



**PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP  
NASABAH PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM  
SYARIAH PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh**

**RISNAWATI  
NIM. 11 220 0029**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2015**





**PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP  
NASABAH PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM  
SYARIAH PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

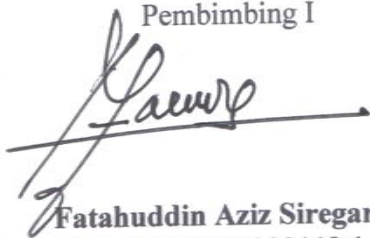
**Oleh**

**RISNAWATI**

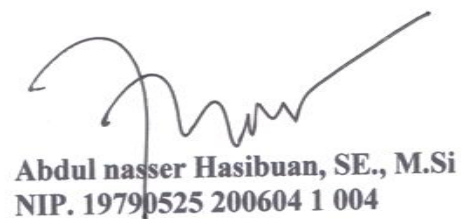
**NIM. 11 220 0029**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

Pembimbing I

  
Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

Pembimbing II

  
Abdul nasser Hasibuan, SE., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2015**

Hal : Skripsi a.n  
RISNAWATI

Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 01 September 2015

Kepada Yth:

Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

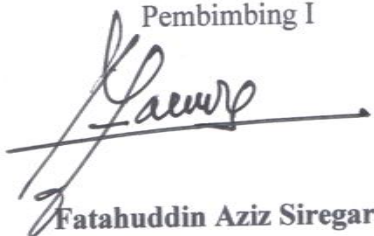
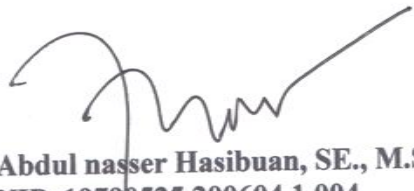
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara **RISNAWATI** yang berjudul: **PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP NASABAH PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM SYARIAH PANYABUNGAN**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

<p>Pembimbing I</p>  <p><b>Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag</b> NIP. 19731128 200112 1 001</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p><b>Abdul nasser Hasibuan, SE., M.Si</b> NIP. 19790525 200604 1 004</p>
--	---

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risnawati  
NIM : 11 220 0029  
Fakultas/jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul skripsi : **PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI  
TERHADAP NASABAH PRODUK M3.50 PT. PNM  
(Persero) ULaMM SYARIAH PANYABUNGAN**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 1 September 2015

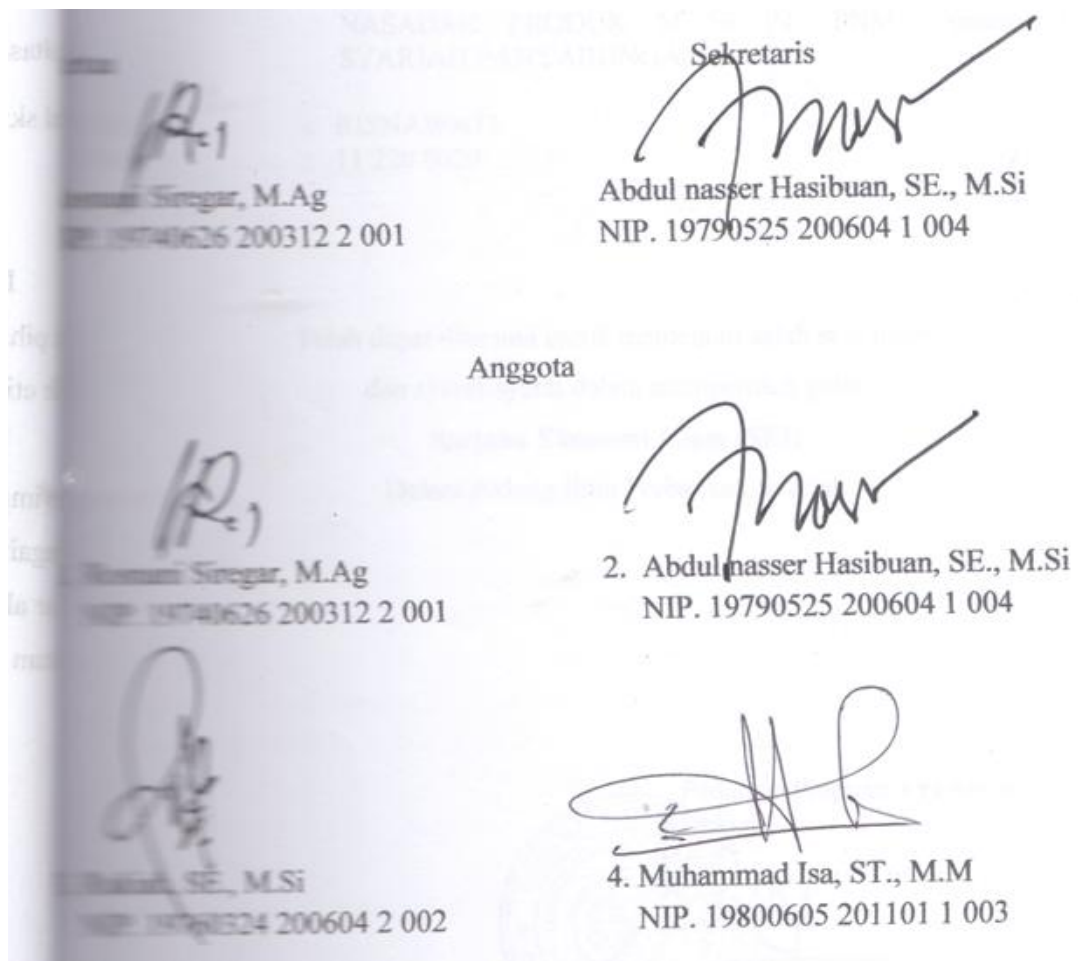
Saya yang menyatakan,



**RISNAWATI**  
**NIM. 11 220 0029**

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA : RISNAWATI**  
**NIM : 11 220 0029**  
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI  
TERHADAP NASABAH PRODUK M3.50 PT.  
PNM (Persero) ULaMM SYARIAH  
PANYABUNGAN**



Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidimpuan  
Tanggal : 1 September 2015/14.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : 75,37 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,29  
Predikat : AMAT BAIK



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP  
NASABAH PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM  
SYARIAH PANYABUNGAN

**NAMA** : RISNAWATI  
**NPM** : 11 220 0029

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi Islam (SEI)**  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 29 Oktober 2015

Dekan,

**H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag**  
NIP. 19731128 200112 1 001

## ABSTRAK

Nama : RISNAWATI  
NIM : 11 220 0029  
Judul : Pengaruh Pelayanan dan Motivasi Terhadap Nasabah Produk M3.50 PT.PNM ( Persero) ULaMM Syariah Panyabungan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya nasabah yang melakukan pembiayaan M3.50 pada PT. ULaMM Syariah Panyabungan. Produk M3.50 paling banyak digunakan nasabah dibandingkan produk pembiayaan yang lainnya. Produk M3.50 digunakan lapisan masyarakat menengah kebawah. Selain itu biaya administrasi juga terjangkau oleh masyarakat, sehingga banyak masyarakat sekitar yang menggunakan pembiayaan M3.50. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pelayanan dan motivasi terhadap produk M3.50.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan ULaMM Syariah, nasabah, pelayanan dan motivasi mempengaruhi perilaku konsumen, produk M3.50. Pelayanan yang diberikan oleh pihak ULaMM cukup memuaskan nasabah, karena pihak ULaMM melakukan jemput bola kepada nasabah, sehingga nasabah tidak perlu pergi ke PT. ULaMM Syariah Panyabungan. Motivasi yang diberikan oleh pihak ULaMM seperti seminar.

Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan angket dimana jumlah populasi 240 sehingga sampel diambil 15% dari jumlah populasi yaitu 36 nasabah. Selanjutnya untuk melihat pengaruh sumbangan variabel X1, X2 kepada variabel Y digunakan rumus persamaan regresi linear berganda dan didukung oleh uji validitas, uji reliabelitas, uji hipotesis, uji F, uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,422 > 1.679$  dan  $2,418 > 1.679$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Nilai  $r^2 = 0,280$  menunjukkan bahwa 28% variabel pelayanan dan motivasi dapat mempengaruhi nasabah produk M3.50. Dengan hasil uji F = 6,433. Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $6,433 > 2,92$ , maka hipotesis diterima.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan dan segala nikmat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan dan Motivasi Terhadap Nasabah Produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan”** disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Selama perkuliahan sampai dengan tersusunnya skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat dukungan moral, material, dan spiritual yang tidak ternilai harganya. Melalui tulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan. Kepada Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M.Si dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor I, II dan III.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.



3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan civitas akedemik.
4. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku pembimbing I dan Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen dan Staff Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
6. Bapak Kepala Perpustakaan dan pegawai perpustakaan yang telah memberikan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Fahmi Efendi ST selaku Pimpinan dan seluruh karyawan PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Ayah saya tercinta Jusar Sari Bakti Lubis, Umak saya tercinta Cenniwati, dan terimakasih banyak kepada ketiga abang saya tercinta, Edison Partahian Lubis, Nobel Saputra Lubis, Satria Mandiri Lubis, dan kakak saya tercinta Herawati Lubis dan adik saya Arta Linda Lubis dan Ahmat Ansari Lubis, yang tidak pernah lelah memberikan semangat, motivasi, dukungan moril dan materil.
9. Teristimewa juga buat yang ada dalam hati Abdul Martin S.Pd dan seluruh keluarganya yang selalu memberi dukungan dan perhatian.
10. Teman-teman tercinta mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2011. Khususnya sahabat-sahabat saya Nur Sarinah SEI, Putri Anggina Lubis SEI,

Rahmad Pardomuan SEI dan seluruh Perbankan Syariah-1 yang setia menemani dan selalu memberikan motivasi dan dukungan bagi peneliti.

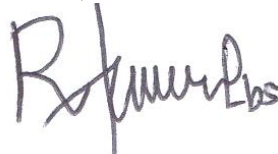
11. Teman-teman dan kakak adek kos umak Nisa yang memberi canda dan tawa disetiap ada perkumpulan, khususnya Kinong, Kuning, Junye dan La'a.

12. Sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu disini. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih ditemukan kekurangan, karena itu penulis berlapang dada menerima saran dan kritik membangun dari semua pihak guna penyempurnaannya. Semoga Allah swt senantiasa mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Padangsidempuan, Agustus 2015

Penulis,



**RISNAWATI**  
**NIM. 11 220 0029**




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	es dan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ء	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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



### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

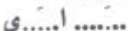


### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي ..... 	fathah dan ya	Ai	a dan i
و ..... 	fathah dan wau	Au	a dan u

### c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي ..... 	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي ..... 	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و ..... 	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

## 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

### a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

### b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

#### 4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

##### a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

##### b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### 6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

#### 8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## 9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

# DAFTAR ISI

*Halaman*

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	
Halaman Pengesahan Dekan Fakultas	
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
TRANSLITERASI.....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Defenisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	7
G. Kegunaan Penelitian.....	7
H. Sistematika Penelitian .....	8

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori .....	10
1. Pengertian ULaMM Syariah .....	10
2. Nasabah.....	11
3. Pengertian Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murābahah</i> ) .....	13
4. Konsep produk pembiayaan ULaMM Syariah .....	16
5. Konsep pelayanan dan motivasi .....	26
B. Penelitian terdahulu .....	31
C. Kerangka Berfikir.....	32
D. Hipotesis .....	34

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	35
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Sumber Data.....	35
D. Populasi dan Sampel .....	36

E. Instrumen Pengumpulan Data.....	37
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	40
G. Teknik Analisa Data.....	41

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	45
1. Sejarah PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah .....	45
2. Visi dan Misi ULaMM Syariah.....	47
3. Struktur Organisasi .....	50
4. Produk-produk ULaMM Syariah .....	51
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas .....	55
3. Uji Asumsi Klasik .....	56
a. Uji Normalitas .....	56
b. Uji Multikolinearitas .....	58
c. Uji Linearitas .....	58
C. Penemuan dan Pembahasan.....	60
1. Analisis Regresi Berganda .....	60
2. Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	61
3. Uji Hipotesis (Uji t).....	62
4. Uji f.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
E. Keterbatasan Penelitian .....	66

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran .....	69

## **DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 1.1 Fluktuasi Jumlah Nasabah Pembiayaan .....	4
Tabel 1.2 Fluktuasi Jumlah Nasabah Produk M3.50 .....	4
Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Skala Likert.....	38
Tabel 3.2 Kisi-kisi Angket Variabel Pelayanan ( $X_1$ ).....	39
Tabel 3.3 Kisi-kisi Angket Variabel Motivasi ( $X_2$ ).....	39
Tabel 3.4 Kisi-kisi Angket Variabel Minat Nasabah (Y) .....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pada Pelayanan ( $X_1$ ) .....	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pada Motivasi ( $X_2$ ) .....	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y) .....	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Pada Pelayanan ( $X_1$ ).....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pada Motivasi ( $X_2$ ).....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Nasabah (Y).....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Motivasi.....	59
Tabel 4.10 Uji Regresi Berganda.....	60
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	61
Tabel 4.12 Uji t.....	62
Tabel 4.13 Uji F.....	63

## DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	50
Gambar 4.2 Metode Grafik .....	57

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **I. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan lembaga keuangan syariah salah satunya ditandai dengan berdiri sejumlah lembaga keuangan yang bukan bank, yang menawarkan produk syariah yang menyerupai bank seperti halnya lembaga keuangan PT. Permodalan Nasional Madani. Unit layanan modal mikro (PNM ULaMM) Syariah dalam republik Indonesia ini dimana tujuan berdirinya tersebut adalah untuk memajukan dan memakmurkan rakyat kecil, meningkatkan dan mengurangi kemiskinan dengan cara memberikan pembiayaan terhadap masyarakat yang mempunyai skill untuk membuka sebuah usaha yang akan dimodali oleh lembaga tersebut, dalam bentuk pembiayaan disini lembaga PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah akan menjadi permodalan 100% untuk usaha yang akan dijalankan dengan akad yang dilakukan pembiayaan modal mikro *murābahah* 50.

Alasan pendiri PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah ini adalah untuk menghapus rentenir dimana peminjam modal atau uang untuk membuka suatu usaha dikenakan bunga yang sangat besar ditentukan sendiri oleh rentenir yang bisa merugikan peminjam uang tersebut. Sementara itu PT. PNM ULaMM Syariah menawarkan pembiayaan kepada seorang yang membutuhkan dana untuk membuka sebuah usaha yang hanya memiliki skill, disini PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah akan menjadi pemodal 100% dari usaha tersebut melalui produk pembiayaan modal mikro *murābahah* 50, yang digunakan disini bagi hasil dimana nisbah akan disepakati diawal terjadinya akad.

Pada dasarnya sejarah berdirinya PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah dilihat dari perjalanan sejarah perkembangan ekonomi di Indonesia, termasuk terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1997, telah membangkitkan kesadaran akan kekuatan sektor usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi. Dan prospek potensi dimasa depan.

Nilai strategi tersebut kemudian diwujudkan pemerintah dengan mendirikan PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah yang mulanya dari pemerintah dengan mendirikan PT. PNM (Permodalan Nasional Madani) persero pada 1 juni 1999, sebagai BUMN yang mengemban tugas khusus memberdayakan usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi (UMKMK).

Tugas pemberdayaan dilakukan melalui penyelenggaraan jasa pembiayaan dan jasa manajemen, sebagai bagian dari penerapan strategi pemerintah untuk memajukan UMKMK, khususnya merupakan kontribusi terhadap sektor riil, guna menunjang pertumbuhan pengusaha-pengusaha baru yang mempunyai prospek usaha dan mampu menciptakan lapangan kerja.

Di PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan dimana produk yang ditawarkan adalah pembiayaan dengan akad *murābaḥah*. *Murābaḥah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (Margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Disini lembaga akan melakukan negosiasi terlebih dahulu terhadap persetujuan dari calon nasabah akan bentuk pembiayaan yang ada pada PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah karena pemberian pembiayaan akan disesuaikan dengan jaminan nasabah yang ingin melakukan pembiayaan. Produk M3.50 (Modal Mikro *Murābaḥah* 50)

pembiayaan yang diberi pihak PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan mulai dari Rp 25.000.000; sampai dengan Rp 50.000.000;.

Seperti pada Produk modal mikro *murābahah* 50 ULaMM Syariah Panyabungan yang menerapkan akad sesuai dengan prinsip syariah dan memiliki kelebihan selain prosesnya mudah dan cepat, lebih banyak diminati para nasabah, dalam hal ini dari peneliti terdahulu yang dilakukan peneliti, ada beberapa faktor-faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan produk modal mikro *murābahah* 50 ini, diantaranya faktor pelayanan dan faktor motivasi yang diberikan pihak ULaMM kepada nasabah untuk melakukan pembiayaan modal mikro *murābahah* 50.

Keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produk-produknya. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah. Kepuasan nasabah sebagai kunci sukses jasa bank, oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang ketat.<sup>1</sup>

Dalam memotivasi nasabah PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan melakukan suatu pertemuan dengan nasabah, dalam hal ini pihak ULaMM Syariah mengadakan acara PKU (Pengembangan Kapasitas Usaha) untuk memotivasi nasabah dalam mengembangkan suatu usaha yang dimiliki nasabah tersebut. Sehingga nasabah bisa lebih termotivasi untuk menjalankan

---

<sup>1</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 178.

suatu usaha yang dimilikinya, dan pihak ULaMM Syariah juga bisa mengalami suatu peningkatan jumlah nasabah.

Seperti pada tabel dibawah ini ditunjukkan perkembangan peningkatan jumlah nasabah seluruh pembiayaan dari tahun 2011 sampai dengan 2014.

Tabel 1.1  
Fluktuasi Jumlah Nasabah Pembiayaan

No.	Tahun	Jumlah
1.	2011	108
2.	2012	143
3.	2013	155
4.	2014	187

Sumber PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Unit Panyabungan

Dari tabel 1.1 diatas terlihat tahun 2011 jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 108 orang pembiayaan, sementara di tahun 2012 jumlah nasabah pembiayaan meningkat yaitu dari 108 orang menjadi 143 orang pembiayaan. Kemudian di tahun 2013 jumlah pembiayaan kembali meningkat yaitu dari 143 menjadi 155 orang pembiayaan. Dan pada tahun 2014 jumlah nasabah kembali meningkat yaitu dari 155 orang menjadi 187 orang pembiayaan. Perkembangan jumlah nasabah pembiayaan mengalami peningkatan.

Tabel 1.2  
Fluktuasi Jumlah Nasabah Produk M3.50.

No.	Tahun	Jumlah
1.	2011	50
2.	2012	65
3.	2013	60
4.	2014	55

Sumber PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Unit Panyabungan

Dari tabel 1.2 diatas terlihat tahun 2011 jumlah nasabah pembiayaan M3.50 sebanyak 50 orang pembiayaan, sementara di tahun 2012 jumlah nasabah pembiayaan M3.50 meningkat yaitu dari 50 orang menjadi 65 orang pembiayaan. Kemudian di tahun 2013 jumlah pembiayaan M3.50 kembali menurun yaitu dari 65 menjadi 60 orang pembiayaan. Dan pada tahun 2014 jumlah nasabah pembiayaan M3.50 kembali menurun yaitu dari 60 orang menjadi 50 orang pembiayaan. Perkembangan jumlah nasabah pembiayaan mengalami fluktuasi, dan hal inilah yang melatar belakangi peneliti merasa tertarik membuat judul **“Pengaruh Pelayanan dan Motivasi Terhadap Nasabah Produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan”**.

#### **J. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan antara pelayanan, dan motivasi terhadap peningkatan nasabah pembiayaan produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan?
2. Bagaimana strategi pihak PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan produk M3.50?

#### **K. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas penulis membuat batasan masalah yaitu Penulis hanya meneliti apakah ada pengaruh pelayanan, dan motivasi

terhadap peningkatan jumlah nasabah pembiayaan produk M3.50 ULaMM Syariah Panyabungan.

#### L. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan defenisi operasional dari judul penelitian: Faktor-faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan produk M3.50 ULaMM Syariah Panyabungan.

Tabel 1.3  
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	X <sub>1</sub> (Pelayanan) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mampu melayani dan mengerti kebutuhan nasabah dengan cepat.</li> <li>▪ Tersedia karyawan yang baik dan bertanggung jawab.</li> <li>▪ Tersedia sarana dan prasarana yang baik.</li> </ul>	Skala Likert
2.	X <sub>2</sub> (Motivasi) adalah sebagai tenaga pendorong, yang dapat dijelaskan berdasarkan konsep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Karyawan memberikan motivasi kepada nasabah</li> <li>▪ Memberikan solusi untuk mengembangkan usaha nasabah.</li> <li>▪ Lokasi ULaMM Syariah</li> </ul>	Skala Likert
3.	Y (Nasabah yang menggunakan produk M3.50). Nasabah adalah orang yang memperoleh fasilitas pembiayaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nasabah ingin pelayanan yang memuaskan.</li> <li>▪ Bebas dari <i>gharar</i> dan riba</li> <li>▪ Nasabah menggunakan produk M3.50 Sebagai solusi</li> </ul>	Skala Likert



### **M. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan ?
2. Apakah ada pengaruh motivasi terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan ?

### **N. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pelayanan terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh motivasi yang diberikan pihak ULaMM terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

### **O. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) pada (IAIN) Institut Agama Islam Negeri Padngsidimpuan.

2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana pengetahuan mengenai ekonomi syariah bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menelitintentang ekonomi syariah lebih dalam.
3. Bagi Lembaga Keuangan Syariah khususnya PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan dapat digunakan sebagai masukan dan sumbangan pikiran dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pembiayaan produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

#### **P. Sistematika Penelitian**

Untuk lebih terarah dalam pembahasan ini, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Penulis membaginya menjadi 5 (lima) bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut.

Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

Bab I     Pendahuluan, berisi tentang uraian Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Mamfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

Bab II    Membahas tentang Kajian Pustaka yang mencakup tentang ULaMM Syariah, Nasabah, pembiayaan produk M3.50.

Bab III   Membahas tentang Metodologi Penelitian yang mencakup Tempat dan Waktu Penelitian, Jenis Penelitian, Sumber Data, Instrument Pengumpulan Data dan Analisis Data.

Bab IV Berisikan Analisa pembahasan dan Hasil Penelitian yang mencakup tentang Pengaruh Pelayanan dan Motivasi Terhadap Nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

Bab V Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang diutarakan pada akhir penulisan ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### 1. Pengertian ULaMM Syariah

ULaMM Syariah merupakan salah satu unit bisnis PT. PNM (Persero) yang beroperasi berdasarkan prinsip Islam yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan berbagai lembaga pembiayaan yang ada dan juga bank umum konvensional maupun syariah. Produk pembiayaan merupakan produk pendapatan utama bagi ULaMM Syariah.<sup>2</sup>

Pembiayaan yang direlasikan ULaMM Syariah adalah pembiayaan *murābahah*, karena pembiayaan ini memiliki risiko yang kecil di bandingkan pembiayaan *muḍārabah*. Dalam pembiayaan *muḍārabah* sangat dipengaruhi oleh karakter nasabah dan keuntungan yang belum pasti diperoleh ULaMM Syariah. Kelebihan dari pembiayaan ULaMM Syariah ini adalah mempercepat proses pembiayaan sehingga menutup kesempatan para rentenir untuk masuk kedalamnya disertakan prosedur yang mudah, proses yang cepat, dan margin yang gampang. Marginnya pun bersaing dengan lembaga pembiayaan lain. Oleh karena itu, ULaMM Syariah mempunyai beberapa strategi dalam menangani pembiayaan *murābahah* kepada nasabah.<sup>3</sup> Strategi pembiayaan merupakan alat untuk mencapai perubahan dalam kaitannya dengan tujuan

---

<sup>2</sup> Divisi pusat pendidikan dan pelatihan, Manajer Unit training program (MU – TP), ULaMM Syariah: OTO.PNM. hlm. 5.

<sup>3</sup>[http:// ULaMMPnm.com/page/tentang-kami-1.htm1](http://ULaMMPnm.com/page/tentang-kami-1.htm1).

jangka panjang, jangka pendek atau program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya, guna membantu para nasabah mengembangkan usahanya.

## 2. Nasabah

### a. Analisis Konsumen

Analisis konsumen (*customer analysis*) pengamatan dan evaluasi kebutuhan, hasrat, dan keinginan konsumen, penganalisisan informasi konsumen, mengevaluasi strategi pemosisian pasar, pengembangan profil konsumen dan penentuan strategi segmentasi pasar yang optimal.

Informasi yang dihasilkan oleh analisis konsumen bisa jadi sangat penting dalam pengembangan pernyataan misi yang efektif. Profil konsumen memaparkan karakteristik demografis dari konsumen suatu organisasi. Pembeli, penjual, distributor, tenaga penjual, manajer, penjual grosir, paritel, pemasok, dan kreditor semuanya dapat berpartisipasi dalam proses pengumpulan informasi untuk mengidentifikasi secara tepat kebutuhan dan keinginan konsumen. Organisasi yang berhasil terus-menerus memonitor pola belanja saat ini dan konsumen potensial.<sup>4</sup>

### b. Analisis Perilaku nasabah

Islam adalah sebagai *Way of life* yang lengkap untuk kehidupan manusia di dunia maupun akhirat, semua aktivitas dunia menjadi media untuk kehidupan akhirat.

---

<sup>4</sup>Fred R. David, *manajemen strategis konsep*, edisi 12, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 198.

Perilaku konsumen merupakan respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku, tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk, dan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian ulang dan oleh karena itu *marketer* harus mampu:

- 1) Menjelaskan perilaku pelanggan dengan menghubungkan pengetahuan terhadap alternatif pilihan perilaku dengan pengetahuan tentang diri sendiri.
- 2) Menciptakan arah konstruksi perilaku pelanggan.
- 3) Memahami perilaku beli merupakan komponen utama dari intelijen pemasaran dan kemampuan untuk meresponnya.
- 4) Menjelaskan nilai yang dipersepsikan pelanggan.
- 5) Menjelaskan keputusan pembelian pelanggan, setelah mereka mengemukakan persepsinya tentang nilai.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Memperlihatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku beli konsumen terhadap suatu produk. Faktor-faktor tersebut sangat penting dipelajari dan dipahami secara mendalam oleh *marketer*. Kegagalan program pemasaran banyak ditentukan oleh ketidakmampuan menerjemahkan faktor-faktor tersebut ke dalam desain produk, penentuan harga, *positioning*, dan program komunikasi pemasaran.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Ali Hasan, *Op.Cit*, hlm. 47-51.

### 3. Pengertian Produk M3.50 (Modal Mikro *Murābahah* 50)

Produk M3.50 (Modal Mikro *Murābahah* 50) pembiayaan yang diberi pihak PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan mulai dari Rp 25.000.000; sampai dengan Rp 50.000.000;.

Plafond	: > Rp25 .000.000 s/d Rp 50.000.000
Tenor	: Maksimal 36 bulan
Administrasi	: 1,5 % dari plafond
Agunan	: Wajib
Pencairan	: Transfer
Bunga	: ditetapkan secara berkala oleh komite ALCO ( <i>Asset Liability Committee</i> ) – memo divisi TPD.
Pengikatan	: pengikatan di bawah tangan + kuasa penyerahan dan penjualan jaminan. <sup>6</sup>

#### a. Syarat Melakukan Pembiayaan Produk M3.50

Dalam menyalurkan pembiayaan setiap bank dan perusahaan pembiayaan dipastikan akan melakukan analisa kelayakan terhadap calon nasabahnya. Hal yang dianalisa biasanya menyangkut kelayakan dari sisi permodalan (*capital*), karakter (*character*), kapasitas usaha/mengangsur (*capacity*), jaminan (*collateral*), dan kondisi perekonomian pada umumnya (*condition*) atau 5C. Yang menjadi perbedaan mungkin hanya terletak dari bagaimana aspek yang diprioritaskan serta persyaratan yang ditetapkan sesuai pertimbangan masing-masing bank/perusahaan pembiayaan.

---

<sup>6</sup> Divisi pusat pendidikan dan pelatihan, *Op. Cit*, hlm. 19.

#### 1) Syarat untuk menjadi mitra ULaMM Syariah

Untuk menjadi mitra ULaMM gampang, asalkan sudah punya usaha yang prospektif minimal 2 tahun, usahanya bisa di bidang perdagangan, maupun usaha lain yang bersifat komersil baik untuk modal kerja atau investasi. Besaran nilainya mulai dari 1 juta sampai dengan 200 juta (tergantung dari kebutuhan dan skala usaha calon nasabah) dengan skema/pola pembiayaan syariah. Prosesnya dimulai dari kunjungan *on the spot* Marketing unit ULaMM Syariah ke lokasi calon nasabah, pada tahap ini Marketing unit ULaMM Syariah melihat kondisi usaha calon debitur untuk kemudian dibuat ringkasan hasil pengamatan usaha calon debitur sekaligus menilai kelayakan pemberian pinjaman pembiayaan yang akan diberikan. Syarat lain yang diminta tentu identitas lengkap calon debitur berupa KTP, KK, dll, serta dibutuhkan juga jaminan berupa aktiva bergerak atau aktiva tetap seperti Kendaraan, gedung, rumah dan tanah. Setelah persyaratan yang dipenuhi dan kelayakan usaha dinilai prospektif maka kantor ULaMM Syariah segera mencairkan pembiayaan dalam waktu singkat yaitu 3 hari kerja setelah dokumen lengkap.

Sistem pembayaran angsuranpun mudah, bisa harian, mingguan dan bulanan. Cara pembayaran angsurannya bisa dijemput melalui petugas ULaMM (Kolektor), bisa juga langsung ke Kasir di Kantor



ULaMM Syariah atau transfer antar bank ke rekening ULaMM Syariah.

**Sifat :**

- a) Umum : untuk semua sektor ekonomi yang bersifat komersil.
- b) Individual : untuk perorangan.
- c) Selektif : untuk yang memenuhi persyaratan.
- d) Margin (bunga) bersaing.

**Ketentuan :**

- a) Margin (bunga) bersaing & syarat mudah.
- b) Plafon pembiayaan sampai dengan Rp 200 juta.
- c) Memenuhi kebutuhan Modal Kerja, dan Investasi.
- d) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 48 bulan.
- e) Memperoleh Asuransi Jiwa, dan Meninggal Dunia (AKK).
- f) Agunan tidak harus sertifikat.

**Mamfaat :**

- a) Mendukung berbagai keperluan pembiayaan usaha dengan memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi.
- b) Mendapat pembinaan dan berupa pelatihan-pelatihan dan konsultasi terhadap nasabah UMKM agar usahanya bisa berkembang sehingga mampu megakses permodalan yang lebih besar.

### **Kemudahan :**

- a) Agunan tidak harus sertifikat.
- b) Margin (bunga) bersaing, jangka waktu tangguh 1,2,3 atau 4 tahun ( nilai plafon Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 200.000.000,-).
- c) Proses Aplikasi cepat yaitu 3 hari kerja setelah dokumen lengkap.
- d) Pemberitahuan persetujuan pembiayaan dan tanggal jatuh tempo pembayaran melalui sms atau telephon.
- e) Tidak perlu membuka rekening tabungan di ULaMM.

### **Dokumen yang diperlukan :**

- a) Foto copy KTP Suami-Istri.
- b) Foto copy Kartu Keluarga (KK).
- c) Foto copy Buku Nikah.
- d) Pas foto suami istri.
- e) Foto copy agunan (surat tanah/BPKB kendaraan bermotor).
- f) Surat izin usaha/surat keterangan usaha.
- g) Catatan/pembukuan usaha terakhir (Bon/Faktur).

#### **4. Konsep Produk Pembiayaan ULaMM Syariah**

##### **a. Pengertian Pembiayaan**

Pengertian pembiayaan menurut Undang-undang perbankan nomor 21 tahun 2008 ayat 1 dan 25”penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa : transaksi bagi hasil dalam bentuk *muḍarābah dan musyā rakah*; transaksi sewa-menyewa dalam bentuk

*ijārah* atau sewa beli dalam bentuk *ijārah muntahiya bittamlik*, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murābahah*, *salam*, dan *istisnha*; transaksi pinjam-meminjam dalam bentuk piutang *qarth*; dan transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank syariah dan/ UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/ atau diberi fasilitas dana mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.<sup>7</sup>

Pada bank konvensional kegiatan pembiayaan dikenal dengan istilah kredit yaitu penyediaan atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam melunasi utangnya setelah waktu tertentu dengan pemberian bunga.<sup>8</sup>

Pembiayaan (*financing*) adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

#### b. Produk Pembiayaan

Pembiayaan dalam perbankan syariah menurut Al-Harran (1999) dapat dibagi tiga.

---

<sup>7</sup> Undang-undang Perbankan No. 21 thn. 2008.

<sup>8</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 92.

- 1) *Return bearing financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.
- 2) *Return free financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan (*poor*), sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- 3) *Charity financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditor) menggunakan pola bagi hasil (*muḍarābah* dan *musyārahah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murābahah*, *salam*, dan *istiṣhna*) dan pola sewa (*ijārah* dan *ijārah muntahiya bittamlik*).<sup>9</sup>

Produk lain yang cukup penting adalah pembiayaan proyek, pembiayaan ekspor, pembiayaan pertanian, dan pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Akad-akad yang digunakan lebih spesifik sesuai dengan karakteristiknya. Pembiayaan pertanian menggunakan pola bagi hasil

---

<sup>9</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 122-123.

(*muḍarābah* dan *musyārahah*) pembiayaan pertanian menggunakan pola jual beli (*murābaḥah*).<sup>10</sup>

#### 1. Pembiayaan Modal Kerja

Modal kerja merupakan dana yang terikat dalam aset lancar perusahaan yang dibutuhkan untuk menjalankan aktifitas operasional perusahaan. Modal kerja yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah modal kerja bersih yang dimiliki. Modal kerja bersih atau disebut juga dengan *net working capital* adalah selisih antara aset lancar dan kewajiban lancar.<sup>11</sup>

Modal kerja bersih perusahaan positif bila aset lancar lebih besar dibanding dengan kewajiban lancar. Sebaliknya, dalam hal aset lancar lebih rendah dibanding dengan kewajiban lancar, menunjukkan modal kerja bersihnya negatif. Modal kerja sangat diperlukan untuk menjalankan kelancaran aktifitas usaha. Perusahaan sering dihadapkan pada masalah kekurangan modal kerja bila akan meningkatkan volume usahanya. Bank dapat membantu mengatasi kesulitan kekurangan modal kerja dengan memberikan fasilitas pembiayaan modal kerja.

Kebutuhan pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain:

- a. Bagi hasil: *muḍarābah*, *musyārahah* dan
- b. Jual beli: *murābaḥah*, *salam*.

---

<sup>10</sup>*Ibid*, hlm. 124.

<sup>11</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta : IIT Indonesia, 2003). 129.

### 1) Bagi hasil

Kebutuhan modal kerja usaha yang beragam, seperti untuk membayar tenaga kerja, rekening listrik dan air, bahan baku, dan sebagainya, dapat dipenuhi dengan akad *muḍarābah* atau *musyārakah*. Sebagai contoh, usaha rumah makan, usaha bengkel, usaha toko kelontong, dan sebagainya.

Dengan bagi hasil, kebutuhan modal kerja pihak pengusaha terpenuhi, sementara kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari pembagian risiko yang adil. Agar bank syariah dapat berperan aktif dalam usaha dan mengurangi kemungkinan risiko.<sup>12</sup>

### 2) Jual Beli

Kebutuhan modal kerja usaha perdagangan untuk membiayai barang dagangan dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola jual beli dengan akad *murābahah*. Dengan berjual beli, kebutuhan modal pedagang terpenuhi dengan harga tetap, sementara bank syariah mendapat keuntungan margin tetap dengan meminimalkan risiko.

Kebutuhan modal kerja usaha kerajinan dan produsen kecil dapat juga dipenuhi dengan akad *salam*. Dalam hal ini, bank syariah menyuplai mereka dengan *input* produksi sebagai modal salam yang ditukar dengan komoditas mereka untuk dipasarkan

---

<sup>12</sup> Ascarya, *Op.Cit*, hlm. 124-125.

kembali.

## 2. Pembiayaan Investasi

Kebutuhan pembiayaan investasi dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain:

- a. Bagi hasil: *muḍarābah*, *musyārahah*
- b. Jual beli: *murābahah*, *isthiṣna*, dan
- c. Sewa: *ijārah* atau *ijārah munṭahiya bittamlik*.

### 1) Bagi Hasil

Kebutuhan investasi secara umum dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola bagi hasil dengan akad *muḍarābah* atau *musyārahah*. Sebagai contoh, pembuatan pabrik baru, perluasan pabrik, usaha baru, perluasan usaha, dan sebagainya.

Dengan cara ini bank syariah dan pengusaha berbagi risiko usaha yang saling menguntungkan dan adil. agar bank syariah dapat berperan dalam kegiatan usaha dan mengurangi kemungkinan risiko.<sup>13</sup>

### 2) Jual Beli

Kebutuhan investasi sebagiannya juga dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola jual beli dengan akad *murābahah*. Sebagai contoh, pembelian mesin, pembelian kendaraan untuk usaha, pembelian tempat usaha, dan sebagainya. Dengan cara ini bank syariah mendapat keuntungan margin jual beli dengan

---

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm. 125.

risiko yang minimal. Sementara itu, pengusaha mendapatkan kebutuhan investasinya dengan perkiraan biaya yang tetap dan mempermudah perencanaan.

Kebutuhan investasi yang memerlukan waktu untuk membangun juga dapat dipenuhi dengan akad *isthisna*, misalnya untuk industri pembuatan lokomotif, kapal, dan sebagainya.

### 3) Sewa

Kebutuhan aset investasi yang biayanya sangat tinggi dan memerlukan waktu lama untuk memproduksinya pada umumnya tidak dilakukan dengan cara berbagi hasil atau kepemilikan karena risikonya terlalu tinggi atau kebutuhan modalnya tidak terjangkau. Kebutuhan investasi seperti itu dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola sewa dengan akad *ijārah*.<sup>14</sup>

Dengan cara ini bank syariah dapat mengambil mamfaat dengan tetap menguasai kepemilikan aset dan pada waktu yang sama menerima pendapat dari sewa. Penyewa juga mengambil mamfaat dari skim ini dengan terpenuhinya kebutuhan investasi yang mendesak dan mencapai tujuan dalm waktu yang wajar tanpa harus mengeluarkan biaya modal yang besar.

### 3. Pembiayaan Aneka Barang, perumahan, dan Properti

Kebutuhan pembiayaan aneka barang dapat dipenuhi dengan

---

<sup>14</sup>*Ibid*, hlm. 126.



berbagai cara, antara lain:

- a. Bagi hasil: *musyārahah mutanaqisah*
- b. Jual beli: *murābahah*, dan
- c. Sewa: *Ijārah muntahiya bittamlik*.

1) Bagi hasil

Kebutuhan barang konsumsi, perumahan, atau properti dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola bagi hasil dengan akad *musyārahah mutanaqisah*, misalnya pembelian mobil, sepeda motor, rumah, apartement, dan sebagainya.<sup>15</sup>

Dengan cara ini bank syariah dan nasabah bermitra untuk membeli aset yang diinginkan nasabah. Aset tersebut disewakan kepada nasabah. Bagian sewa dari nasabah digunakan sebagai cicilan pembelian porsi aset yang dimiliki oleh bank syariah, sehingga pada periode waktu tertentu, aset tersebut sepenuhnya telah dimiliki oleh nasabah.

2) Jual Beli

Kebutuhan barang konsumsi, perumahan atau properti apa saja secara umum dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola jual beli dengan akad *murābahah*.

Dengan akad ini bank syariah memenuhi kebutuhan nasabah dengan membelikan aset yang dibutuhkan nasabah dari *supplier* kemudian menjual kembali kepada nasabah dengan

---

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm. 127.

mengambil margin keuntungan yang diinginkan. Selain mendapat keuntungan margin, bank syariah juga hanya menanggung risiko yang minimal. Sementara itu, nasabah mendapatkan kebutuhan asetnya dengan harga yang tetap.

### 3) Sewa

Kebutuhan barang konsumsi, perumahan, atau properti dapat juga dipenuhi dengan pembiayaan berpola sewa dengan akad *ijārah munṭahiya bittamlik*.

Dengan akad bank syariah membeli aset yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakannya kepada nasabah dengan perjanjian pengalihan kepemilikan di akhir periode dengan harga yang disepakati di awal akad.<sup>16</sup>

### c. Analisis Pemberian Pembiayaan

Sebelum suatu fasilitas pembiayaan diberikan maka bank harus merasa yakin bahwa pembiayaan yang diberikan benar-benar akan kembali. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian pembiayaan sebelum pembiayaan tersebut disalurkan. Penilaian pembiayaan dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya.

---

<sup>16</sup>*Ibid*, hlm. 127-128.

Penilaian dengan analisis 5C yaitu:<sup>17</sup>

1) *Character*

*Character* merupakan sifat atau watak seseorang. Sifat atau watak dari orang-orang dari orang yang akan diberikan pembiayaan harus benar-benar dapat dipercaya. Untuk membaca watak tersebut dapat dilihat dari latar belakang si calon nasabah, baik yang bersifat latar belakang pekerjaan ataupun yang bersifat pribadi. Dari sifat atau watak tersebut dapat dijadikan suatu ukuran tentang kemauan nasabah untuk membayar.

2) *Capacity*

*Capacity* adalah analisis untuk mengetahui kemampuan nasabah dalam membayar pembiayaan. Dari penilaian ini terlihat kemampuan nasabah dalam mengelola bisnis. Kemampuan ini dihubungkan dengan latar belakang pendidikan dan pengalamannya mengelola usaha, sehingga akan terlihat kemampuannya dalam mengembalikan pembiayaan yang diberikan.

3) *Capital*

Untuk melihat penggunaan modal apakah efektif atau tidak dapat dilihat dari laporan keuangan. Analisis ini juga harus menganalisis dari sumber mana saja modal yang ada

---

<sup>17</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 117-119.

sekarang, termasuk persentase modal yang digunakan, berapa modal sendiri dan berapa modal pinjaman.

#### 4) *Condition*

Dalam menilai pembiayaan hendaknya juga menilai kondisi ekonomi, sosial dan politik yang ada sekarang dan prediksi di masa mendatang. Penilaian kondisi atau prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik, sehingga kemungkinan pembiayaan bermasalah relatif kecil.

#### 5) *Collateral*

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah pembiayaan yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahan dan kesempurnaannya, sehingga jika terjadi suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

### 4. Konsep Pelayanan dan Motivasi

#### a. Pelayanan

Pelayanan atau etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula.

Menurut Melayu S.P Hasibuan pelayanan adalah :

Kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>18</sup>

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah.

a) Tersedianya Karyawan yang Baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik.

b) Tersedianya Sarana dan Prasarana yang Baik

Pada dasarnya nasabah dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus

---

<sup>18</sup>Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

c) Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai.

Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.<sup>19</sup>

d) Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai dengan prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah.

e) Mampu Berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain

---

<sup>19</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 33-36.

itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

f) Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang.

g) Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu didikan khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h) Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.



i) Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khususnya dari seluruh karyawan perusahaan umumnya.<sup>20</sup>

b. Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin yang berbunyi *mevore* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia. Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang diinginkannya secara optimum.<sup>21</sup>

Menurut Ali Hasan motivasi adalah :

Motivasi adalah sebagai tenaga pendorong, yang dapat dijelaskan berdasarkan konsep yang diungkapkan oleh beberapa ahli berikut ini.

**Teori Freud:** motivasi adalah kekuatan yang mampu membentuk perilaku biologis, psikologis dan moral. Teori ini dikembangkan sebagai *motivational positioning* (penempatan persepsi produk) pada tingkat tertentu (biologis, psikologis dan moral) untuk mengembangkan sekumpulan motif yang unik dalam diri konsumen.

**Teori Maslow:** kebutuhan manusia tersusun yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Kebutuhan manusia terdiri atas kebutuhan (1) fisik, (2) rasa aman, (3) sosial, (4) penghargaan, dan (5) aktualisasi diri. Riset

---

<sup>20</sup>*Ibid*, hlm. 36-39.

<sup>21</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 25.



motivasi menemukan proporsi kepuasan dan motivasi ekonomi yang berbeda dalam hierarki kebutuhan.<sup>22</sup>

## B. Penelitian terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan Pengaruh Pelayanan dan Motivasi Terhadap Nasabah Produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

<b>Nama/ Tahun</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan Dengan Peneliti</b>
Rizqa Ramadhaning Tyas/2012	Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang.	Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah adalah signifikansi positif.	Pada penelitian Rizqa Ramadhaning Tyas memiliki variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan sedangkan peneliti memiliki variabel Pelayanan dan Motivasi. Kemudian pada variabel Y Rizqa Ramadhaning Tyas meneliti Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Sedangkan peneliti meneliti Nasabah produk M3.50 di PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.
Hendi Irawan/2008	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung di	Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel motivasi (X1), variabel belajar (X2), variabel sikap (X3), variabel persepsi (X4), variabel tingkat	Pada Penelitian Hendi Irawan memiliki variabel motivasi, belajar, sikap, persepsi, tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis

<sup>22</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 54.

Sambungan tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Bank Syariah Mandiri Cabang Malang	keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang (Y) dengan koefisien regresi berganda (R) 0,648 (64,8%) dan tingkat signifikan 0,000 serta nilai F hitung sebesar 13,635. Selain itu nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah 0,390 (39,0%).	sedangkan peneliti memiliki variabel pelayanan dan motivasi. Kemudian pada variabel Y Hendi Irawan meneliti Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Lampung. Sedangkan peneliti meneliti Nasabah produk M3.50 di PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.
--	------------------------------------	---	--

Sedangkan penelitian ini adalah mengenai Pengaruh Pelayanan dan Motivasi nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan. Yang memfokuskan pada pelayanan dan motivasi yang mempengaruhi nasabah produk M3.50.

### C. Kerangka Berfikir

Pelayanan atau etika pemasaran produk jasa bank harus dilakukan dengan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah

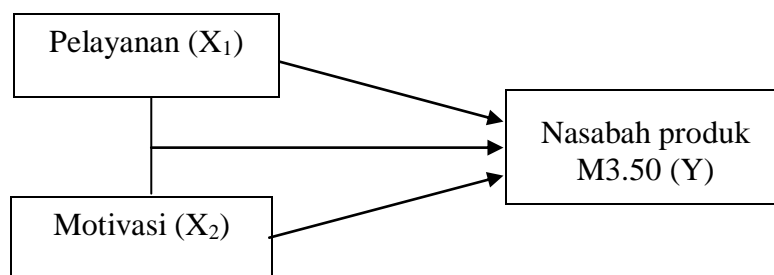
bank bersangkutan. Apabila pelayanan dan etika bank dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produknya diharapkan akan berhasil baik pula.<sup>23</sup>

Motivasi berasal dari bahasa latin yang berbunyi *mevore* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia. Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang diinginkannya secara optimum.<sup>24</sup>

Produk M3.50 (Modal Mikro *Murābahah* 50) pembiayaan yang diberi pihak PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan mulai dari Rp 25.000.000; sampai dengan Rp 50.000.000;.<sup>25</sup> Kerangka teori dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana faktor-faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

Berikut ini gambar model kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

Gambar.2.1  
Model Kerangka Fikir



<sup>23</sup>Malayu S.P. Hasibuan, *Op.Cit.* hlm. 152.

<sup>24</sup>Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit.* hlm. 25.

<sup>25</sup>Divisi pusat pendidikan dan pelatihan, *Op. Cit.* hlm. 19.

Pelayanan yang baik dan memuaskan nasabah yang diberikan oleh pihak PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah produk M3.50. Begitu juga motivasi yang diberikan kepada nasabah, akan mempengaruhi nasabah melakukan pembiayaan M3.50 untuk mengembangkan nasabahnya.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang perlu mendapat pengujian penelitian. Hipotesis dapat diterima apabila fakta membenarkan dan dapat ditolak apabila fakta tidak membenarkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa “Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.<sup>26</sup>

Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh pelayanan terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.
2. Ada pengaruh motivasi terhadap nasabah produk M3.50 ULaMM PT. PNM (Persero) Syariah Panyabungan.

---

<sup>26</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 71.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **H. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan, dan waktu penelitian dilaksanakan mulai tanggal 06 Mei 2015 sampai dengan 31 Juli 2015. Peneliti memilih tempat ini karena disinilah peneliti menemukan permasalahan yang sangat urgen untuk diteliti dan selain itu, merupakan tempat magang peneliti.

#### **I. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lainnya.<sup>27</sup>

#### **J. Sumber Data**

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penyusunan penulisan ini penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

Data primer, yaitu data yang langsung dari sumber data yang pertama dilokasi penelitian. Untuk mendapatkan data secara langsung peneliti

---

<sup>27</sup>Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

menggunakan wawancara kepada pihak bank.

Data skunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber skunder dari data yang kita butuhkan, misalnya seperti: Buku, Majalah, Koran, Brosur, Internet, dan jurnal yang memuat artikel-artikel.<sup>28</sup>

## **K. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi

Populasi adalah merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.<sup>29</sup> Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi adalah nasabah dalam pembiayaan produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan berjumlah 240 orang.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Penetapan sampel yang dilakukan oleh peneliti adalah berpedoman kepada pendapat dari Suharsimi Arikunto, bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.<sup>30</sup> Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung kepada kemampuan peneliti, sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek dan besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti.

---

<sup>28</sup>Burhan Mungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, edisi 1, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 122.

<sup>29</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 161.

<sup>30</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Op.Cit*, hlm. 107.

Dengan demikian, karena jumlah populasi lebih dari 100, maka sampel diambil 15% dari jumlah populasi yaitu 15% dari 240 populasi sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 36 sampel.

## **L. Instrumen Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang di perlukan data dalam menguji hipotesis di perlukan suatu instrumen penelitian. Instrumen dalam penelitian sangat penting sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat.

Hal ini sejalan dengan pendapat Suharsimi Arikunto yang mengatakan bahwa “instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih muda diolah”.<sup>31</sup>

Untuk menjaring data yang dibutuhkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan tehknik pengumpulan data yaitu antara lain:

### **1. Angket**

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengsn maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>32</sup>

Sejalan dengan itu Sukardi menyatakan bahwa kuisoner atau angket dimana dalam angket tersebut terdapat beberapa pertanyaan yang

---

<sup>31</sup>Margono, *Metodologi Penelitian*, (Semarang: Rineka Cipta, 1996), hlm. 160.

<sup>32</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm.136.

berhubungan erat dengan masalah penelitian yang akan dipecahkan, disusun dan disebarkan koresponden untuk memperoleh informasi dilapangan.<sup>33</sup> Dalam hal ini peneliti menggunakan skala likert (*Likert Scale*) yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuan-nya terhadap subjek, obyek, atau kejadian tertentu. Skala pengukuran ini menggunakan konsep jarak atau interval yang sama (*equality interval*) karena skala ini menggunakan angka 0 (no) sebagai titik awal perhitungan. Kuesioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut<sup>34</sup>:

Tabel 3.2  
Skala Likert

Keterangan	SS	S	RR	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS : Sangat setuju

S : Setuju

RR : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

---

<sup>33</sup>Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*, (Jakarta: Buni Aksara, 2013), hlm. 76.

<sup>34</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 87.



Tabel 3.3  
Kisi-kisi Angket Variabel Pelayanan

NO	Indikator	Nomor Soal
1	Mampu melayani dan mengerti kebutuhan nasabah dengan cepat.	2, 3, 4, 6
2	Tersedia karyawan yang baik dan bertanggung jawab	1, 5, 8
3	Tersedia sarana dan prasarana yang baik.	7
Jumlah		8

Tabel 3.4  
Kisi-kisi Angket Variabel Motivasi

NO	Indikator	Nomor Soal
1	Karyawan memberikan motivasi kepada nasabah	5, 7, 8
2	Memberikan solusi untuk mengembangkan usaha nasabah	1, 2, 4, 6
3	Lokasi	3
Jumlah		8

Tabel 3.5  
Kisi-kisi Angket Variabel Minat Nasabah

NO	Indikator	Nomor Soal
1	Nasabah ingin pelayanan yang memuaskan.	4, 6, 8
2	Bebas dari <i>gharar</i> dan riba	7
3	Nasabah menggunakan produk M3.50 Sebagai solusi	1, 2, 3, 5
Jumlah		8

## 2. Observasi

Observasi atau pengamatan, yaitu kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta

dibantu dengan panca indra lainnya.<sup>35</sup>

Dengan demikian observasi yang dilaksanakan penulis yaitu terjun ke ULaMM Syariah Panyabungan tersebut kemudian melakukan pengamatan secara langsung kondisi nyata dilapangan yang sesungguhnya.

## **M. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.0. Pada program SPSS teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dan *Correted Item-Total Corelation*. Penelitian ini menggunakan cara yang kedua yaitu *Correted Item-Total Corelation*. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi.

Pengujian dilakukan dengan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0.05.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0.05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

---

<sup>35</sup>M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 133.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0.05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).<sup>36</sup>

## 2. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan menggunakan program SPSS versi 21.0.

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0.05. artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari  $r$  kritis *product moment*, atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0.6.<sup>37</sup>

## 3. Pengujian asumsi klasik

Model pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik agar menghasilkan nilai parameter yang sah. Pengujian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji linearitas pengujian asumsi klasik dengan menggunakan *SPSS versi 21.0*.

### a. Uji Normalitas

Dalam menguji normalitas butir angket pelayanan dan motivasi terhadap peningkatan jumlah nasabah baru produk M3.50 ini peneliti mengujinya melalui *SPSS 21.0*.

---

<sup>36</sup> Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 23.

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 26.

b. Uji multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau yang pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan garis regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerance and variance inflation factor*. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas yaitu mempunyai nilai VIF < 10 dan angka *Tolerance* < 1.<sup>38</sup>

c. Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Hal ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

## **N. Teknik Analisa Data**

### **1. Analisis Regresi Berganda**

Analisis Regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen pelayanan ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu nasabah produk M3.50 ULaMM Syariah

---

<sup>38</sup> Maharani, Skripsi dengan judul: *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan rakyat syariah (bprs) oloan ummah sedimpuan kota padangsidimpuan*. Thn. 2014, hlm. 48-49.

Panyabungan. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut<sup>39</sup>:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Nasabah produk M3.50

a : Konstanta

$b_1b_2$  : Koefisien regresi

$X_1$  : Pelayanan

$X_2$  : Motivasi

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) variabelnya terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu.<sup>40</sup>

## 3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Hipotesis nol atau ( $H_0 : b_1 = 0$ )

---

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op.Cit*, hlm. 211.

<sup>40</sup> Morison, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.349.

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen. Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:  $H_a : b_1 \neq 0$

Artinya, Variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **4. Uji F**

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$ .

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 238-239.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

#### 1. Sejarah PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah

PT. Permodalan Nasional Madani (Persero), sebuah Lembaga Keuangan Khusus yang sahamnya 100% milik Pemerintah, didirikan di Jakarta berdasarkan TAP XVI/MPR/1998, Letter of Intent IMF tanggal 16 Maret 1999, PP No. 38/99 tanggal 25 Mei 1999 dan Akte Notaris No. 1 tanggal 1 Juni 1999 yang mendapat pengesahan Menteri Kehakiman RI No. C-11.609.HT.01.01.TH 99 tanggal 23 Juni 1999. Dari modal dasar perseroan ini sebesar Rp. 1,2 trilyun, telah ditempatkan dan disetorkan sebesar 300 milyar.

Tugas utama PNM adalah memberikan solusi pembiayaan pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Koperasi (UMKMK) dengan kemampuan yang ada berdasarkan kelayakan usaha serta prinsip ekonomi pasar. Dengan pengembangan model lembaga keuangan alternatif maka pendekatan pembiayaan yang dilakukan PNM tidak seperti pendekatan perbankan. Penguatan manajemen juga diberikan oleh PNM sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan penguatan permodalan. Dalam operasinya, kebijakan PNM ini bekerja sama dengan lembaga-lembaga keuangan seperti Lembaga Modal Ventura, Bank Umum/Syariah, Koperasi Simpan Pinjam, BPR/S, maupun Lembaga Keuangan Mikro/Syariah lainnya di seluruh propinsi Indonesia.

Fokus usaha yang perlu segera dikembangkan antara lain sektor agribisnis yang meliputi bidang pangan, perkebunan, perikanan, peternakan, kehutanan, industri rumah tangga yang berorientasi ekspor atau substitusi impor, padat karya dan menghasilkan nilai tambah, di samping sektor jasa seperti pengembang, pariwisata dan tenaga kerja. Nilai tambah yang dimaksud menyangkut konsep dagang, pemanfaatan teknologi dan kualitas produk.

Sumber pembiayaan yang disalurkan PNM berasal dari modal pemerintah, dan kini dalam penjangkauan untuk memperoleh pinjaman dalam dan luar negeri. Sumber pembiayaan yang berasal dari investor lokal dan luar negeri dapat dihimpun oleh PNM melalui pengelolaan dana investasi oleh unit usaha PNM Investment Management.

Sesuai SK Menteri Keuangan RI No. 487/KMK.017/1999 tanggal 13 Oktober 1999, PNM telah ditetapkan menjadi salah satu BUMN Koordinator Penyalur Kredit Program eks KLBI yang sebelumnya dilaksanakan oleh Bank Indonesia.

Dengan dukungan Pemerintah dan seluruh masyarakat Indonesia, PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) dikelola dengan prinsip-prinsip profesionalisme, transparansi, dan good corporate governance siap melangkah memasuki era Indonesia Baru, menuju masyarakat Madani yang dicita-citakan.

PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan berdiri pada tanggal 9 Februari 2011, dimana PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan ini masih



termasuk perusahaan yang masih tergolong baru PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan berusaha semaksimal mungkin melaksanakan visi dan misi dari PT. PNM ULaMM itu sendiri agar lebih cepat dikenal masyarakat dan menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.

## 2. Visi dan Misi ULaMM Syariah

- a. Visi Menjadi lembaga pembiayaan terkemuka dalam meningkatkan nilai tambah secara berkelanjutan bagi usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi (UMKMK) yang berlandaskan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG).
- b. Misi Secara umum, Perseroan mengemban misi sebagai berikut:
  - 1) Meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Koperasi.
  - 2) Meningkatkan akses pembiayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Koperasi kepada lembaga keuangan baik bank maupun non-bank dalam rangka perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
  - 3) Meningkatkan kreativitas dan produktivitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Koperasi.

Untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan perusahaan, PNM mengembangkan budaya perusahaan yang memegang kuat komitmen pada: 1. Kualitas produk dan jasa.

2. Perusahaan yang bersih, transparan dan professional.
3. Suasana kerja yang kondusif dan meningkatkan kompetensi SDM.

Tujuan Strategis Perseroan telah menetapkan tujuan strategis dalam mengelola perusahaan, yaitu:

- a) Meningkatkan posisi dan peran perusahaan sebagai penyedia jasa pembiayaan dan jasa manajemen untuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Koperasi, yang didukung oleh rangkaian produk lengkap, baik konvensional (berbasis bunga) maupun syariah; pelayanan secara langsung kepada usaha mikro kecil dan atau bermitra dengan BPR/S, KJK/S, dan Lembaga lainnya.
- b) Mewujudkan sustainabilitas perusahaan, dengan pertumbuhan aset dan laba serta struktur permodalan yang optimal.
- c) Melaksanakan peningkatan dan perbaikan berkelanjutan (continual improvement) atas infrastruktur, organisasi dan proses bisnis, untuk menyediakan layanan yang berkualitas dan sesuai kebutuhan UMKM&K, serta didukung oleh proses pelayanan prima secara cepat dan tepat.
- d) Menciptakan lingkungan kerja dan budaya perusahaan yang kondusif untuk mendorong kreativitas dan pembelajaran yang berkesinambungan, guna meningkatkan produktivitas karyawan.

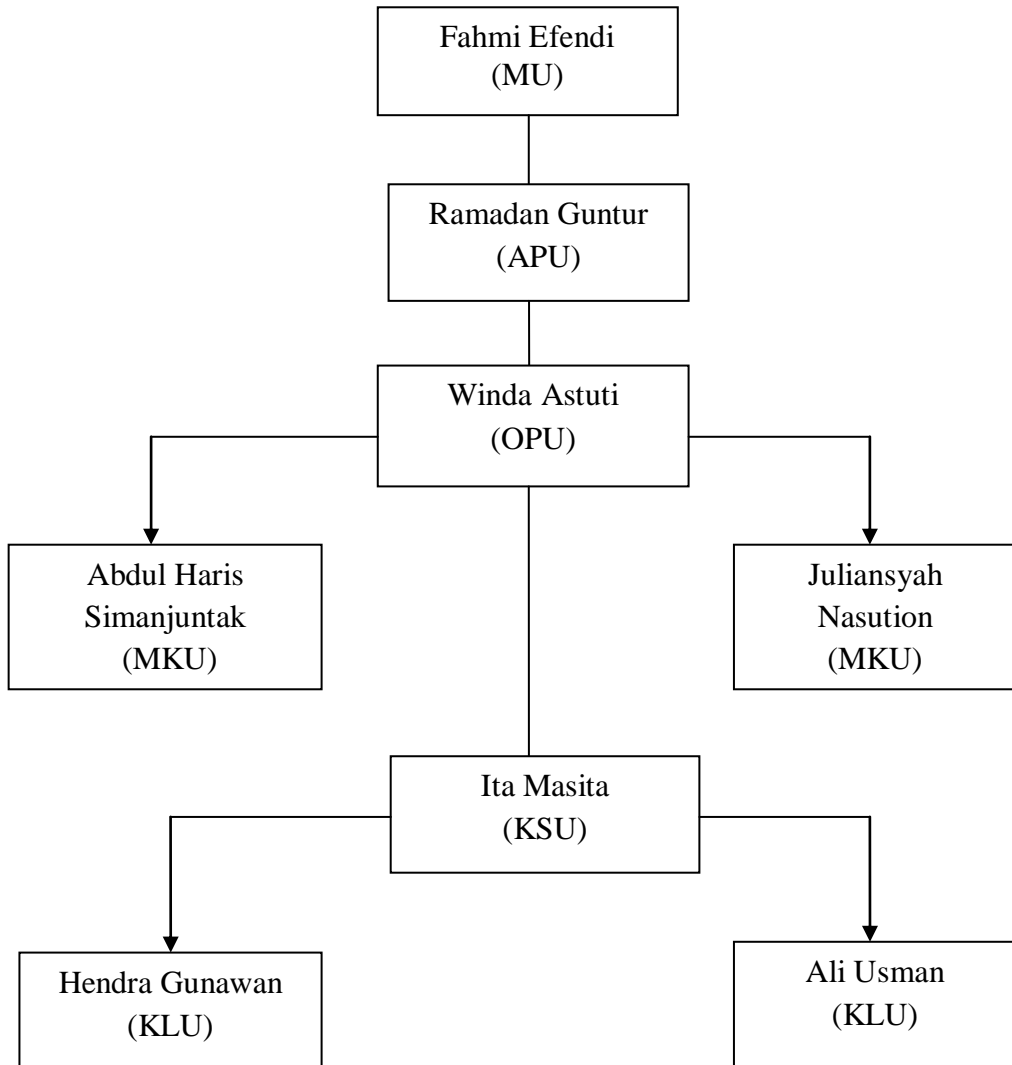
Tujuan strategis tersebut kemudian dipaparkan dengan menggunakan alat manajemen Balance Scorecard (BSC) dalam bentuk enam sasaran strategis, yakni keuangan, sasaran internal, sasaran eksternal, sumber daya manusia, teknologi informasi dan pertumbuhan dan inovasi, yang disertai dengan indikator kinerja (performance indicator).

PNM mentransformasi falsafah ILMU PADI sebagai budaya usaha. ILMU PADI adalah kiasan atas gambaran sikap hidup karyawan PNM, yaitu “Semakin berisi, semakin merunduk”. Semakin tinggi pengetahuan, kompetensi dan kualitas seseorang, maka semakin rendah hatinya. Selain sehari-hari dekat dengan masyarakat, padi juga menjadi lambang kemakmuran dan kesejahteraan. ILMU PADI adalah akronim berisi prinsip-prinsip hidup yang menjadi falsafah kerja perusahaan.

### 3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1  
Struktur Organisasi

Sumber PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan



#### 4. Produk-Produk ULaMM Syariah

##### a. Mikro Madani 10 (MM 10)

Plafond	1 juta s/d 10 juta
Tenor	Max 12 Bulan
Administrasi	1,5% dari plafond
Agunan	Wajib
Pencairan	Transfer atau Cash Money
Bunga	Di tetapkan secara berkala oleh komite ALCO (Asset Liability Committee) – memo divisi TPD
Pengikatan	Pengikatan di bawah tangan

##### b. Mikro Madani 25 (MM 25)

Plafond	>10 juta s/d 25 juta
Tenor	Max 24 bulan
Administrasi	1,5% dari plafond
Agunan	Wajib
Pencairan	Transfer
Bunga	Ditetapkan secara berkala oleh komite ALCO (Asset Liability Committee) – memo divisi TPD
Pengikatan	Pengikatan di bawah tangan + kuasa penyerahan dan penjualan jaminan

##### c. Mikro Madani 50 (MM 50)

Plafond	>25 juta s/d 50 juta
Tenor	Max 36 bulan
Administrasi	1,5% dari plafond
Agunan	Wajib
Pencairan	Transfer
Bunga	Ditetapkan secara berkala oleh komite ALCO (Asset Liability Committee) – memo divisi TPD
Pengikatan	Pengikatan di bawah tangan + Kuasa penyerahan dan penjualan jaminan

##### d. Mikro Madani 100 ( MM 100)

Plafond	>50 juta s/d 100 juta
Tenor	Max 36 bulan
Administrasi	1,5% dari plafond
Agunan	Wajib
Pencairan	Transfer
Bunga	Ditetapkan secara berkala oleh komite ALCO (Asset Liability Committee) – memo divisi TPD
Pengikatan	Pengikatan dibawah tangan plus legalisir + Notariil (APHT/Cessie/Fidusia)

e. Mikro Madani 200 (MM 200)

Plafond	>100 juta s/d 200 juta
Tenor	Max 48 bulan
Administrasi	1,5% dari plafond
Agunan	Wajib
Pencairan	Transfer
Bunga	Ditetapkan secara berkala oleh komite ALCO (Asset Liability Committee) – memo divisi TPD
Pengikatan	Pengikatan dibawah tangan plus legalisir + Notariil (APHT/Cessie/Fidusia)

f. Mikro Madani 50 Prima (MM 50 Prima)

- 1) 1 juta s/d 50 juta
- 2) Track record pinjaman min 1 tahun lancar
- 3) Administrasi 1,5%
- 4) Provisi 1,5 tenor 1 tahun; 2,5% tenor 2 tahun dan 3,5% tenor 3 tahun
- 5) Agunan wajib ( Agunan khusus *inventory* maksimal 20% dari plafond – Memo M-046/PNM/PPJ/IV/2012)
- 6) Asuransi Jiwa & Jamkrindo
- 7) Memiliki no telepon tempat tinggal/usaha/ saudara
- 8) Usaha minimal 2 tahun
- 9) 24 bulan untuk modal kerja & 36 bulan untuk investasi Pengikatan di bawah tangan + Kuasa penyerahan dan Penjualan Jaminan.

g. Mikro Madani SUP 50 (MM SUP 50)

- 1) Plafond Pinjaman 1 juta s/d 50 juta
- 2) Tenor angsuran maksimal 36 bulan
- 3) Administrasi 3% s/d 5%

- a) 3% untuk tenor angsuran 1 tahun
  - b) 4% untuk tenor angsuran 2 tahun
  - c) 5% untuk tenor angsuran 3 tahun
  - 4) Rate/suku bunga sesuai ketentuan SUP
  - 5) Tidak boleh ada pinjaman Modal Usaha
- h. Mikro Madani SUP 500 ( MM SUP 500 )
- 1) Plafond Pinjaman >50 juta s/d 200 juta
  - 2) Tenor angsuran maksimal 36 bulan
  - 3) Administrasi 3% s/d 5%
    - a) 3% untuk tenor angsuran 1 tahun
    - b) 4% untuk tenor angsuran 2 tahun
    - c) 5% untuk tenor angsuran 3 tahun
  - 4) Rate/suku bunga sesuai ketentuan SUP
  - 5) Tidak boleh ada pinjaman Modal Usaha

## **B. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Uji coba dilakukan kepada 36 orang untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan).

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 36 responden dengan 8 pertanyaan untuk variabel Pelayanan ( $X_1$ ), 8 pertanyaan untuk variabel Motivasi ( $X_2$ ), 8

pertanyaan untuk variabel Y, dan r tabel signif 5% dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 34$  sehingga r tabel diperoleh 0,344 (tabel r terlampir) untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut valid.

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated Item- Total Correlation* pada output SPSS Versi 21.0 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Hasil uji validitas pada Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

Nomor Item Pertanyaan	<i>r<sub>hitung</sub></i>	Keterangan
1	0.387	Valid
2	0.819	Valid
3	0.571	Valid
4	0.819	Valid
5	0.771	Valid
6	0.442	Valid
7	0.344	Valid
8	0.551	Valid

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

**Tabel 4.2**  
**Hasil uji validitas pada Motivasi (X<sub>2</sub>)**

Nomor Item Pertanyaan	<i>r<sub>hitung</sub></i>	Keterangan
1	0.920	Valid
2	0.493	Valid
3	0.358	Valid
4	0.920	Valid
5	0.493	Valid
6	0.590	Valid
7	0.606	Valid
8	0.364	Valid

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015



**Tabel 4.3**  
**Hasil uji validitas pada nasabah (Y)**

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	Keterangan
1	0.552	Valid
2	0.701	Valid
3	0.677	Valid
4	0.470	Valid
5	0.438	Valid
6	0.665	Valid
7	0.552	Valid
8	0.701	Valid

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Dari tabel 1,2,3 di atas dapat dilihat bahwa semua pertanyaan valid karena nilai koefisien korelasi lebih besar dari r tabel (0,344).

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.4**  
**Hasil uji reliabilitas pada Pelayanan (X<sub>1</sub>)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	8

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

**Tabel 4.5**  
**Hasil uji reliabilitas pada Motivasi (X<sub>2</sub>)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	8

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji reliabilitas pada nasabah (Y)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	8

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Dari tabel 4,5,6 dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut valid dan reliabel untuk mengukur pengaruh pelayanan dan motivasi nasabah produk M3.50.

### 3. Uji Asumsi Klasik

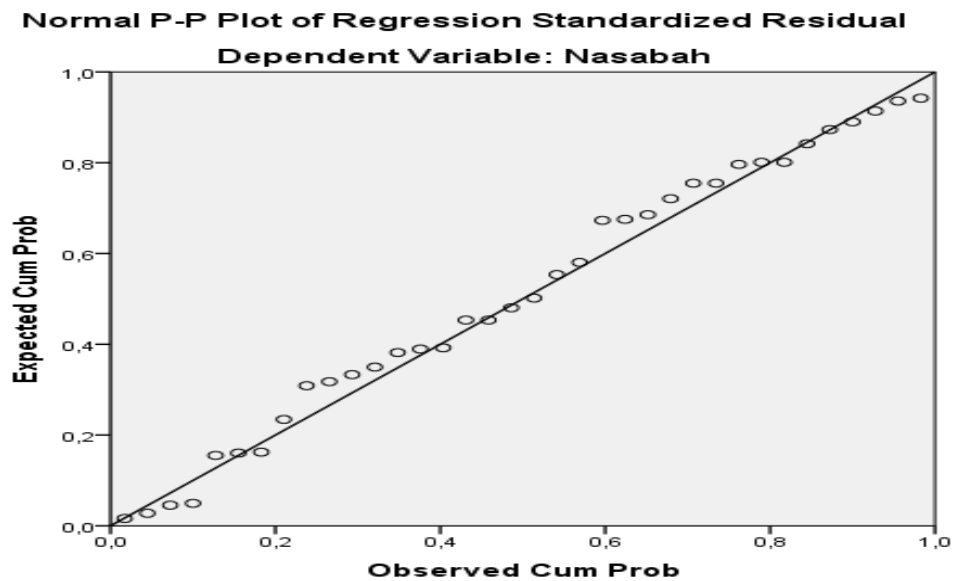
#### a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal apakah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik), pada sumbu diagonal pada grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan apabila data

menyebarkan jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**



Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Dari gambar grafik tersebut dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka data di atas normal.

## b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.7**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12,498	5,118		2,442	,020		
1 Pelayanan	,295	,122	,358	2,418	,021	,996	1,004
Motivasi	,341	,137	,368	2,487	,018	,996	1,004

a. Dependent Variable: Nasabah

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila VIF < 10 maka terjadi multikolinearitas. Dalam penelitian ini diperoleh VIF variabel X<sub>1</sub> dengan nilai sebesar 1,004 dan X<sub>2</sub> dengan nilai sebesar 1,004 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> lulus dari uji multikolinearitas berdasarkan nilai VIF lebih kecil dari 10.

## c. Uji Linearitas

**Tabel 4.8**  
**Uji Linearitas Pelayanan**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			118,210	9	13,134	1,741	,130
Between	Linearity		45,772	1	45,772	6,069	,021
Nasabah * Pelayanan	Groups	Deviation from Linearity	72,438	8	9,055	1,201	,337
Within Groups			196,095	26	7,542		
Total			314,306	35			

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Untuk mendeteksi adanya linearitas dapat dilihat dari *Test for Linearity*. Apabila nilai *Test for Linearity*  $> 0,05$  maka terjadi signifikansi. Sebaliknya apabila *Test for Linearity*  $< 0,05$  maka terjadi hubungan yang linear. Dalam penelitian ini diperoleh *Test for Linearity* variabel  $X_1$  dengan nilai sebesar 0,021 yang berarti signifikansi jadi dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  lulus dari uji linearitas berdasarkan nilai *Test for Linearity* lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4.9**  
**Uji Linearitas Variabel Motivasi**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			69,708	5	13,942	1,710	,163
Between	Linearity		48,102	1	48,102	5,900	,021
Nasabah * Motivasi	Groups	Deviation from Linearity	21,606	4	5,402	,663	,623
Within Groups			244,597	30	8,153		
Total			314,306	35			

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Untuk mendeteksi adanya linearitas dapat dilihat dari *Test for Linearity*. Apabila nilai *Test for Linearity*  $> 0,05$  maka terjadi signifikansi. Sebaliknya apabila *Test for Linearity*  $< 0,05$  maka terjadi hubungan yang linear. Dalam penelitian ini diperoleh *Test for Linearity* variabel  $X_2$  dengan nilai sebesar 0,021 yang berarti signifikansi jadi dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_2$  lulus dari uji linearitas berdasarkan nilai *Test for Linearity* lebih besar dari 0,05.

## C. Penemuan dan Pembahasan

### 1. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.10**  
**Uji Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,498	5,118		2,442	,020
1 Pelayanan	,295	,122	,358	2,418	,021
Motivasi	,341	,137	,368	2,487	,018

a. Dependent Variable: Nasabah

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Adapun persamaan regresi linier berganda yang akan dimasukkan nilai-nilai pada hasil output adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 12,498 + 0,295X_1 + 0,341X_2.$$

Penjelasan dari persamaan diatas :

- Konstanta sebesar 12,498 artinya jika pelayanan ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ) nilainya adalah 0 maka pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 nilainya positif yaitu 12,498.
- Koefisien regresi variabel pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,295 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan pelayanan mengalami kenaikan 1% maka pelayanan terhadap nasabah produk M3.50 akan mengalami peningkatan sebesar 29,5%. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan terhadap nasabah produk M3.50.

c) Koefisien regresi variabel motivasi ( $X_2$ ) sebesar 0,341 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan motivasi mengalami kenaikan 1% maka nasabah produk M3.50 akan mengalami peningkatan sebesar 34,1%. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara motivasi terhadap nasabah produk M3.50.

## 2. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

**Tabel 4.11**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,530 <sup>a</sup>	,280	,237	2,618

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pelayanan

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Dari model summary di atas menunjukkan bahwa nilai  $r = 0,530$  yang menyatakan besar korelasi variabel Y dan variabel X dan  $r^2 = 0,280$  yang menyatakan variabel X menyumbang ke variabel Y sebesar 23,7%.

Nilai  $r^2 = 0,280$  menunjukkan bahwa 28% variabel pelayanan dan motivasi mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk M3.50. Sedangkan 72% yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk M3.50 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 4.12**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,498	5,118		2,442	,020
1 Pelayanan	,295	,122	,358	2,418	,021
Motivasi	,341	,137	,368	2,487	,018

a. Dependent Variable: Nasabah

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Untuk melihat kesignifikanan hubungan antar variabel dapat dilihat dengan menggunakan uji t, dengan hasil uji  $t_1 = 2,422$  dan  $t_2 = 2,418$ .

Harga uji t tersebut diuji pada taraf signifikan 5% dengan  $df=(33)$  sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}= 1.697$  dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Ketentuannya apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka ada pengaruh yang signifikan antar variabel, tetapi jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel. Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,422 > 1.697$  dan  $2,418 > 1.697$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.



## 5. Uji f

**Tabel 4.13**  
**Uji f**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	88,162	2	44,081	6,433	,004 <sup>b</sup>
1 Residual	226,144	33	6,853		
Total	314,306	35			

a. Dependent Variable: Nasabah

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Pelayanan

Sumber:SPSS Versi 21 data diolah 2015

Untuk menguji kesignifikanan pengaruh antar variabel digunakan rumus uji F dengan hasil  $F_{hitung} = 6,433$  Harga uji F tersebut diuji pada taraf signifikan 5% dengan df 1= jumlah variabel-1 (3-1=2) dan df 2= (33) sehingga diperoleh  $F_{tabel} = 2,92$  dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Ketentuannya apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka ada pengaruh yang signifikan antar variabel atau hipotesis diterima, tetapi jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel atau hipotesis ditolak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $6,433 > 2,92$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel sehingga hipotesis diterima.

Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh signifikan pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Pembiayaan *murābahah* merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan menyebutkan harga perolehan dan margin yang disepakati di awal akad. Dalam PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan nasabah adalah nasabah pembiayaan produk M3.50. Minat nasabah merupakan kecenderungan hati dalam setiap nasabah dalam memilih apa yang ia kehendaki seagai pemilik dana dan yang membutuhkan dana.

Adapun yang mempengaruhi nasabah produk M3.50 yaitu pelayanan dan motivasi. Dari hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif yang menyatakan ada pengaruh diantara kedua variabel dapat diterima. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan uji F, dengan hasil uji  $F = 6,433$  Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $6,433 > 2,92$ , maka hipotesis diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan. Adapun hasil uji t yang diperoleh sebesar  $t_1 = 2,422$  dan  $t_2 = 2,418$ . Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,422 > 1.697$  dan  $2418 > 1.697$ .

Berdasarkan perolehan skor tersebut, maka diketahui  $r^2$  sebesar 0,280, menunjukkan bahwa 28% variabel pelayanan dan motivasi berpengaruh terhadap nasabah produk M3.50. Sebanyak 72% nasabah dalam menggunakan produk M3.50 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Pengujian asumsi klasik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dan pada uji multikolinearitas dapat dilihat VIF variabel  $X_1$  dengan nilai sebesar 1,004 dan  $X_2$  dengan nilai sebesar 1,004 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Kemudian pada uji linearitas dapat dilihat *Test for Linearity variabel  $X_1$*  dengan nilai sebesar 0,021 dan  $X_2$  dengan nilai sebesar 0,021 yang berarti signifikansi.

Pada penelitian terdahulu Hendi Irawan menunjukkan bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ), variabel belajar ( $X_2$ ), variabel sikap ( $X_3$ ), variabel persepsi ( $X_4$ ), variabel tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis ( $X_5$ ), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih sistem bagi hasil produk funding Bank Syariah Mandiri Cabang Malang ( $Y$ ) dengan koefisien regresi berganda ( $R$ ) 0,648 (64,8%) dan tingkat signifikan 0,000 serta nilai  $F$  hitung sebesar 13,635. Selain itu nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah 0,390 (39,0%). Sedangkan pada penelitian Rizqa Ramadhani Tyas mempunyai hasil penelitian yaitu pengujian secara parsial menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah adalah signifikansi positif.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti, hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,422 > 1,697$  dan  $2,418 > 1,697$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Nilai  $r^2 = 0,280$  menunjukkan bahwa 28% variabel pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50.

Dengan hasil uji  $F = 6,433$ . Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $6,433 > 2,92$ , maka hipotesis diterima.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sesuai dengan hipotesis yaitu ada pengaruh pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Penulis tidak mampu mengontrol semua nasabah dalam menjawab angket yang diberikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Faktor pelayanan dan motivasi memberikan pengaruh yang signifikan mendorong nasabah dimana hasil uji  $t_1 = 2,422$  dan  $t_2 = 2,418$ . Harga uji  $t$  tersebut diuji pada taraf signifikan 5% dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,422 > 1.697$  dan  $2,418 > 1.697$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Dengan demikian produk M3.50 PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.

Nilai  $r^2 = 0,280$  menunjukkan bahwa 28% variabel pelayanan dan motivasi mempengaruhi nasabah produk M3.50 Sedangkan 72% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif yang menyatakan ada pengaruh diantara keduanya dapat diterima. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan uji F, dengan hasil uji  $F = 6,433$ . Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $6,433 > 2,92$ , maka hipotesis diterima. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh signifikan pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 di PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sesuai dengan hipotesis yaitu ada pengaruh pelayanan dan motivasi terhadap nasabah produk M3.50 PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.

## **B. Saran**

Sehubungan dengan penelitian ini penulis memberikan saran yaitu:

1. Bagi pihak ULaMM agar lebih memperhatikan faktor lain yang dapat mendorong nasabah dalam menggunakan produk M3.50 dan tetap mempertahankan faktor pelayanan dan motivasi sebagai faktor-faktor yang dapat mendorong nasabah dalam menggunakan produk M3.50 di PT. PNM ULaMM Syariah Panyabungan.
2. Dalam penelitian ini terdapat kendala yang menjadikan penelitian ini sedikit terhambat dalam proses pengisian angket untuk itu penelitian mendatang diharapkan lebih teliti lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta IIT Indonesia, 2003).
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010).
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011).
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).
- Burhan Mungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, edisi 1, (Jakarta: Kencana, 2011).
- Divisi pusat pendidikan dan pelatihan, Manajer Unit training program (MU – TP), UlaMM Syariah: OTO.PNM.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008).
- Fred R. David, *manajemen strategis konsep*, edisi 12, (Jakarta: Salemba Empat, 2009).
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2000 ).
- \_\_\_\_\_, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008).
- \_\_\_\_\_, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008).
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005).
- Maharani, Skripsi dengan judul: *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam pembiayaan rakyat syariah (bprs) oloan ummah siddempuan kota padangsidempuan*. Thn. 2014.
- Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar perbankan*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2009).
- Margono, *Metodologi Penelitian*, (Semarang: Rineka Cipta, 1996).
- Morison, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012).



Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010).

Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).

\_\_\_\_\_, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000).

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005).

Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*, (Jakarta: Buni Aksara, 2013).

[http:// ULaMMPnm.com/page/tentang-kami-1.html](http://ULaMMPnm.com/page/tentang-kami-1.html).

Undang-undang Perbankan No. 21 thn. 2008.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Risnawati  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, tanggal lahir : Simpang Bajole, 03 November 1992  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat Lengkap : Simpang Bajole, Kec. Lingga Bayu, Kab. Mandailing Natal  
No. Hp : 0878 9147 7776

### LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 1999-2005 : SD Negeri 142687 Simpang Bajole  
Tahun 2005-2008 : MTSN Simpanggambir  
Tahun 2008-2011 : SMK Negeri 1 Panyabungan  
Tahun 2011-2015 : program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsisimpuan.

## **Lampiran: 1**

### **Daftar Angket**

Kepada Yth

Bapak/ Ibu/ Saudara/ i

Di tempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam dalam bidang ilmu Perbankan Syariah dengan judul: Faktor-faktor yang mendorong nasabah dalam menggunakan produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan
4. Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini, kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

**RISNAWATI**  
**Nim. 11 220 0029**

## KUESIONER PENELITIAN

### FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG NASABAH DALAM MENGUNAKAN PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM SYARIAH PANYABUNGAN

1. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

2. Petunjuk Pengisian

Beri tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/ Ibu/ Saudara/ i

Kriteria Penilaian

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## Pertanyaan

### 1. Tanggapan responden tentang Pelayanan (X<sub>1</sub>)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Kesopanan karyawan PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan mendorong saya untuk memilih pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50)					
2.	PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan memberikan saya informasi produk yang jelas dan mudah dimengerti					
3.	Karyawan PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan mengerti kebutuhan nasabahnya					
4.	Karyawan PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan cepat tanggap dalam melayani nasabah					
5.	Tersedia karyawan yang baik dan bertanggung jawab					
6.	Karyawan memberikan informasi tentang produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50)					
7.	Tersedia sarana dan prasarana yang baik					
8.	Tersedia karyawan yang profesional					

**2. Tanggapan responden tentang variabel Motivasi (X<sub>2</sub>)**

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Menurut saya jangka waktu Pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan sangat ringan.					
2.	Jangka waktu Pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan tidak memberatkan saya					
3.	Lokasi PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada dipusat kota					
4.	Margin yang ditawarkan PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan tidak memberatkan saya					
5.	Saya termotivasi melakukan Pembiayaan di PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan Administrasi yang ditawarkan sangat mudah					
6.	Administrasi yang ditawarkan di PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan Relatif murah					
7.	Proses pencairan Dana Pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan cepat					
8.	Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan sudah sesuai dengan syariah Islam					

**3. Tanggapan responden mengenai variabel minat Nasabah dalam menggunakan produk M3.50 (Y)**

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pembiayaan produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) yang diberikan oleh PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan membantu dalam memenuhi kebutuhan saya					
2.	Usaha saya dapat lebih berkembang setelah melakukan Pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) pada PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan dibanding dengan pembiayaan lain					
3.	Dibanding dengan Pembiayaan lain, saya lebih cocok dengan pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50)					
4.	Prosedur / Syarat-syarat untuk menganjurkan pembiayaan produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) relatif mudah					
5.	Menurut saya <i>margin</i> (keuntungan) yang ditetapkan oleh PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan lebih ringan dari pada lembaga keuangan lainnya					
6.	Bagi saya jaminan yang diminta oleh PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan tidak memberatkan					
7.	Saya memandang Pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) sesuai dengan ajaran islam yang tidak mengandung unsur riba dan gharar					
8.	Saya merasa lebih untung melakukan Pembiayaan Produk M3.50 (Modal Mikro <i>Murabahah</i> 50) pada Pt. pnm (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan					





### Lampiran: 3

#### Tabulasi Angket Motivasi (X<sub>2</sub>)

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	JUMLAH
1	4	4	4	4	4	4	5	4	33
2	3	5	2	3	5	3	2	3	26
3	4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	3	3	4	3	3	3	3	4	26
5	4	4	3	4	4	4	4	3	30
6	4	4	4	4	4	3	4	4	31
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	4	5	5	4	4	4	5	36
9	3	3	4	3	3	3	3	4	26
10	3	3	4	3	3	3	3	4	26
11	4	4	3	4	4	4	4	3	30
12	4	4	4	4	4	3	4	4	31
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	4	5	5	4	4	4	5	36
15	3	3	4	3	3	3	3	4	26
16	3	3	4	3	3	3	3	4	26
17	4	4	4	4	4	3	4	4	31
18	4	4	3	4	4	4	4	3	30
19	3	3	4	3	3	3	3	4	26
20	4	4	3	4	4	4	4	3	30
21	4	4	4	4	4	3	4	4	31
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	4	5	5	4	4	4	5	36
24	3	3	4	3	3	3	3	4	26
25	3	3	4	3	3	3	3	4	26
26	4	4	4	4	4	3	4	4	31
27	5	4	5	5	4	4	4	5	36
28	4	4	3	4	4	4	4	3	30
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	5	4	33
32	4	4	4	4	4	4	3	4	31
33	5	4	5	5	4	4	4	5	36
34	3	4	4	3	4	4	4	4	30
35	4	4	3	4	4	4	4	3	30
36	4	4	4	4	4	4	5	4	33



## Lampiran: 5

### Validitas Pelayanan ( $X_1$ )

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	23,19	11,475	,387	,846
VAR00002	22,83	9,286	,819	,792
VAR00003	22,97	9,971	,571	,827
VAR00004	22,83	9,514	,819	,794
VAR00005	22,83	9,457	,771	,799
VAR00006	23,28	11,806	,442	,841
VAR00007	23,06	10,797	,344	,861
VAR00008	22,94	10,568	,551	,828

### Validitas Motivasi ( $X_2$ )

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	26,67	6,971	,920	,781
VAR00002	26,72	8,892	,493	,839
VAR00003	26,64	8,637	,358	,860
VAR00004	26,67	6,971	,920	,781
VAR00005	26,72	8,892	,493	,839
VAR00006	26,92	8,536	,590	,829
VAR00007	26,75	7,907	,606	,826
VAR00008	26,61	8,816	,364	,856

## Lampiran: 6

### Validitas Nasabah (Y)

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	26,72	7,463	,552	,829
VAR00002	26,94	7,025	,701	,812
VAR00003	26,81	6,504	,677	,811
VAR00004	26,75	7,564	,470	,837
VAR00005	26,86	6,809	,438	,853
VAR00006	26,72	6,378	,665	,814
VAR00007	26,72	7,463	,552	,829
VAR00008	26,94	7,025	,701	,812

### Reliabilitas Variabel Pelayanan (X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	8

### Reliabilitas Variabel Motivasi (X<sub>2</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	8

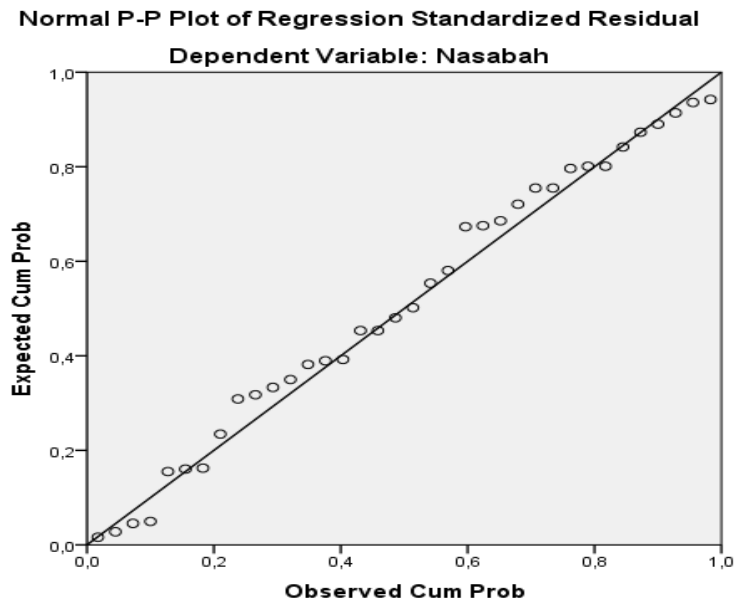
### Reliabilitas Variabel Nasabah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	8

## Lampiran: 7

### Uji Normalitas



### Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12,498	5,118		2,442	,020		
1 Pelayanan	,295	,122	,358	2,418	,021	,996	1,004
Motivasi	,341	,137	,368	2,487	,018	,996	1,004

a. Dependent Variable: Nasabah

### Uji Linearitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			118,210	9	13,134	1,741	,130
Between	Linearity		45,772	1	45,772	6,069	,021
Nasabah * Pelayanan	Groups	Deviation from Linearity	72,438	8	9,055	1,201	,337
Within Groups			196,095	26	7,542		
Total			314,306	35			

## Uji Linearitas Variabel Motivasi

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			69,708	5	13,942	1,710	,163
Nasabah * Motivasi	Between Groups	Linearity	48,102	1	48,102	5,900	,021
		Deviation from Linearity	21,606	4	5,402	,663	,623
	Within Groups		244,597	30	8,153		
Total			314,306	35			

## Lampiran: 8

### Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

#### Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square
,530 <sup>a</sup>	,280	,237

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pelayanan

### Uji Hipotesis (Uji t)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,498	5,118		2,442	,020
	Pelayanan	,295	,122	,358	2,418	,021
	Motivasi	,341	,137	,368	2,487	,018

a. Dependent Variable: Nasabah

### Uji f

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,162	2	44,081	6,433	,004 <sup>b</sup>
	Residual	226,144	33	6,853		
	Total	314,306	35			

a. Dependent Variable: Nasabah

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Pelayanan

## Lampiran: 9

**TABEL**  
**TABEL NILAI-NILAI r tabel<sup>42</sup>**

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	<b>0,344</b>	0,442	85	0,213	0,278
10	0,612	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,261
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,517	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

<sup>42</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 373.

Lampiran: 10

**TABEL**  
**NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI  $t^{43}$**

$\alpha$ untuk uji dua pihak ( <i>two tail test</i> )						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
$\alpha$ untuk uji satu pihak ( <i>one tail test</i> )						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	<b>1,697</b>	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 372.



# LAMPIRAN: 11

## DISTRIBUTION TABEL NILAI $F_{0,05}$

### DEGREES OF FREEDOM FOR NOMINATOR

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	$\infty$
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	4,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
50	4,08	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,95	1,87	1,78	1,74	1,69	1,63	1,56	1,50	1,41
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,85	1,80	1,68	1,63	1,57	1,51	1,46	1,40	1,28
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
$\infty$	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

Jalan. H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

In.19/G4.a/PP.00.9/ 271 /2015 Padangsidimpuan, 20 Mei 2015

Permohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu :  
1. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag  
2. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si  
Di  
Padangsidimpuan

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama : Risnawati  
NIM : 11 220 0029  
Sem/Thn. Akademik : VIII / 2014-2015  
Judul Pertama : **Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah Dalam Menggunakan Produk M3.50 ULaMM Syariah Unit Panyabungan**  
Judul Perbaikan : **Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah dalam Menggunakan Produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

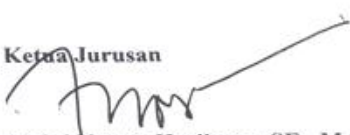
*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Mengetahui:



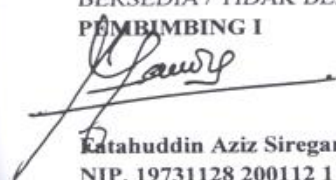
  
Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan

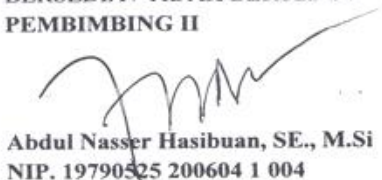
  
Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA  
PEMBIMBING I

  
Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA  
PEMBIMBING II

  
Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan, 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: In.19/G.1/PP.00.9/6402015

Berdasarkan saran dari dewan penguji munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : RISNAWATI  
NIM : 11 220 0029  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

JUDUL SKRIPSI	
LAMA	PENGGANTI
FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM SYARIAH PANYABUNGAN	PENGARUH PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP NASABAH PRODUK M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM SYARIAH PANYABUNGAN

Demikianlah surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 18 September 2015

Pelaksana Harian Dekan,



*[Signature]*  
Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

Tahun	Nama Produk	Jumlah Nasabah
2011	MM 10	10
	MM 25	35
	MM 50	50
	MM 100	8
	MM 200	5
Total		<b>108</b>
Tahun	Nama Produk	Jumlah Nasabah
2012	MM 10	15
	MM 25	45
	MM 50	65
	MM 100	10
	MM 200	8
Total		<b>143</b>
Tahun	Nama Produk	Jumlah Nasabah
2013	MM 10	25
	MM 25	55
	MM 50	60
	MM 100	10
	MM 200	5
Total		<b>155</b>
Tahun	Nama Produk	Jumlah Nasabah
2014	MM 10	45
	MM 25	65
	MM 50	55
	MM 100	12
	MM 200	10
Total		<b>187</b>

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



Fahmi Efendi, ST

an Nasional Madani (Persero)  
 Modal Mikro (ULaMM)  
 gan  
 ar No. 173 A - Panyabungan, Telp. (0636) 321027

Lembaga Pembiayaan dan Jasa Manajemen untuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah & Koperasi dan LKM/S



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

or : In.19/G/TL.00/ 380 /2015

Padangsidimpuan, 30 April 2015

A : -

: Mohon Izin Riset

Kepada  
Yth, Pimpinan ULaMM Syariah  
Unit Panyabungan  
di-  
Panyabungan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menerangkan bahwa :

Nama : Risnawati  
NIM : 11 220 0029  
Semester : VIII (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Adalah benar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah dalam Menggunakan Produk M3.50 ULaMM Syariah Unit Panyabungan "** .

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001



Nasional Madani



Panyabungan, 06 Mei 2015

No : S-080/ULS-PYBG/VI/2015  
Lamp : -  
Hal : Balasan Surat Riset

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
Di Tempat

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fahmi Efendi, ST

Jabatan : Manager unit

Menerangkan bahwa,

Nama : **Risnawati**

No. Mhs : 11.220.0029

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di PT. PNM (Persero) - ULaMM Syariah Panyabungan dengan judul Skripsi :

**" Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah dalam Menggunakan Produk M3.50 PT. PNM (Persero) ULaMM Syariah Panyabungan "**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Fahmi Efendi, ST

PT. PNM (Persero)  
Modal Mikro (ULaMM)  
Panyabungan  
Jl. No. 173 A - Panyabungan, Telp. (0636) 321027

Lembaga Pembiayaan dan Jasa Manajemen untuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah & Koperasi dan LKM/S