

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan berpegang pada ajaran Islam yang menghindari praktik riba, gharar, dan maysir. Prinsip ini berlandaskan firman Allah SWT:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبَا

Artinya: "Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah [2]: 275). Salah satu peran utamanya adalah menyalurkan dana melalui berbagai jenis akad pembiayaan, seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Skema pembiayaan ini memberikan alternatif terhadap sistem bunga agar kita dapat memahami karakteristik, risiko dan manfaatnya dalam mendukung tujuan keuangan syariah, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang adil (Ghafar & Sholatullah, 2025, hlm. 343-344).

Gambar 1.1 Total Pembiayaan Perbankan Syariah Tahun 2023-2024



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2024

Berdasarkan informasi dari Otoritas Jasa Keuangan (2024), total dana pembiayaan yang di berikan oleh perbankan syariah di Indonesia menunjukkan kenaikan dari tahun 2023 sebesar Rp 585,47 triliun menjadi Rp 643,55 triliun di tahun 2024. Grafik batang pada gambar 1.1 memperlihatkan perbedaan yang jelas, dimana batang untuk tahun 2024 lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2023. Ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar Rp 58,08 triliun, atau pertumbuhan sekitar 9,92% dalam waktu satu tahun. Kenaikan tersebut menunjukkan bahwa perbankan syariah terus menunjukkan perkembangan yang positif meskipun menghadapi berbagai rintangan.

Selain data di tingkat nasional, kinerja bank syariah di tingkat daerah, khususnya di Kalimantan Selatan, juga memperlihatkan perkembangan yang sangat positif. Pertumbuhan pembiayaan perbankan syariah di Kalimantan Selatan pada tahun 2023 tercatat 20,30% Year on Year (YoY). Pertumbuhan ini kemudian meningkat menjadi 20,52% YoY pada tahun 2024, menunjukkan

adanya kenaikan sebesar 0,22 persen dibandingkan tahun sebelumnya (Siaran Pers OJK Provinsi Kalimantan Selatan, 2024).

Tabel 1.1 Pertumbuhan Pembiayaan Syariah Kalimantan Selatan (YoY)

Tahun	Pertumbuhan YoY (%)	Kenaikan dibanding Tahun Sebelumnya (%)
1. 2023	20,30	—
2. 2024	20,52	0,22

Sumber: Siaran Pers OJK Provinsi Kalimantan Selatan, 2024

Dalam pengertian ekonomi Islam, pembiayaan berarti penyediaan dana atau tagihan yang setara untuk mendukung aktivitas ekonomi berdasarkan prinsip syariah. Menurut Antonio (dalam Idris, 2022), pembiayaan adalah pemberian dana oleh bank kepada pihak yang memerlukannya dengan kesepakatan sesuai prinsip Islam, baik untuk konsumsi maupun tujuan produktif. Dengan demikian, pembiayaan syariah memiliki peran ganda mendorong kegiatan usaha masyarakat sekaligus memastikan keberlangsungan ekonomi dengan cara yang adil dan berkelanjutan.

Salah satu sektor yang sangat membutuhkan dukungan pembiayaan adalah sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di wilayah pedesaan. Petani membutuhkan modal yang memadai untuk membeli bibit, pupuk, dan alat produksi agar dapat meningkatkan produktivitas dan menjaga ketahanan pangan. Namun, keterbatasan akses permodalan sering kali menjadi hambatan. Kehadiran pembiayaan syariah seharusnya mampu menjadi solusi yang adil dan

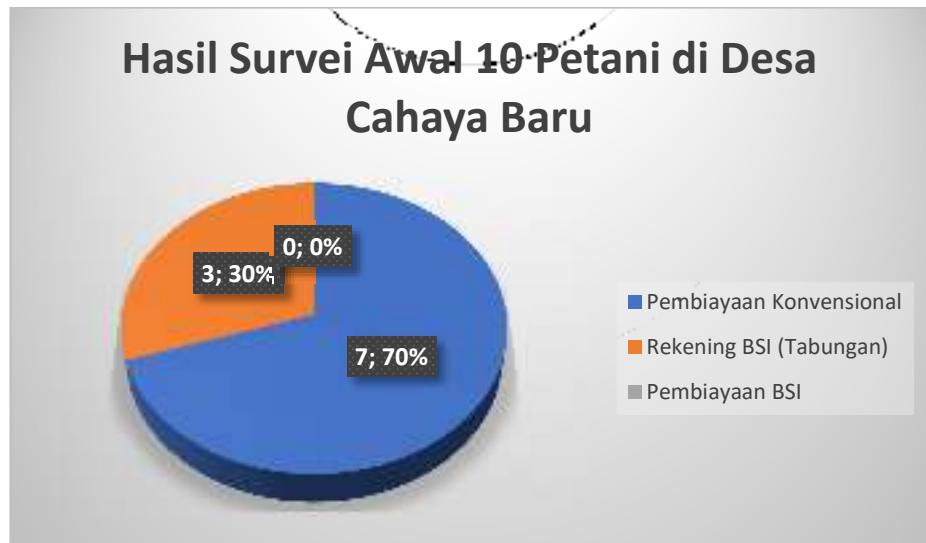
berkelanjutan, sehingga dapat mendukung kesejahteraan petani sekaligus memperkuat sektor pertanian yang menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat desa (Aini & Kamilah, 2025, hlm. 51). Semangat tolong-menolong dalam kebaikan ini sejalan dengan perintah Allah SWT:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَأَنْتَقُوا لِلْمُنْكَرِ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدُونِ

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan." (QS. Al-Ma'idah [5]: 2).

Namun demikian, kondisi yang terjadi ditingkat lokal justru berbeda. Berdasarkan survei awal peneliti terhadap 10 petani di Desa Cahaya Baru, Kecamatan Jejangkit, Kabupaten Barito Kuala, sebanyak tujuh orang (70%) lebih memilih pembiayaan dari bank konvensional, khususnya Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRI. Tiga orang (30%) memang memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia (BSI), tetapi penggunaannya terbatas pada tabungan dan transaksi harian, bukan untuk pembiayaan syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun kebutuhan modal petani tinggi, produk pembiayaan syariah belum menjadi pilihan utama.

Gambar 1.2 Hasil Survei Awal Petani Desa Cahaya Baru Tentang Penggunaan Pembiayaan



Sumber: Data diolah peneliti, (2025)

Fenomena tersebut menggambarkan adanya kesenjangan yang cukup mencolok antara perkembangan perbankan syariah di tingkat nasional maupun regional yang terus mengalami pertumbuhan pesat dengan realitas di tingkat desa yang justru menunjukkan rendahnya pemanfaatan produk pembiayaan syariah. Artinya, meskipun kebutuhan modal petani untuk mengembangkan usaha mereka sangat tinggi, produk pembiayaan syariah masih belum menjadi pilihan utama. Hal ini tentu menimbulkan pertanyaan mengapa petani lebih cenderung memilih lembaga keuangan konvensional dibandingkan dengan perbankan syariah, padahal secara prinsip perbankan syariah diyakini lebih adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai religius masyarakat pedesaan yang mayoritas beragama Islam (Fatwa, 2024, hlm. 380).

Secara normatif, pembiayaan syariah memang menawarkan sistem yang adil dan bebas dari praktik riba (Salsabila et al., 2023, hlm. 109). Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa konsep tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan oleh masyarakat Desa Cahaya Baru. Dengan kata lain, terdapat gap antara konsep ideal perbankan syariah yang digariskan dalam prinsip-prinsip syariah dengan praktik nyata di tingkat lokal, di mana pemanfaatan produk pembiayaan syariah masih sangat rendah. Perbedaan ini menjadi salah satu persoalan penting yang menarik untuk diteliti lebih dalam.

Salah satu aspek penting yang dapat menjelaskan rendahnya pemanfaatan pembiayaan syariah adalah minat masyarakat. Minat merupakan dorongan dalam diri seseorang yang memengaruhi kecenderungan untuk memilih atau melakukan suatu tindakan. Dalam konteks perbankan, minat masyarakat terhadap produk keuangan akan menentukan apakah mereka bersedia beralih atau tetap menggunakan produk yang sudah ada (Sari et al., 2024, hlm. 139).

Untuk memahami faktor yang memengaruhi minat petani dalam memilih pembiayaan syariah, penelitian ini menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991). Teori ini menekankan bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh tiga komponen utama. Pertama, Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward the Behavior*), yaitu penilaian positif atau negatif individu terhadap suatu tindakan. Dalam konteks ini, pengetahuan produk yang memadai diharapkan dapat membentuk sikap positif petani terhadap pembiayaan syariah. Kedua, Norma Subjektif (*Subjective Norms*), yang mencerminkan tekanan sosial dari lingkungan sekitar

(seperti keluarga, teman, atau tokoh masyarakat) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Efektivitas promosi dari bank dan rekomendasi dari pihak yang dipercaya diduga kuat memengaruhi komponen ini. Ketiga, Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*), yaitu keyakinan individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan, yang sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya dan kesempatan. Aksesibilitas lokasi bank syariah menjadi indikator kunci yang membentuk kontrol perilaku yang dirasakan oleh petani. Dengan mencakup aspek personal (sikap), sosial (norma), dan kemudahan akses (kontrol), TPB menjadi kerangka yang relevan dan komprehensif untuk menganalisis minat petani di Desa Cahaya Baru terhadap pembiayaan syariah.

Sebagaimana telah dijelaskan dalam kerangka TPB, salah satu faktor yang membentuk sikap (attitude) dan diduga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan bank syariah adalah pengetahuan. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan Novian et al. (2023) meneliti pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kalirejo, Lampung Tengah. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan produk. Andini et al (2024) juga menemukan bahwa pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah secara signifikan memengaruhi minat menjadi nasabah Bank Wakaf Mikro Sejahtera Rejomulyo.

Pengetahuan tersebut yaitu pengetahuan calon nasabah mengenai konsep perbankan syariah dan pengetahuan mengenai produk-produk pembiayaan. Pengetahuan akan mempengaruhi masyarakat dalam menentukan

pilihan lembaga perbankan syariah. Walaupun semakin banyak lembaga perbankan syariah yang didirikan, pengetahuan masyarakat tentang lembaga perbankan syariah belum menyeluruh. Masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang lembaga perbankan syariah (Mahfudz, 2024, hlm. 108–111).

Selain faktor pengetahuan yang membentuk sikap (*attitude*), faktor promosi diduga kuat memainkan peran penting dalam memengaruhi norma subjektif (*subjective norms*) masyarakat. Sebagaimana dinyatakan dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, norma subjektif merefleksikan pengaruh sosial dan tekanan dari lingkungan sekitar untuk melakukan suatu perilaku. Efektivitas promosi dari lembaga keuangan syariah, baik melalui media daring, penyuluhan langsung, maupun rekomendasi dari tokoh masyarakat yang dipercaya, dapat menciptakan persepsi sosial yang positif dan mendorong minat untuk mengajukan pembiayaan (Febrianti & Siregar, 2025, hlm. 3893).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Misalnya, Penelitian oleh Bella et al. (2023) menemukan bahwa strategi promosi yang tepat, seperti penyuluhan, iklan digital, dan edukasi produk syariah, mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap peningkatan jumlah nasabah di BPRS Al-Falah Banyuasin.

Bank berupaya mempromosikan produk dan layanannya secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi, masyarakat tidak akan

menyadari keberadaan bank tersebut. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah untuk menginformasikan berbagai jenis produk yang ditawarkan serta menarik minat calon nasabah baru (Kumala et al., 2024, hlm. 174).

Selain pengetahuan dan promosi, aspek lokasi diduga menjadi faktor penentu utama membentuk kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) petani. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, *perceived behavioral control* mencerminkan keyakinan individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku, yang sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya dan akses. Lokasi bank syariah yang strategis dan mudah dijangkau dapat meningkatkan keyakinan petani bahwa mengajukan pembiayaan adalah hal yang feasible dan tidak merepotkan. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan dekat dengan tempat tinggal masyarakat akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah (Syafitra et al., 2024, hlm. 2).

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah membuktikan bahwa variabel lokasi memiliki peran penting dalam memengaruhi minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky et al (2024) menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Faktor lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggal masyarakat sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang strategis, seperti dekat dengan pusat keramaian dan memiliki akses yang mudah, dapat menarik

lebih banyak konsumen. Dengan memilih lokasi yang tepat, produsen dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang sesuai. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga berpotensi meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu mempertimbangkan berbagai aspek saat menentukan lokasi untuk memastikan kesuksesan bisnis mereka (Ningrum & Hutagalung, 2024, hlm. 7777).

Desa Cahaya Baru merupakan sebuah desa agraris yang terletak di Kecamatan Jejangkit, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan. Sebagian besar penduduk desa ini menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, menjadikannya sebagai sumber penghidupan utama. Aktivitas pertanian di desa ini meliputi budidaya tanaman pangan dan hortikultura, sehingga produktivitas pertanian menjadi faktor kunci dalam kesejahteraan masyarakat (Hasanah et al., 2024).

Wilayah ini termasuk dalam kawasan transmigrasi yang diarahkan oleh pemerintah untuk menjadi sentra pengembangan pertanian berbasis lahan rawa. Sektor pertanian menjadi tumpuan utama masyarakat desa. Potensi ini menjadikan Cahaya Baru sebagai salah satu wilayah yang strategis untuk pengembangan pertanian berkelanjutan dan ketahanan pangan daerah (Beritaborneo, 2025).

Menurut dokumen CPCL Optimasi Lahan (2024), di Desa ini terdapat 12 kelompok tani aktif, terdiri dari 8 kelompok tani pria dan 4 kelompok tani wanita keterlibatan aktif kelompok tani ini menunjukkan potensi besar sektor pertanian di desa tersebut, yang mana keberlanjutannya mendapat dukungan

serius dari berbagai pihak. Pemerintah pusat melalui Kementerian Pertanian telah melaksanakan program Selamatkan Rawa Sejahteraan Petani (SERASI) di wilayah jejangkit, termasuk Desa Cahaya Baru. Program ini difokuskan untuk meningkatkan produktivitas pertanian melalui optimalisasi lahan rawa, perbaikan sistem irigasi, serta penyediaan benih unggul dan pendampingan teknologi pertanian modern (Kementerian Pertanian RI, 2019).

Selain itu, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi juga menetapkan Cahaya Baru sebagai salah satu kawasan prioritas dalam rencana pembangunan pertanian terpadu di Kabupaten Barito Kuala(Kemendes PDTT, 2025). Sejalan dengan itu Kementerian Pertanian baru-baru ini melalui Balai Pelatihan Pertanian (BBPP) Binuang turut mendorong percepatan tanam dan peningkatan produksi padi bagi wilayah Kabupaten Barito Kuala, Termasuk di kawasan Jejangkit. Langkah tersebut menjadi bagian dari upaya menuju Swasembada Pangan Nasional, dengan menggerakkan petani agar memanfaatkan lahan secara optimal melalui kegiatan Tanam Padi Perdana di Lahan Brigade Pangan Pangan Lestari. Program tersebut diharapkan mampu memperkuat ketahanan pangan sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani di tingkat desa, termasuk Desa Cahaya Baru yang juga memiliki potensi pertanian yang luas dan produktif (BBPP Binuang, 2025).

Dalam konteks ini, lembaga keuangan syariah memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan sektor pertanian di Desa Cahaya Baru. Pembiayaan berbasis prinsip syariah dapat memberikan alternatif permodalan bagi petani untuk pengadaan sarana produksi, pengelolaan lahan,

dan adopsi teknologi pertanian modern. Dukungan pembiayaan yang inklusif dan berkeadilan ini juga sejalan visi pemerintahan dalam meningkatkan kesejahteraan petani serta memperkuat ketahanan pangan nasional (Bank Syariah Indonesia, 2023). Oleh karena itu penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap minat petani menggunakan pembiayaan bank syariah di Desa Cahaya Baru menjadi relevan dan memiliki urgensi akademik serta praktis yang kuat.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Namun mayoritas penelitian tersebut masih terfokus pada minat menabung dan dilakukan di wilayah urban dengan responden masyarakat umum. Misalnya, penelitian Novian et al (2024) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan teori Perilaku Konsumen. Penelitian lain oleh Widanengsih (2021) Juga meneliti mengenai Minat Masyarakat terhadap perbankan syariah menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian serupa juga dilakukan oleh Irawan et al (2024) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo”. Penelitian ini menggunakan Teori Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Dengan demikian belum banyak studi yang spesifik menguji ketiga variabel (Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi dalam konteks produk Pembiayaan).

Selain itu penelitian Pasaribu et al (2024) yang meneliti pelaku UMKM menunjukkan bahwa pengetahuan dan persepsi berpengaruh positif

terhadap minat mereka menggunakan pembiayaan di bank syariah. Sementara itu, penelitian oleh Sari & wulandari (2021) pada petani kentang menegaskan bahwa pengetahuan dan promosi yang baik dari bank syariah secara signifikan meningkatkan minat petani untuk menabung dan menggunakan layanan perbankan syariah.

Meskipun penelitian tersebut memberikan pemahaman penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan pembiayaan di bank syariah, penelitian sebelumnya memiliki keterbatasan yakni tidak menggunakan model (Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi) secara komprehensif dalam konteks produk pembiayaan bank syariah. Selain itu, mayoritas penelitian terdahulu masih terfokus pada minat menabung dan dilakukan di wilayah urban seta pelaku UMKM, sementara yang menguji konteks pembiayaan pada sektor pertanian, khususnya di wilayah rawa dan transmigrasi, masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki novelty karena mengkaji pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi secara bersamaan terhadap Minat Petani Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah di Desa Cahaya Baru & mengaitkan dengan program pemerintah. Yang memiliki keunikan diperkuat dengan tiga hal.

Pertama, konteks Lokasi dan Peran Petani yang merupakan sentra pengembangan pertanian berkelanjutan yang strategis, hasil dari intervensi program pemerintah (SERASI, Kementerian Pertanian RI, 2019). Juga dengan upaya pemerintah untuk memperkuat ketahanan pangan menuju swasembada

pangan di Desa Cahaya Baru, Kecamatan Jejangkit dan untuk meningkatkan kesejahteraan petani (BBPP Binuang, 2025).

Kedua, Keterlibatan Kebijakan dan Solusi Pembiayaan yang mana penelitian ini relevan untuk mengukur minat pembiayaan syariah sebagai solusi alternatif permodalan yang inklusif dan berkelanjutan, khususnya untuk mendukung komoditas yang beragam. Dukungan pembiayaan ini sejalan dengan visi pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan petani serta memperkuat ketahanan pangan nasional (Bank Syariah Indonesia, 2023)

ketiga, penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang lebih komprehensif karena memasukkan unsur *perceived behavioral control*, sehingga mampu menjelaskan mekanisme psikologis-mediatis yang menghubungkan variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi dengan minat secara lebih holistik.

Dengan demikian, penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Petani Menggunakan Pembiayaan Bank Syariah di Desa Cahaya Baru” ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan solutif mengenai rendahnya minat petani terhadap pembiayaan syariah, serta dapat menjadi rujukan bagi perbankan syariah dalam menyusun strategi yang lebih.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai dasar dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Apakah pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan bank syariah di Desa Cahaya Baru?
2. Apakah pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan bank syariah di Desa Cahaya Baru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji hipotesis pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi secara simultan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan bank syariah di Desa Cahaya Baru.
2. Untuk menguji hipotesis pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi secara parsial terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan bank syariah di Desa Cahaya Baru.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Signifikansi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dengan fokus pada sektor pertanian.
- b. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap minat penggunaan pembiayaan bank syariah. Hasil penelitian ini dapat mengkonfirmasi atau mengembangkan teori-teori yang relevan, seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks keuangan syariah.
- c. Menjadi dasar atau referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang faktor-faktor penentu minat masyarakat, khususnya petani, dalam memanfaatkan produk dan layanan perbankan syariah di Indonesia atau wilayah lain.

2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Bank Syariah: Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi berharga bagi manajemen bank syariah dalam merumuskan strategi pemasaran dan mengembangkan produk pembiayaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik petani. Pemahaman tentang pentingnya pengetahuan, promosi, dan lokasi dapat membantu bank syariah dalam meningkatkan penetrasi pasar di sektor pertanian.
- b. Bagi Petani: Penelitian ini secara tidak langsung dapat meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan syariah di kalangan petani, khususnya di Desa Cahaya Baru. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat, petani dapat membuat keputusan yang lebih

informasi dan rasional terkait pembiayaan untuk usaha pertanian mereka.

- c. Bagi Pemerintah: Temuan penelitian dapat menjadi masukan bagi pemerintah atau otoritas terkait dalam merancang kebijakan yang mendukung inklusi keuangan syariah di sektor pertanian, seperti program edukasi literasi keuangan syariah atau pengembangan infrastruktur layanan perbankan syariah di daerah pedesaan.
- d. Bagi Peneliti Lain/Akademisi: Penelitian ini dapat menjadi referensi awal untuk studi di berbagai wilayah atau untuk pengembangan model penelitian yang lebih kompleks terkait minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini beracuan pada Panduan Penulisan Akademik FEBI UIN Antasari (Sukarni et.al., 2024). Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yaitu, pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil analisis, da penutup.

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini diuraikan secara garis besar beberapa permasalahan penelitian yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, pada bab ini akan membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan konsep atau variabel-variabel yang relevan

dalam penelitian, antara lain: Pengertian minat, pengetahuan, promosi, lokasi , pemberian bank syariah, dikaji secara teoritis.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini sebagai gambaran proses penelitian di lapangan disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang dimaksud meliputi: lokasi, dan waktu penelitian,jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknis analisis data.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan, yaitu meliputi hasil yang diperoleh dari lapangan melelui metodologi akan dideskripsikan dan dianalisis dari peneliti. Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum minat petani di Desa Cahaya Baru, hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V Penutup, pada bab ini merupakan simpulan dari penelitian, dan saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian, serta keterbatasan penelitian yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

F. Definisi Operasional

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah tingkat pemahaman petani mengenai konsep dan produk pemberian bank syariah. Pengetahuan dalam penelitian ini merujuk pada pengertian menurut Notoadmodjo (2018), yaitu hasil dari tahu setelah

seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek, khususnya terkait prinsip dan produk pembiayaan syariah.

2. Promosi

Promosi adalah segala bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan dan mengenalkan produk pembiayaan kepada masyarakat. Pengertian promosi dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Kotler dan Amstrong (2019), yang menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap suatu produk.

3. Lokasi

Lokasi adalah tingkat kemudahan akses petani dalam menjangkau bank syariah, yang berkaitan dengan jarak, kemudahan transportasi, serta kenyamanan lokasi. Pengertian lokasi mengacu pada pendapat Tjiptono (2019), yang menyatakan bahwa lokasi berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam memperoleh produk atau jasa.

4. Minat

Minat adalah kecenderungan atau keinginan petani untuk menggunakan pembiayaan syariah, minat dalam penelitian ini merujuk pada *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Azjen (1991), yang menyatakan bahwa minat merupakan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku.