung investasi yang direncanakan, baik secara mandiri maupun melalui organisasi. Lembaga keuangan, seperti bank Islam, menyediakan dana kepada nasabah dalam pengertian ini. Sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, tujuan pembiayaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi sekaligus memastikan keuntungan dan keamanan. Di antara sekian banyak bentuk dan peran penting yang dimainkan oleh pembiayaan dalam perekonomian adalah peningkatan utilitas moneter dan produk serta promosi semangat kewirausahaan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif ini menggunakan strategi deskriptif. Penelitian lapangan digunakan untuk mencari fenomena sosial secara tepat dan realistis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji motivasi dan karakteristik pedagang BPRS Jam Gadang Bukittinggi yang berminat pada produk pembiayaan Utsman.

Penelitian dilakukan di Pasar Atas Bukittinggi, Kota Bukittinggi. Lokasi ini dipilih karena fokus penelitian adalah pedagang BPRS Jam Gadang Bukittinggi yang menggunakan maupun tidak menggunakan pembiayaan Utsman. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan November 2023 hingga selesai. Sebagian besar data diperoleh dari wawancara dengan pedagang Pasar Atas Bukittinggi, tetapi informasi juga diperoleh dari berbagai publikasi ilmiah, buku, dan jurnal yang relevan dengan topik.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang minat pedagang terhadap produk pembiayaan Utsman, kami mewawancarai mereka di Pasar Atas Bukittinggi. Selain itu, saat mewawancarai informan, penting untuk mendokumentasikan proses pengumpulan data menggunakan dokumen yang relevan, seperti gambar. Para pedagang dari Pasar Atas Bukittinggi berperan sebagai informan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk memandu proses wawancara dengan para partisipan guna memperoleh data yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

Layanan perbankan berbasis syariah disediakan oleh PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda). Pada 27 Mei 2021, Otoritas Jasa Keuangan memberikan izin pengalihan kegiatan usaha, yang menandai transisi dari bank konvensional menjadi bank syariah. Dengan komitmen pada keadilan dan kebenaran, bank ini bercita-cita menjadi BPRS yang membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat sekaligus memperkuat posisi Kota Bukittinggi sebagai pusat perdagangan, jasa, pariwisata, kesehatan, dan pendidikan. BPRS Jam Gadang menawarkan berbagai produk dan jasa, termasuk tabungan, deposito, dan pembiayaan. Salah satu produk unggulannya adalah Pembiayaan Utsman, yang dirancang khusus untuk mendukung UMKM dan pedagang di Kota Bukittinggi.

Pembiayaan Utsman merupakan program inovatif hasil kerjasama antara Pemerintah Kota Bukittinggi dan BPRS Jam Gadang. Program ini bertujuan untuk meningkatkan taraf perekonomian masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan pedagang. Keunikan dari program

ini adalah: Seluruh biaya yang timbul akibat pinjaman ditanggung oleh Pemerintah Kota melalui APBD, termasuk biaya agunan, margin, dan administrasi. Menggunakan akad Murabahah untuk menghindari praktik riba. Nasabah dapat menabung untuk pembayaran cicilan pokok setiap harinya. Maksimal pembiayaan 20 juta rupiah dengan jangka waktu maksimal 1 tahun. Pembiayaan hingga 10 juta tidak memerlukan agunan, sedangkan di atas 10 juta memerlukan agunan berupa BPKB atau sertifikat.

Pasar Atas Bukittinggi merupakan lokasi strategis untuk implementasi Pembiayaan Utsman. Sebagai pusat perdagangan dan wisata, pasar ini memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM. Dengan 1.861 pedagang yang terdiri dari berbagai jenis usaha, Pasar Atas menjadi target utama untuk penyaluran Pembiayaan Utsman. Pasca kebakaran pada tahun 2017, Pasar Atas telah dibangun kembali dengan fasilitas modern, termasuk 834 kios dan 315 los, yang menunjukkan komitmen pemerintah dalam mendukung sektor perdagangan.

### **Minat Pedagang Pasar Atas Bukittinggi Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Utsman Di BPRS Jam Gadang Bukittinggi.**

Penelitian ini mengkaji minat pedagang Pasar Atas Bukittinggi dalam menggunakan produk Pembiayaan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 pedagang, ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menggunakan produk pembiayaan ini. Pertama Motivasi Menghindari Riba, Sebagian besar pedagang yang berminat menggunakan Pembiayaan Utsman termotivasi oleh keinginan untuk menghindari riba. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan prinsip-prinsip syariah menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan finansial para pedagang. Kedua, Tidak Adanya Bunga dalam Pembiayaan Utsman menjadi daya tarik utama bagi pedagang. Hal ini dianggap meringankan beban pengembalian pinjaman dan sejalan dengan prinsip syariah. Ketiga, Kemudahan Proses Pengajuan, Proses pengajuan yang tidak berbelit-belit menjadi faktor pendorong minat pedagang. Kemudahan ini memungkinkan pedagang untuk mendapatkan tambahan modal usaha dengan cepat. Keempat, Pengaruh Lingkungan Sosial, Beberapa pedagang tertarik menggunakan Pembiayaan Utsman karena ajakan atau informasi dari teman, keluarga, atau rekan kerja. Kelima, Pedagang yang memiliki akses informasi yang baik tentang Pembiayaan Utsman cenderung lebih berminat menggunakannya. Informasi diperoleh melalui berbagai saluran seperti radio, pegawai bank, dan sesama pedagang. Keenam, Kebutuhan akan tambahan modal usaha menjadi faktor pendorong utama bagi pedagang untuk menggunakan Pembiayaan Utsman. Produk ini dianggap sesuai dengan kebutuhan mereka untuk mengembangkan usaha.

## **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Dalam Menggunakan Pembiayaan Utsman Di BPRS Jam Gadang Bukittinggi.**

### **A. Faktor Internal Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Untuk Menggunakan Pembiayaan Utsman.**

1. Motivasi untuk menghindari riba menjadi pendorong utama bagi sebagian besar nasabah. Hal ini mencerminkan kesadaran yang tinggi di kalangan pedagang tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam. BPRS Jam Gadang dapat memanfaatkan temuan ini dengan menekankan aspek bebas riba dalam strategi pemasaran mereka. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan sebagian besar pedagang termotivasi untuk menghindari riba dan juga tidak adanya bunga pada pembiayaan utsman ini menjadi daya tarik utama.
2. Persepsi positif terhadap pembiayaan Utsman, terutama mengenai kesesuaiannya dengan prinsip syariah dan manfaatnya bagi usaha, menunjukkan bahwa BPRS Jam Gadang telah berhasil membangun citra produk yang baik. Namun, masih ada ruang untuk meningkatkan pemahaman di kalangan non-nasabah.
3. Faktor pembelajaran menunjukkan pentingnya edukasi dan penyebaran informasi. BPRS Jam Gadang dapat mempertimbangkan untuk memperluas saluran informasi mereka, mengingat banyak nasabah mendapatkan pengetahuan dari keluarga atau pengalaman pribadi.
4. Sikap positif yang ditunjukkan oleh sebagian nasabah terhadap pembiayaan Utsman merupakan indikator baik untuk pertumbuhan produk ini di masa depan. BPRS Jam Gadang dapat memanfaatkan testimoni nasabah yang puas untuk menarik minat pedagang lainnya.

### **B. Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Untuk Menggunakan Pembiayaan Utsman.**

1. Faktor Budaya, faktor budaya tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pedagang dalam menggunakan pembiayaan Utsman.
2. Faktor Sosial, Faktor ini memiliki pengaruh kuat, terutama melalui rekomendasi dari teman, keluarga, dan lingkungan sosial. Informasi dari mulut ke mulut terbukti efektif dalam mempengaruhi minat pedagang Pasar Atas Bukittinggi terhadap pembiayaan Utsman.
3. Faktor Pribadi, Faktor ini terutama keadaan ekonomi dan kebutuhan modal usaha, menjadi pendorong penting bagi pedagang untuk menggunakan pembiayaan Utsman

## **5. KESIMPULAN**

Kesimpulan ini berdasarkan temuan dan pembahasan studi yang telah meneliti variabel-variabel yang memengaruhi prioritas pedagang di Pasar Atas.dalam menggunakan pembiayaan utsman, dapat disimpulkan bahwa Minat pedagang Pasar Atas Bukittinggi dalam menggunakan Pembiayaan Utsman di BPRS Jam Gadang Bukittinggi menunjukkan variasi. Dari 20 narasumber, 11 orang berminat menggunakan pembiayaan ini, sedangkan 9 orang tidak berminat atau belum mengetahui tentang produk tersebut. Kesesuaian dengan prinsip syariah dan tidak adanya bunga menjadi daya tarik utama bagi pedagang yang berminat. Sementara itu, kurangnya pengetahuan, tidak adanya kebiasaan menggunakan produk pembiayaan bank, faktor usia, dan penggunaan produk pembiayaan dari bank konvensional menjadi alasan utama bagi yang tidak berminat.

Ada sejumlah elemen internal dan eksternal yang memengaruhi minat pedagang terhadap Utsman Financing. Faktor internal yang paling berpengaruh adalah motivasi untuk menghindari riba dan persepsi positif terhadap pembiayaan Utsman. Faktor internal lainnya meliputi pembelajaran dan sikap. Sementara itu, faktor eksternal yang signifikan adalah faktor pribadi (kebutuhan ekonomi) dan faktor sosial (rekomendasi dari lingkungan). Faktor budaya ditemukan memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap minat pedagang.

Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya edukasi dan sosialisasi tentang produk Pembiayaan Utsman untuk meningkatkan minat dan pemahaman pedagang. Selain itu, temuan ini dapat menjadi pertimbangan bagi BPRS Jam Gadang Bukittinggi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Astuti, I. R., et al. (2020). Factors affecting interest in saving at Bank Syariah Surakarta. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 2, 168.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2010). *Psychological theories*. Ar-Ruzz Media.
- Lawang, R. M. Z. (2005). *Social capital in sociological perspective*. FISIP UI Press.
- Liliweri, A. (2014). *Introduction to cultural studies*. Nusa Media.
- Mardalis. (2010). *Research methods: A proposal approach*. Bumi Aksara.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper & Row.
- Ministry of Education and Culture. (2005). *KBBI*. Gema Insani.

Muhammad. (2013). Management of Islamic banks. Ekonisa.

Purwayanti, M., & Putriana, V. T. (2023). Evaluation of the performance of the local government MSME empowerment program case study: (Utsman savings) Bukittinggi City Government. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5).

Putri, R. A., & Hasbullah. (2023). Sharia banking marketing strategy to attract millennials' interest in saving. *Journal of Management and Business (JMB)*, 4, 42.

Slameto. (2010). Learning and the factors that influence it. Rineka Cipta.

Wibowo, A. (2017). Study of information system user behavior with the Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Journal of Accounting, Economics and Business Management*, 5(1), 14-23.

Yanuardianto, E. (2019). Albert Bandura's social cognitive theory. *Auladuna Journal*, 5(2).