



**PERSEPSI NASABAH PT. ULAMM SYARIAH
KOTANOPAN
(STUDI KASUS DESA MUARA SALADI)**

SKRIPSI

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

Oleh

SAHLAN
NIM. 10 220 0035

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2015**



**PERSEPSI NASABAH PT. ULAMM SYARIAH
KOTANOPAN
(STUDI KASUS DESA MUARA SALADI)**

SKRIPSI

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

Oleh

SAHLAN
NIM. 10 220 0035



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

2015



**PERSEPSI NASABAH PT. ULAMM SYARIAH
KOTANOPAN
(Studi Kasus Desa Muara Saladi)**

SKRIPSI

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

Oleh

SAHLAN
NIM. 10 220 0035

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

Aswadi Lubis, SE, M. Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Habibi, M. Hum
NIP. 19800818 200901 1 020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2015**

Padangsidempuan, 04 Mei 2015

Hal : Skripsi

An. Sahlan

Lampiran : 7 (Tujuh) Eksamplar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di_

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Sahlan yang berjudul : **Persepsi nasabah Terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan (studi kasus desa muara saladi)**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

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

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I



Aswadi Lubis, SE, M. Si

NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II



Habibi, M. Hum

NIP. 19800818 200901 1 020

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SAHLAN
NIM : 10 220 0035
Fakultas/ Jur : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/ PS-1
Judul Skripsi : Persepsi Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus Desa Muara Saladi)

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 dikemudian 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, 19 Mei 2015

Saya yang menyatakan,




SAHLAN
NIM. 10 220 0035

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : SAHLAN
NIM : 10.220.0035
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
JUDUL : **PERSEPSI NASABAH PT. ULAMM SYARIAH
KOTANOPAN (STUDI KASUS DESA MUARA SALADI)**

Ketua



Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Sekretaris



Rukiah, SE., M. Si
NIP. 19760324 200604 2 002

Anggota



Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001



Rukiah, SE., M. Si
NIP. 19760324 200604 2 002



Aswadi Lubis, SE., M. Si
NIP. 19630107 199903 1 002



Muhammad Isa, ST., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Dilaksanakan :

Di : Padangsidempuan
Tanggal/ Pukul : 12 Mei 2015/ jam 08.00 wib s/d 12.00 wib.
Hasil/ Nilai : 65,5 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 2,89
Predikat : BAIK



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan
Tel. (0634) 22080 Fax. (0634). 24022 Kode Pos 22733

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PERSEPSI NASABAH PT. ULAMM SYARIAH
KOTANOPAN (STUDI KASUS DESA MUARA SALADI)

NAMA : SAHLAN
NIM : 10 220 0035

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

Padangsidimpuan, 20 Mei 2015

Dekan,



Patahuddin Azis Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001 }

ABSTRAK

NAMA : SAHLAN
NIM : 10 220 0035
JUDUL : PERSEPSI NASABAH PT. ULaMM SYARIAH KOTANOPAN (Studi Kasus Desa Muara Saladi)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dengan jelas bagaimana Persepsi nasabah Desa Muara Saladi Terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah tersebut.

Adapun latar belakang penelitian ini yaitu untuk melihat sejauh mana promosi yang dilakukan pihak ULaMM dalam mempromosikan produk-produk yang disediakan oleh pihak ULaMM Syariah Kotanopan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kualitatif analisis deskriptif dan jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, yaitu nasabah yang berasal dari desa Muara Saladi dan data sekunder yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dan dari pihak lain, yaitu dari informasi-informasi dari ULaMM dan buku-buku yang relevan. Kemudian instrumen yang digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data adalah dengan bentuk wawancara yang diberikan kepada nasabah dan juga observasi.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melihat bahwa pengetahuan nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh pihak ULaMM masih sangat kurang. Dapat dilihat dari nasabah yang mengenal ULaMM dari plakatnya sekitar 45% sedangkan yang mengenal ULaMM dari teman dan masyarakat sekitar 55% dan tidak seorang pun yang mengenal ULaMM syariah dari promosi yang dilakukan oleh pihak ULaMM. Dilihat dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak ULaMM 95% nasabah mengatakan pelayanan yang dilakukan pihak ULaMM baik dan hanya 5% nasabah yang mengatakan bahwa pelayanan pihak ULaMM itu masih kurang baik.

Untuk meningkatkan kualitas ULaMM terhadap produk yang ditawarkan maka pihak ULaMM harus lebih aktif dalam mempromosikan produk yang mereka miliki, dan lebih mempromosikannya ke luar lapangan. Supaya masyarakat lebih mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam kepada junjungan kita Rasulullah SAW yang merupakan contoh teladan kepada umat manusia, sekaligus yang kita harapkan syafa'atnya di *yaumul mahsar* kelak.

Skripsi yang berjudul “Persepsi Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus Desa Muara Saladi)”, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam penyelesaian kuliah pada jurusan Perbankan Syariah S1 atau sebagai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) di IAIN Padangsidempuan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala yang disebabkan keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Namun demikian, berkat kerja keras, bantuan dan bimbingan serta doa dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan.
2. Bapak Aswadi Lubis, SE, M. Si, sebagai pembimbing I dan Bapak Habibi, M. Hum, sebagai pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Seluruh Dosen dan civitas akademik yang telah memberikan sejumlah ilmu pengetahuan, selama mengikuti Program Pendidikan Strata Satu di IAIN Padangsidimpuan.
5. Ayahanda Ruslan Batubara dan Ibunda Sri Judah Lubis yang tercinta yang telah mengasuh, membimbing, dan mendidik penulis semenjak dilahirkan sampai sekarang, beliau berdua merupakan motivator penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kakanda Dermawani Batubara, Syahdan Batubara, Irfan Batubara, Nelly Batubara, dan Salmah Batubara yang telah memberikan dukungan, serta mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kerabat dan seluruh rekan juang satu kelas di Jurusan Perbankan Syariah yang selama ini telah berjuang bersama-sama.

Pada akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi peningkatan mutu di Perbankan Syariah, khususnya di IAIN Padangsidimpuan serta semoga selalu mendapatkan ridho dari Allah SWT. Amin.

Padangsidimpuan, 19 Mei 2015
Penulis


SAHLAN
NIM. 10. 220 0035

DAFTAR ISI

	hal
Halaman Judul	
Halaman Pernyataan Pembimbing	
Surat Persetujuan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Sidang Munaqashah	
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Batasan Istilah.....	6
G. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Persepsi.....	8
a. Pengertian Persepsi.....	8
b. Proses Terjadinya Persepsi.....	10
c. Jenis-jenis Persepsi.....	13
d. Prinsip Dasar Persepsi.....	15
e. Sifat-sifat Persepsi.....	17
f. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.....	18
2. PT. Ulamm Syariah.....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
B. Jenis Penelitian.....	32
C. Sumber Data.....	33
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	34
E. Penjamin Keabsahan Data.....	35

F. Analisis Data.....	36
-----------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum.....	38
1. Sejarah Berdirinya PT. PNM ULaMM Syariah Kotanopan.....	38
2. Tentang ULaMM.....	40
3. Visi dan Misi.....	42
4. Produk-Produk ULaMM Syari'ah Kotanopan.....	43
5. Prinsip Produk Pembiayaan PT. ULaMM Syariah Kotanopan.....	46
6. Tujuan Strategis.....	47
7. Pembiayaan ULaMM Syariah Kotanopan.....	48
8. Syarat-syarat Permohonan Pembiayaan ULaMM Syariah Kotanopan.....	48
9. Metode Penyaluran di ULaMM Syariah Kotanopan.....	49
B. Temuan Khusus.....	50
1. Persepsi nasabah PT. ULaMM Syariah	50
2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi nasabah.....	55

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu instrumen penting perekonomian modern. Peran bank sebagai intermediasi dalam lalu lintas permodalan dan pembayaran menjadi kunci pertumbuhan kegiatan ekonomi. Sejak awal kehadirannya bank telah menawarkan berbagai produknya kepada masyarakat. Kondisi ini menjadi lebih terasa dalam sistem perdagangan modern, dimana mereka yang terlibat dengan kegiatan ekonomi dan keuangan berinteraksi dengan dunia perbankan dengan berbagai model aktifitas, seperti sebagai pihak penabung, peminjam, atau pengguna jasa lainnya.¹

Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan dua gerakan *renaissance* Islam modern: *neorevivalis* dan modernis. Tujuan utama pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupannya berlandaskan al-Qur'an dan as-Sunnah.²

Perkembangan berdirinya lembaga syariah salah satunya ditandai dengan berdirinya sejumlah lembaga keuangan yang bukan bank yang menawarkan produk syariah yang menyerupai dengan bank seperti halnya lembaga keuangan perseroan terbatas adalah suatu badan yang memiliki kekayaan, hak, serta

¹Ridwan Nurdin, *Akad-akad Fiqh Pada Perbankan Syariah di Indonesia (Sejarah, Konsep dan Perkembangannya)*, (Banda Aceh: Pena, 2010), hlm. 17.

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 18.

kewajiban para pendiri maupun para pemilik.³ Selain bank, dalam ilmu ekonomi dikenal juga lembaga keuangan selain bank yang juga menyediakan jasa keuangan atau yang sejenis yang dapat dimanfaatkan masyarakat.

Pada prakteknya perbankan tidak dapat memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat khususnya di bidang keuangan. Terdapat beberapa bidang keuangan yang belum terlayani oleh bank sehingga memungkinkan dipenuhi oleh lembaga lainnya.⁴

Lembaga keuangan bukan bank adalah lembaga yang memiliki karakter yang berbeda-beda namun memiliki satu kesamaan yaitu sama-sama mengumpulkan dana dari masyarakat. Yang menjadi ciri dari lembaga keuangan bukan bank adalah cara pengumpulan dana masyarakat yang tidak dilakukan secara langsung. Tidak langsung dalam konteks ini adalah menyimpan uang di lembaga keuangan bukan merupakan motivasi atau tujuan utamanya. Lembaga-lembaga tersebut memiliki produk keuangan spesifik yang mampu menarik minat nasabah sehingga secara tidak langsung nasabah akan menempatkan danayang dimilikinya kepada lembaga tersebut.

Lembaga keuangan bukan bank memiliki peranan yang besar dalam membantu penyediaan dana yang dibutuhkan nasabah baik untuk tambahan modal maupun untuk penggunaan konsumsi. Lembaga keuangan bukan bank menetapkan prosedur peminjaman dana yang lebih mudah dan fleksibel bagi

³M. Faud, dkk, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 67.

⁴Rizal Anggabrata, *Uang dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT. Multazam Mulia Utama, 2011), hlm. 67.

nasabahnya dan memberikan layanan keuangan yang berbeda dengan yang diberikan oleh bank.

Lembaga keuangan bukan bank menyalurkan kembali dana yang disimpan nasabahnya untuk diinvestasikan pada bisnis yang memberikan keuntungan bagi lembaga tersebut dan biasanya berinvestasi pada badan usaha untuk memenuhi kebutuhan jangka panjangnya serta membagi investasinya pada jenis-jenis investasi yang berbeda dengan tujuan untuk menyebar resiko kerugian yang mungkin terjadi.⁵

Lembaga keuangan ada yang berbentuk bank dan Nonbank, lembaga keuangan nondepositori atau disebut juga lembaga keuangan Non-Bank (LKNB) adalah lembaga keuangan yang lebih terfokus kepada bidang penyaluran dana dan masing-masing lembaga keuangan mempunyai ciri-ciri usahanya sendiri. Adapun jenis lembaga keuangan nondepositori (non-bank) yang ada di Indonesia saat ini antara lain, lembaga keuangan yang kegiatan usahanya bersifat kontraktual dan lembaga keuangan investasi.⁶

Pada umumnya, kehadiran lembaga keuangan syariah hadir untuk memberikan jasa keuangan yang halal kepada komunitas muslim. Target utamanya adalah kesejahteraan ekonomi, perluasan kesempatan kerja, dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi, keadilan sosial ekonomi serta distribusi pendapatan kekayaan yang wajar, stabilitas nilai uang, dan mobilisasi

⁵*Ibid.*, hlm. 68.

⁶*Ibid.*, hlm. 31

serta investasi tabungan untuk pembangunan ekonomi yang mampu memberikan jaminan keuntungan (bagi hasil) kepada semua pihak yang terlibat.⁷

Seiring berkembangnya zaman maka berdirilah lembaga-lembaga keuangan syariah salah satunya adalah PT. ULaMM (Usaha Layanan Modal Mikro) persero yang bergerak dalam bidang pemberian modal usaha untuk usaha mikro yang mengelola modal pemerintah dan disalurkan dalam bentuk kredit baik bagi lembaga perbankan, koperasi maupun langsung kepada masyarakat pemilik usaha.

Melihat semakin berkembangnya permintaan masyarakat dan kian diterimanya pola bisnis berbasis syariah dalam praktek perekonomian di Indonesia, maka PT. ULaMM Persero mendirikan beberapa kantor salah satunya di Kotanopan yaitu PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

Berdirinya PT. ULaMM Syariah Kotanopan seharusnya masyarakat dapat menggunakan modal perusahaan tersebut untuk membuka usaha mikro demi tercapainya kesejahteraan hidup. Namun pada kenyataannya masyarakat malah memilih bertani khususnya di desa Muara Saladi yang mayoritas mata pencahariannya adalah petani. Hal ini bisa disebabkan berbagai macam persepsi nasabah ULaMM di desa Muara Saladi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus Desa Muara Saladi)”**

⁷Mervin K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah* (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001), hlm. 122.

B. Fokus Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini, maka perlu dibuat fokus penelitian yang bertujuan agar penelitian lebih terarah. Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus desa Muara Saladi).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kegiatan operasional PT. ULaMM Syariah Kotanopan?
2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus desa Muara Saladi)?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kegiatan operasional PT. ULaMM Syariah Kotanopan.
2. Untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus desa Muara Saladi).

E. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya tentang persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus desa Muara Saladi)..
2. Sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah

Kotanopan (Studi Kasus desa Muara Saladi) dalam ruang lingkup yang berbeda.

F. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam mengartikan kata-kata yang dipakai dalam judul skripsi ini, penulis memberikan batasan terhadap istilah yang digunakan sebagai berikut:

1. Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka.
2. Nasabah adalah sebagai perbandingan, pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan.⁸

G. Sistematika Pembahasan

Pada BAB I, berisi Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, dan sistematika pembahasan.

Pada BAB II, berisi Landasan Teoritis yang terdiri dari kerangka teori dan penelitian terdahulu.

Pada BAB III, berisi Metodologi Penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, informan penelitian, sumber data, instrumen pengumpulan data, penjaminan keabsahan data, pengelolaan dan analisis data.

⁸Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281

Pada BAB IV, berisi Hasil Penelitian yang terdiri dari temuan umum, serta persepsi nasabah desa Muara Saladi terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

Terakhir BAB V terdiri dari Penutup, dalam bab ini penulis menyimpulkan hasil pembahasan serta memberikan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi menurut Chaplin diartikan sebagai proses mengetahui atau mengenali obyek dan kejadian obyektif dengan bantuan indera.¹ Persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi juga berkaitan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian tertentu sehingga pada saat terjadi stimulus maka seseorang akan merespon stimulus tersebut dalam otaknya dan diproses, diartikan, ditafsirkan dan dimaknai yang kemudian hal ini tercermin dalam sikap seseorang merespon sesuatu. Sedangkan faktor-faktor yang berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap sesuatu, faktor fungsional yaitu kebutuhan dan pengalaman masa lalu serta faktor personal yang menyangkut keadaan dalam diri tiap-tiap individu. Dengan demikian, secara sederhana persepsi dapat dikatakan suatu proses penerimaan informasi melalui indra yang kemudian diproses dan dimaknai oleh individu yang selanjutnya tercermin dalam sikapnya ketika merespon informasi tersebut.²

Persepsi, menurut Rakhmat Jalaludin, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan

¹Chaplin, J.P, *Kamus Lengkap Psikologi (Edisi 5)* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,1999), hlm. 358.

²Atkinson, *Pengantar Psikologi* (Jakarta: Erlangga, 1991), hlm.201

informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan Menurut Ruch, persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk inderawi (sensory) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Gibson dan Donely menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu. Dikarenakan persepsi bertautan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera.

Dalam hal ini persepsi diartikan sebagai proses mengetahui atau mengenali obyek dan kejadian obyektif dengan bantuan indera. Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke dalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi

Dalam hal ini, persepsi mencakup penerimaan stimulus (inputs), pengorganisasian stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap, sehingga orang dapat cenderung menafsirkan perilaku orang lain sesuai dengan keadaannya sendiri.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus

didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Proses kognisi dimulai dari persepsi.

b. Proses Terjadinya Persepsi

Individu mengenali suatu objek dari dunia luar dan ditangkap melalui inderanya. Bagaimana individu menyadari, mengerti apa yang diindera ini merupakan suatu proses terjadinya persepsi. Proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Proses fisik atau kealaman

Maksudnya adalah tanggapan tersebut dimulai dengan objek yang menimbulkan stimulus dan akhirnya stimulus itu mengenai alat indera atau reseptor.

2. Proses fisiologis

Yang dimaksud dengan proses fisiologis yaitu stimulus yang diterima oleh alat indera kemudian dilanjutkan oleh syaraf sensorik ke otak.

3. Proses psikologis

Yang dimaksud dengan proses psikologis adalah proses yang terjadi dalam otak sehingga seseorang dapat menyadari apa yang diterima dengan reseptor itu sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya.³

Persepsi mengarah ke cara umum dilihat, dirasakan, dicicipi atau dibaui. Dengan kata lain, persepsi dapat dikatakan sebagai apa yang dialami oleh seorang manusia. Persepsi pengalaman seorang tentang dunia, muncul dari

³Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 90-91.

melakukan penginderaan ditambah cara kita memproses informasi penginderaan. William James berkata: “Sebagian dari apa yang seorang dapatkan melalui indera dan objek sebelum seseorang, keluar dari pikiran seseorang itu sendiri” menunjuk ke proses yang aktif dari melakukan penginderaan yang membuat pengalaman seseorang tentang dunia.

Proses yang mendasar dalam bentuk persepsi adalah pengenalan akan suatu figur dalam suatu latar belakang. Seorang melihat objek-objek dan bentuk-bentuk dari pengalaman sehari-hari berdiri suatu latar belakang. Contoh gambar digantung di dinding, kata dilihat dalam suatu halaman, dan melodi berasal dari ulangan nada dalam belakang musik, gambar, kata dan melodi ini ditangkap sebagai figur, sedang dinding atau halaman dan nada-nada adalah latar belakang. Kemampuan untuk memisahkan suatu objek dari latar belakang adalah dasar untuk semua bentuk persepsi.⁴

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan

⁴<http://id.wikipedia.org/wiki/Persepsi>, diakses pada tanggal 31 Februari 2015.

seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks menjadi sarjana.

3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Apa yang kita hayati tidak hanya bergantung pada stimulus, tetapi juga pada proses kognitif yang merefleksikan minat, tujuan, dan harapan seseorang pada saat itu pemusatan persepsi itu disebut “perhatian”.

Perhatian mempunyai fungsi memiliki dan mengarahkan rangsangan-rangsangan yang sampai kepada kita, sehingga tidak kita terima secara kacau. Perhatian dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat dibagi atas dua golongan besar, yaitu faktor luar dan faktor dalam. Faktor luar adalah faktor-faktor yang terdapat pada objek yang diamati itu sendiri, intensitas atau ukuran, kontras atau pengulangan, dan gerakan sedangkan faktor dalam adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu si pengamat, yaitu motif, kesediaan, dan harapan.

Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam prosesnya. Tahap-tahap ini tidaklah saling terpisah benar dalam kenyatannya, ketiganya bersifat kontinu, bercampur baur, dan berumpang tindih satu sama lain.

c. Jenis-jenis Persepsi

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis.

1) Persepsi visual

Persepsi visual didapatkan dari penglihatan. Penglihatan adalah kemampuan untuk mengenali cahaya dan menafsirkannya, salah satu dari indera. Alat tubuh yang digunakan untuk melihat adalah mata. Banyak binatang yang indera penglihatannya tidak terlalu tajam dan menggunakan indera lain untuk mengenali lingkungannya, misalnya pendengaran untuk kelelawar. Manusia yang daya penglihatannya menurun dapat menggunakan alat bantu atau menjalani operasi lasik untuk memperbaiki penglihatannya.

Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.

2) Persepsi auditori

Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Pendengaran adalah kemampuan untuk mengenali suara. Dalam manusia dan binatang bertulang belakang, hal ini dilakukan terutama oleh sistem pendengaran yang terdiri dari telinga, syaraf-syaraf, dan otak.

Tidak semua suara dapat dikenali oleh semua binatang. Beberapa spesies dapat mengenali amplitudo dan frekuensi tertentu. Manusia dapat mendengar

dari 20 Hz sampai 20.000 Hz. Bila dipaksa mendengar frekuensi yang terlalu tinggi terus menerus, sistem pendengaran dapat menjadi rusak

3) Persepsi *perabaan*

Persepsi perabaan didapatkan dari indera taktil yaitu kulit. Kulit dibagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian epidermis, dermis, dan subkutis.

Kulit berfungsi sebagai alat pelindung bagian dalam, misalnya otot dan tulang; sebagai alat peraba dengan dilengkapi bermacam reseptor yang peka terhadap berbagai rangsangan; sebagai alat ekskresi; serta pengatur suhu tubuh. Sehubungan dengan fungsinya sebagai alat peraba, kulit dilengkapi dengan reseptor reseptor khusus. Reseptor untuk rasa sakit ujungnya menjorok masuk ke daerah epidermis. Reseptor untuk tekanan, ujungnya berada di dermis yang jauh dari epidermis. Reseptor untuk rangsang sentuhan dan panas, ujung reseptornya terletak di dekat epidermis.

4) Persepsi *penciuman*

Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung. Penciuman, penghiduan, atau olfaksi, adalah penangkapan atau perasaan bau. Perasaan ini dimediasi oleh sel sensor tespesialisasi pada rongga hidung vertebrata, dan dengan analogi, sel sensor pada antena invertebrata. Untuk hewan penghirup udara, sistem olfaktori mendeteksi zat kimia asiri atau, pada kasus sistem olfaktori aksesori, fase cair. Pada organisme yang hidup di air, seperti ikan atau krustasea, zat kimia terkandung pada medium air di sekitarnya. Penciuman, seperti halnya pengecapan, adalah suatu bentuk

kemosensor. Zat kimia yang mengaktifkan sistem olfaktori, biasanya dalam konsentrasi yang sangat kecil, disebut dengan bau.

5) Persepsi *pengecapan*

Persepsi pengecapan atau rasa didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah. Pengecapan atau gustasi adalah suatu bentuk kemoreseptor langsung dan merupakan satu dari lima indra tradisional. Indra ini merujuk pada kemampuan mendeteksi rasa suatu zat seperti makanan atau racun. Pada manusia dan banyak hewan vertebrata lain, indra pengecapan terkait dengan indra penciuman pada persepsi otak terhadap rasa. Sensasi pengecapan klasik mencakup manis, asin, masam, dan pahit. Belakangan, ahli-ahli psikofisik dan neurosains mengusulkan untuk menambahkan kategori lain, terutama rasa gurih (umami) dan asam lemak.

Pengecapan adalah fungsi sensoris sistem saraf pusat. Sel reseptor pengecapan pada manusia ditemukan pada permukaan lidah, langit-langit lunak, serta epitelium faring dan epiglottis.

d. Prinsip Dasar Persepsi

Berikut ini beberapa prinsip dasar tentang persepsi yaitu :

1. Persepsi tersebut relatif bukannya absolute

Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap suatu peristiwa yang dilihatnya, tetapi secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan dari sebelumnya.

2. Persepsi itu selektif

Rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.

3. Persepsi itu mempunyai tatanan

Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerimanya dalam bentuk hubungan-hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.

4. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan

Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan akan diinterpretasikan.

5. Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain

Bahwa perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan individual, sikap, dan motivasi.⁵

Kesimpulan dari prinsip dasar persepsi adalah seseorang dengan orang lain tidak dapat disamakan dikarenakan suatu persepsi itu timbul berdasarkan kenyataan dari apa yang pernah dipelajari, diperhatikan, didengar dengan tatanan rangsangan yang dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan setiap seseorang atau individu. Meskipun dalam situasi yang sama, setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda.

⁵Aminuddin Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta. 2010), hlm. 103.

Dengan demikian, persepsi seseorang selain tergantung pada stimulus juga tergantung pada keadaan seseorang sendiri. Stimulus tergantung pada bermacam-macam faktor yang mempengaruhi timbulnya persepsi.

e. Sifat-sifat Persepsi

Dua fungsi utama sistem utama persepsi yaitu lokalisasi atau menentukan letak suatu objek dan pengenalan, menentukan jenis objek tersebut. Lokalisasi dan pengenalan dilakukan oleh daerah korteks yang berbeda. Penelitian persepsi juga mengurus cara sistem perseptual mempertahankan bentuk objek tetap konstan, walaupun citra (bayangan) objek di retina berubah. Sifat umum persepsi antara lain, yaitu;

1. Dunia persepsi mempunyai sifat-sifat ruang. Mengenal persepsi ruang ini mengandung persoalan-persoalan psikologis yang penting, terutama penglihatan sifat ruang (dimensi ketiga).
2. Dunia persepsi mempunyai dimensi waktu. Objek-objeknya bersifat tetap, sehingga terdapat kestabilan yang luas.
3. Dunia persepsi berstruktur menurut objek persepsi. Dalam hal ini berbagai keseluruhan berdiri sendiri menampilkan diri: Gestalt-gestalt. Persepsi gestalt merupakan suatu pembahasan yang penting dalam psikologi persepsi.
4. Dunia persepsi yang penuh dengan arti. Persepsi tidaklah sama dengan mengonstatir benda dan kejadian tanpa makna. Yang kita persepsi selalu merupakan tanda-tanda, ekspresi, benda-benda dengan fungsi, relasi-relasi yang penuh arti, serta kejadian-kejadian.

f. Pengaruh Kebudayaan Terhadap Persepsi

Dalam pendekatan konvensional, persepsi masih dikaitkan dengan faktor-faktor saraf dan faalnya saja. Misalnya: persepsi tentang kedalaman (3 dimensi) di tentukan oleh pandangan dua mata (binokular) dimana terdapat perbedaan antara stimuli yang ditangkap antara retina kanan dan retina kiri (*retinal disparity*).

Contoh Pengaruh Kebudayaan Terhadap Persepsi

Pengaruh kebudayaan termasuk kebiasaan hidup, tampak juga dalam berbagai gejala hubungan manusia dengan lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Penduduk perkampungan kumuh di kota-kota besar biasa menggunakan air kali untuk kepentingan mandi mencuci, dan kakus mempersepsikan air kali itu sebagai sesuatu hal yang masih dalam batas-batas optimal sehingga mereka menggunakan air kali. Sebaliknya orang biasa tinggal dipermukiman mewah, tidak mungkin akan menggunakan air kali itu. Dengan demikian jelaslah bahwa persepsi ditentukan oleh pengalaman dan pengalaman dipengaruhi oleh kebudayaan.

g. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal.

1) Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:

- Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan

arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

- Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.
- Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
- Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
- Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2) Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (to be perceived) dibandingkan dengan yang sedikit.
- Keunikan dan kekontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Factor lain yang mempengaruhi persepsi individu

1. *Primary Effect* : Pentingnya Kesan Pertama

Kesan pertama merupakan faktor penting dalam proses persepsi manusia. Setiap orang dari kita pasti memiliki hari yang baik dan hari yang buruk dalam kehidupan kita, bahkan faktor baik dan buruk tersebut dapat mempengaruhi persepsi oranglain terhadap kita. Apakah ketika kita membuat kesan pertama kita pada hari yang baik atau yang buruk.

Informasi pertama yang kita dapat dari orang lain cenderung mempengaruhi pendapat kita terhadap mereka dibandingkan informasi-informasi selanjutnya. Inilah yang disebut *primacy effect* sebagai contoh : ketika Budi bertemu dengan Anto seorang yang sangat hebat di bidang Fisika, Budi melihat bahwa Anto ini adalah seorang siswa SMA yang jago Fisika dan menjadi juara kelas, serta ramah dengan siapapun. Kesan pertama Budi akan positif. Setelah itu ketika ia bertemu lagi dengan Anto di kafe, dimana ia duduk sendiri dan setengah mabuk, Budi melihat sisi lain dari Anton. Namun, karena kesan pertama bertemu adalah positif, Budi mengabaikan hal tersebut dan mengira bahwa dia berada di bar sendirian karena adanya sesuatu yang negatif yang menyimpannya. Dan Sebaliknya, ketika mereka bertemu, kesan pertama negatif. Dan ketika keesokan harinya mereka bertemu kesan yang terlihat cukup positif, namun karena awalnya negatif. Maka kesan yang mendominasi justru yang negatif.

Efek Kesan pertama (*primacy effect*) tidak selalu penting dan akan sangat berkurang dalam tiga kondisi sebagai berikut :

a. *Prolonged expose* (paparan yang berkepanjangan)

Prolonged expose cenderung mengurangi pentingnya kesan pertama. Walaupun, membuat kesan pertama yang baik pada hari pertama bekerja sangat penting, namun anda tidak perlu kuatir karena rekan kerja anda akan mengetahui diri anda yang sebenarnya dengan mengumpulkan informasi dalam jangka panjang, sehingga hal tersebut dapat menghilangkan kesan pertama anda.

b. *Passege of time* (Berlaluanya waktu)

Seperti yang lainnya, kesan pertama akan dilupakan seiring berjalannya waktu. Jika adanya jangka waktu yang panjang antara kesan pertama dengan kesan selanjutnya, kesan yang terbaru yang lebih mendominasi

c. *Knowledge of primacy effects*

Ketika seseorang telah diperingati untuk tidak terpengaruh dengan kesan pertama. Maka primacy effect dapat dikurangi. Dengan adanya Manager atau profesi lainnya yang mampu mempersepsi seseorang secara akurat dapat mengajarkan tentang bahayanya primacy effect, sehingga mengurangi pentingnya primacy effect dalam proses persepsi mereka.

d. *Proximity* (kedekatan geografis)

Ini merupakan sebuah hal penting, namun tidak romantis yang menyebabkan ketertarikan. Sangatlah susah untuk jatuh cinta dengan seseorang yang jarang kita temui. Kedekatan fisik dan interpersonal yang dihasilkan sangat penting untuk perkembangan ketertarikan. Sebagai contoh : kamu akan lebih ramah dengan tetangga yang tinggal dekatmu daripada oranglain yang tinggal ditempat yang jauh darimu. Hal ini dikarenakan *Proximity* meningkatkan

ketertarikan, dan pertemuan yang berulang-ulang terhadap seseorang akan meningkatkan rasa suka kita.

e. *Mutual liking*

Manusia akan lebih tertarik pada orang yang menyukainya daripada orang yang tidak. Menyukai seseorang biasanya akan mengarah pada balasan perasaan yang sama. Mengapa demikian? Alasan pertamanya adalah ketika kita menyukai seseorang, kita akan terlihat lebih menarik secara fisik, khususnya apabila ada sedikit nafsu di dalamnya.

Banyak orang yang berkata bahwa jatuh cinta membuat kamu terlihat lebih cantik dan itu benar. Matamu akan lebih menarik, pupil mata akan lebih terbuka ketika kamu melihat seseorang yang kamu anggap menarik secara seksual, dan orang lain akan melihat bahwa pupil yang terbuka sangat menarik secara seksual. Selain itu postur dan gerakan tubuh akan lebih menarik juga.

Dengan kata lain, kamu akan lebih memikat secara fisik ketika kamu tertarik dengan seseorang. Alasan yang lain adalah ketika kamu menyukai seseorang, kamu akan bersikap lebih baik terhadap orang tersebut dan bersikap baik membuat kamu kelihatan lebih menarik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kita cenderung menyukai orang yang memuji kita atau orang yang banyak membantu kita.

Akan tetapi akan ada dampak negatif dari pujian dan perhatian yang terlalu banyak. Apabila terlalu berlebihan, khususnya ketika orang tersebut mengira kamu tidak ikhlas dan mempunyai motif yang egois dari pemberian,

pujian, dan bantuanmu, hal itu tidak akan mengarahkan perasaannya ke rasa suka dan malah akan membencinya

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja, tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor itulah yang menyebabkan mengapa dua orang yang melihat sesuatu mungkin memberi interpretasi yang berbeda tentang yang dilihatnya itu. Secara umum Sondang P. Siagian membagi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menjadi tiga, yaitu:

1. Faktor dari diri orang yang bersangkutan sendiri, yaitu faktor yang timbul apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya, hal tersebut dipengaruhi oleh karakteristik individual seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman dan harapannya.
2. Faktor dari sasaran persepsi, yaitu faktor yang timbul dari apa yang akan dipersepsi, sasaran itu bisa berupa orang, benda atau peristiwa yang sifat-sifat dari sasaran itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Seperti gerakan, suara, ukuran, tindak-tanduk dan ciri-ciri lain dari sasaran persepsi.
3. Faktor dari situasi, yaitu faktor yang muncul sehubungan karena situasi pada waktu mempersepsi. Pada bagian ini persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti dalam situasi, yang mana persepsi itu timbul dan perlu mendapat

perhatian karena situasi merupakan faktor yang ikut berperan dalam penumbuhan persepsi seseorang.⁶

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi munculnya persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa faktor dari diri sendirilah yang paling berpengaruh karena faktor tersebut bersifat subyektif artinya individu lebih banyak dipengaruhi oleh keadaan jiwa masing-masing. Sedangkan faktor sasaran dan faktor situasi bersifat lebih obyektif artinya masing-masing individu mempunyai kecenderungan yang sama terhadap suatu obyek yang akan dipersepsi.

2. PT. ULaMMSyariah

a. Sejarah PT. ULaMM

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 triliun, telah ditempatkan dan disetorkan sebesar 300 milyar.⁷

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

⁶Sondang P Siagian, *Teori motivasi dan Aplikasinya* (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hlm. 100-105.

⁷www.pnm.co.id

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.

b. Visi dan Misi

1. 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).

2. Misi

Secara umum, Perseroan mengemban misi sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Koperasi.
- b) 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.
- c) 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 sumber daya manusia.

c. Tujuan Strategis

Perseroan telah menetapkan tujuan strategis dalam mengelola perusahaan, yaitu:

1. 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.
2. Mewujudkan sustainabilitas perusahaan, dengan pertumbuhan aset dan laba serta struktur permodalan yang optimal.
3. 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.
4. 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.

Penjabaran falsafah ILMU PADI sebagai berikut:

- I : Integritas, keberanian moral untuk menyatakan bahwa yang benar adalah benar, yang salah adalah salah serta bertindak dengan benar. Terbuka dalam mengemukakan dan menerima pendapat serta tidak menutupi permasalahan.
- L : Loyalitas, terhadap visi, misi, tujuan PNM serta terhadap nilai-nilai kebenaran dan keadilan.
- M : Mandiri, yakin atas kemampuan sendiri serta tidak melepaskan tanggung jawab, tapi mencari jalan keluar dalam menghadapi kesulitan. Bekerja keras, cerdas, cepat dalam berfikir, menganalisa, pengambilan keputusan dan pelaksanaan tugas dengan tetap berpedoman kepada sistem prosedur serta mempertimbangkan resiko.
- U : Unggul, meningkatkan kualitas pembiayaan, jasa manajemen dan kualitas SDM secara berkesinambungan.
- P : Profesional, bekerja dengan memanfaatkan keahlian untuk pencapaian

target-target perusahaan secara efektif, efisien dan optimal.

A : Amanah, bekerja dengan dilandasi kejujuran serta nilai-nilai ajaran agama dalam mengemban tugas dan tanggung jawab.

D : Disiplin, tepat waktu dalam melakukan setiap tugas serta mematuhi sistem dan kebijaksanaan dan menegakkan peraturan yang berlaku.

I : Ikhlas bekerja tanpa pamrih dengan niat yang tulus, tidak merendahkan pihak lain dan tetap tegas dalam mengambil keputusan.

B. Penelitian Terdahulu

Melinda Sari Ilyda Sudardjat (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “Persepsi Masyarakat tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan” dalam penelitiannya peneliti melakukan penelitiannya bersifat deskriptif yaitu memberi angket (Quisioner) kepada setiap nasabah yang menggunakan produk qardh dengan gadai emas. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana perkembangan produk syariah tentang qardh dengan gadai emas dan bagaimana juga peneliti mensosialisasikan produk ini kepada masyarakat.⁸

Sedangkan penelitian yang peneliti teliti berjudul “Persepsi Nasabah Terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan” dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian bersifat deskripsif yaitu dengan melakukan wawancara kepada setiap nasabah di PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana promosi yang dilakukan PT.

⁸<http://www.Melindasariilyda:Persepsimasyarakatentanggadaiemas.pdf>

ULaMM Syariah Kotanopan terhadap produk-produk yang ditawarkan dan sejauh mana nasabah mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

Jadi dari hasil penelitian diatas, perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Melinda Sari Ilyda dengan judul “Persepsi Masyarakat tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan”. Dalam penelitian ini beliau ingin mengetahui lebih jauh bagaimana perkembangan produk syariah tentang *qard* dengan gadai emas dan bagaimana juga peneliti mensosialisasikan produk ini kepada masyarakat dan nasabah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan ini dilakukan di PT. ULaMM Syariah Kotanopan, beralamat di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 112B Kotanopan. Penelitian ini mulai pada bulan Januari sampai bulan Mei 2015.

B. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang saat ini berlaku dan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini. Penelitian ini tidak menguji hipotesis atau tidak menggunakan hipotesis,¹ melainkan penelitian deskriptif ini hanya berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan obyek penelitian secara apa adanya sesuai dengan hasil penelitiannya.²

Menurut Bogdan dan Biklen, penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³ Berdasarkan keterangan tersebut, maka kualitatif adalah penelitian yang berorientasi pada fenomena/peristiwa yang terjadi di sekitar kita, dan dianalisis

¹ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 26. Cet. 9.

² Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 157.

³ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Cita Pustaka, 2006), hlm. 121.

dengan menggunakan logika berpikir ilmiah. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.⁴ Penelitian ini dipergunakan atas pertimbangan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana persepsi nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan di desa muara saladi.

C. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai berikut:

1. Sumber data primer adalah data yang bersumber dari orang pertama atau informan yang mengetahui secara jelas dan rinci tentang permasalahan yang sedang diteliti.⁵ Sumber data yang dikumpulkan langsung di lapangan.⁶ Yakni data pokok yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang diperoleh langsung dari nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan sebanyak 5 orang
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia,⁷ Dari sumber data sekunder ini diharapkan peneliti memperoleh data-data tertulis

⁴ Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori-Aplikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 47.

⁵ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 112.

⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 19.

⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 91.

berupa profil perusahaan dan dokumentasi perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti

D. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid dan relevan dengan permasalahan yang telah ditentukan, maka dalam penelitian ini maka si penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Interview (wawancara), adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁸ Dalam hal ini penulis mengadakan tanya jawab secara langsung mengenai masalah yang diteliti dengan sumber data. Dimana wawancara ini digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan yang ada di desa muara saladi. Adapun model wawancara yang dapat digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini, yaitu wawancara terstruktur yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang telah diperoleh.

Wawancara dapat dilakukan secara tidak terstruktur dan terstruktur.⁹

- a. Tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas. Peneliti dalam hal ini tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan

⁸ *Ibid.*, hlm. 132.

⁹Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 138.

hanya garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur dijadikan sebagai instrumen pengumpul data.

- b. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya sudah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan peneliti mencatatnya.
2. Observasi, adalah suatu pengamatan langsung terhadap masyarakat desa Muara Saladi. Dengan demikian observasi ini dilaksanakan dengan mensurvei kelapangan secara langsung tentang aktivitas nasabah yang ada di desa Muara Saladi serta mengamati jenjang pendidikan nasabah untuk memperoleh data tentang persepsi terhadap PT. Ulamm Syariah Kotanopan.

E. Penjamin Keabsahan Data

Penjamin keabsahan data diambil dari teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data yang diperoleh untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan dengan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti masyarakat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

F. Analisis Data

Analisis data adalah data yang terdiri dari “analisis” yaitu sifat uraian, penguraian.¹⁰ Pengelolaan dan analisis data ada dilaksanakan dengan kualitatif deskriptif. Maka ada beberapa langkah yang akan dilakukan yaitu:

1. Mengorganisasi data. Dalam hal mengorganisasi data banyak sekali data yang terkumpul diantaranya catatan lapangan dan komentar peneliti, maka disinilah diperlukan mengorganisasi data.
2. Mengadakan reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari data yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak relevan. Atau suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama pengumpulan berlangsung terjadilah tahapan selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo). Reduksi

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 121.

data/proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian di lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.¹¹

3. Penarikan kesimpulan, merangkum uraian-uraian dalam susunan kalimat yang mengandung suatu pengertian secara singkat dan padat.
4. Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, baik yang berasal dari sumber data primer maupun dari sumber data sekunder, selanjutnya data-data tersebut di deskripsikan dengan jelas sesuai dengan sistematika yang dirumuskan sehingga unit-unit analisa yang terdapat dalam rumusan masalah dapat dipahami menjadi satu konsep yang utuh.

¹¹ Lexy J. Moeleong, *Op.Cit.*, hlm. 190.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Sejarah Berdirinya PT. PNM ULaMM Syariah Kotanopan

Berdasarkan profil PT. PNM ULaMM Syariah Kotanopan yang diperoleh dari manajer, dijelaskan bahwa awal berdirinya di Jakarta yang disebut dengan Permodalan Nasional Madani (PNM) pada tahun 1999 kemudian pada tahun 2009 PNM menambahkan cabang dengan sebutan Unit Layanan Modal Mikro (ULAMM) syariah.

Pada tahun 2010 didirikan Permodalan Nasional Madani (PNM) cabang di kota Medan yang disebut PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) ULaMM dengan 2 wilayah (*cluster*) yaitu kota Binjai dan kota Medan.

Pada tahun 2011 *cluster* kota Padangsidimpuan didirikan di Sipirok, Padangsidimpuan, Sibolga, Panyabungan. Pada tahun 2012 *cluster* Panyabungan mendapatkan penunggakan dibawah 3%, karena hal ini ditargetkan pada tahun 2013 didirikan unit Kotanopan pada bulan Januari 2013 yang terletak di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 112B Kotanopan.

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 potensinya di masa depan.

Nilai strategis tersebut kemudian diwujudkan pemerintah dengan mendirikan PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) pada 1 Juni 1999,

sebagai BUMN yang mengemban tugas khusus memberdayakan usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK).

Tugas pemberdayaan tersebut 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.

PT. Permodalan Nasional Madani (Persero), atau “PNM”, didirikan sebagai pelaksanaan dari Tap XVI MPR/1998 dan berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.38/1999 tanggal 29 Mei 1999, dengan modal dasar Rp1,2 triliun dan modal disetor Rp300 miliar. Beberapa bulan kemudian, melalui Kep Menkeu No. 487/KM/017 tanggal 15 oktober 1999, sebagai pelaksanaan dari undang-undang No.23 tahun 1999, PNM ditunjuk menjadi salah satu BUMN Koordinator untuk menyalurkan dan mengelola 12 skim Kredit program.

Setelah sebelas tahun beroperasi, seiring dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat dan dunia usaha kepada perusahaan, Hingga kini, perusahaan tetap fokus menyalurkan pembiayaan UMKMK kepada masyarakat yang hasilnya dinikmati oleh lebih dari satu juta kepala keluarga dan 1.500 lembaga keuangan mikro di seluruh penjuru tanah air.¹

¹www.pnm.co.id. Diakses pada tanggal 13 Maret 2015, pukul 13.09.

2. Tentang ULaMM

➤ ULaMM Datang, Modal Gampang

Ada kata populer yang menjadi buah bibir dalam setiap pembicaraan di bidang ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Sesuatu itu diyakini sebagai pelaku ekonomi yang tahan banting dan mampu survive menghadapi krisis ekonomi. Itulah UMKMK (Usaha Mikro Kecil Menengah dan Koperasi), yang pada tahun 2004 memberikan kontribusi senilai Rp 1,786 triliun atau sekitar 57% terhadap total PDB nasional

➤ Langkah terobosan

Pada bulan Agustus 2008, PNM telah meluncurkan program pembiayaan langsung yang disebut ULaMM, atau “Unit Layanan Modal Mikro”. ULaMM merupakan layanan pinjaman modal untuk usaha mikro dan kecil yang disertai bimbingan untuk mengembangkan usahanya. ULaMM merupakan model atau terobosan baru bagi PNM karena penyaluran pembiayaannya dilakukan secara langsung baik kepada perorangan atau pinjaman untuk Badan Usaha (PT, CV, Firma, dll).

➤ One Stop Shopping

Sebagai pilot project pada pertengahan tahun 2008 telah didirikan di 12 wilayah di DKI dan Jawa Barat, ULaMM menjadi gerai layanan di bawah satu atap atau “One Stop Shopping” bagi para pengusaha mikro dan kecil, yang dilengkapi dengan berbagai dukungan teknis bagi peminjam. Tujuannya adalah membantu usaha mikro dan kecil agar terus berkembang sekaligus mempercepat

kemajuan usahanya. Dukungan tersebut meliputi pemberian konsultasi, pelatihan, pendampingan maupun pengelolaan keuangan dan akses pasar.²

➤ **Keuntungan bagi Nasabah**

ULaMM memberikan keuntungan yang nyata bagi para pengusaha mikro, karena syaratnya yang jelas dan mudah. Angsuran pun gampang, karena disesuaikan dengan kemampuan bayar dan hasil usahanya, mulai dari harian, mingguan, sampai bulanan. Sedangkan tingkat bunganya bisa diperbandingkan. Yang jelas, ULaMM memang khusus dirancang untuk meningkatkan gairah usaha dan kesejahteraan masyarakat.

➤ **Penciptaan Lapangan Kerja dan Perluasan Manfaat Perseroan**

Melalui pinjaman modal usaha produktif ULaMM menargetkan pencapaian penyaluran pinjaman setiap tahunnya lebih dari Rp 1 triliun dan terus meningkat dalam lima tahun mendatang. Dengan menggunakan pendekatan kluster sektor usaha dalam membiayai UMK, sasaran ULaMM mencakup antara lain kluster makanan tradisional, perajin tas, sepatu dan aksesoris, perajin logam hingga kluster peternak unggas.

Dengan asumsi setiap usaha peminjam merekrut tiga orang, maka ULaMM ditargetkan mampu menciptakan lapangan kerja bagi 1,2 juta orang dan penerima manfaat sebanyak lima juta orang.

➤ **Keunggulan ULaMM:**

- Syarat pembiayaan mudah & tidak berbelit-belit;
- Angsuran ringan, disesuaikan kemampuan bayar dan hasil usaha;

²*Ibid.*

- Jaringan ULaMM yang tersebar luas di Indonesia;
- Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 4 tahun (tergantung plafon pembiayaan);
- Maksimal pembiayaan hingga Rp 200 juta;
- Layanan yang ramah dan professional;
- Tersedia layanan pengambilan angsuran di tempat.³

3. Visi dan Misi

a. VISI

Dalam menjalankan aktifitas usahanya, PNM menuju kepada suatu visi yang menjadi penentu arah pencapaian kinerja terbaik perusahaan. Visi tersebut adalah:⁴

“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

Dalam upaya mewujudkan visi tersebut, perusahaan mengemban misi sebagai berikut:

- 1) Menjalankan berbagai upaya, yang terkait dengan operasional perusahaan, untuk meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha para pelaku bisnis UMKMK.

³*Ibid.*

⁴Hendi Pohan, *Hasil Wawancara dengan Pimpinan Unit ULaMM Syariah Kotanopan*, pada tanggal 03 Januari 2015.

- 2) Membantu pelaku UMKMK untuk mendapatkan dan kemudian meningkatkan akses pembiayaan UMKMK kepada lembaga keuangan baik bank maupun non-bank yang pada akhirnya akan meningkatkan kontribusi mereka dalam perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- 3) Meningkatkan kreatifitas dan produktivitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam usaha pengembangan sektor UMKMK.⁵

4. Produk-Produk ULaMM Syari'ah Kotanopan

- **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 <i>cash money</i>
Margin	: ditetapkan secara berskala oleh komite alco (<i>asset liability committee</i>) memo devisi TPP
Pengikatan	: pengikatan di bawah tangan kuasa penyerahan dan penjualan jaminan memo

- **Mikro Madani 25 (MM 25)**

Plafond	: >10 juta s/d 25 juta
Tenor	: Max 24 bulan

⁵Hendi Pohan, *Hasil Wawancara dengan Pimpinan Unit ULaMM Syariah Kotanopan*, pada tanggal 03 Januari 2015.

Administrasi : 1,5% dari plafond
 Agunan : Wajib
 Pencairan : Transfer
 Margin : ditetapkan secara berkala oleh komite alco (*asset liability committee*) memo devisi TPP
 Pengikatan : pengikatan di bawah tangan kuasa penyerahan dan penjualan jaminan memo

- **Mikro Madani 50 (MM 50)**

Plafon : >25 juta s/d 50 juta
 Tenor : Max 36 bulan
 Administrasi : 1,5% dari plafond
 Agunan : Wajib
 Pencairan : Transfer
 Margin : ditetapkan secara berkala oleh komite alco (*asset liability committee*) memo devisi TPP
 Pengikatan : pengikatan di bawah tangan kuasa penyerahan dan penjualan jaminan

- **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

Margin : ditetapkan secara berskala oleh komite alco (*asset liability committee*) memo devisi TPP

Pengikatan : pengikatan di bawah tangan plus legalitas notariil (APTH/cessie/fidusia)

- **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

Margin : ditetapkan secara berskala oleh komite alco (*asset liability committee*) memo devisi TPP

Pengikatan : pengikatan di bawah tangan plus legalitas notariil (APTH/cessie/fidusia)

Penjelasan produk ULaMM:

- Mm 10 : Mikro Madani 10 juta
- Plafond: 1 juta / 10 juta
- Tenor : maksimal 12 bulan
- Administrasi : 1,5% dari plafond
- Agunan: wajib
- Pencairan : Transfer atau *cash money*
- Pengikatan : pengikatan di bawah tangan kuasa penyerahan

dan penjualan jaminan

Dari jenis-jenis produk pembiayaan yang ditawarkan pada ULaMM ini, hasil penelitian yang masih pernah digunakan nasabah mulai dari berdirinya sampai pada saat dilakukannya penelitian ini, hanya mikro madani 25 (mm 25) dan mikro madani 50 (mm 50).

5. Prinsip-prinsip Produk Pembiayaan PT. ULaMM Syariah Kotanopan

- a. Pola produk *murabahah* (jual beli) dengan dukungan akad *wakalah* (titipan).
- b. Penerapan sistem dana cadangan 1 kali angsuran

Tujuan : mitigasi resiko pembiayaan

Takhnik:

- 1) *Dropping* dana untuk jual beli barang secara *full* ke nasabah
 - 2) Nasabah setor dana cadangan 1 kali angsuran
- c. Biaya administrasi : Rp. 50.000,- (lima puluh ribu) +1% (satu persen) dari plafond, yang diakadkan dalam rupiah.
 - d. Pelunasan pokok pembiayaan dipercepat diperbolehkan, dengan alternatif sesuai kesepakatan (sesuai negosiasi dan tidak dipersyaratkan diawal):
 - 1) Nasabah membayar $\frac{1}{2}$ - $\frac{3}{4}$ dari total sisa margin atau minimal
 - 2) Nasabah membayar 1 kali angsuran margin ke depan
 - e. Denda keterlambatan pembayaran angsuran pembayaran angsuran pinjaman/tunggak rp. 20.000,- (dua puluh ribu rupiah), hasil penagihan benda akan dipergunakan sebagai dana kebajikan/sosial.⁶

⁶*Ibid.*

6. Tujuan Strategis

Perseroan telah menetapkan tujuan-tujuan strategis yang menjadi panduan pengelolaan perusahaan, yaitu:

- a. Meningkatkan posisi dan peran perusahaan sebagai penyedia jasa pembiayaan dan jasa manajemen untuk UMKMK yang didukung oleh kelengkapan produk dan layanan, baik layanan keuangan konvensional (berbasis bunga) maupun syariah serta pelayanan secara langsung kepada usaha mikro kecil dan atau bermitra dengan BPR/S, KJK/S, dan Lembaga lainnya.
- b. Mewujudkan pertumbuhan aset dan laba perusahaan serta optimalisasi struktur modal untuk menciptakan sustainabilitas perusahaan.
- c. Melaksanakan peningkatan dan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) atas infrastruktur, organisasi dan proses bisnis, untuk menyediakan layanan dan proses yang berkualitas, cepat, tepat dan sesuai kebutuhan UMKMK.
- d. Menciptakan lingkungan kerja dan budaya perusahaan yang kondusif untuk mendorong kreativitas dan pembelajaran yang berkesinambungan, guna meningkatkan produktivitas karyawan.⁷

⁷*Ibid.*

7. Pembiayaan ULaMM Syariah Kotanopan

a. Perdagangan/ Modal Kerja

Kredit ini dipergunakan untuk keperluan perdagangan pada umumnya yang berarti peningkatan utility of place saru suatu barang, barang-barang yang diperdagangkan ini juga diperlukan bagi industri.

b. Investasi

Kredit yang diberikan kepada para pengusaha untuk investasi, berarti untuk penambahan modal dan kredit bukan untuk keperluan perbaikan ataupun penambahan barang modal atau fasilitas-fasilitas yang erat hubungannya dengan itu. Misalnya untuk membangun pabrik, membeli atau mengganti mesin-mesin dan sebagainya.

8. Syarat-syarat Permohonan Pembiayaan ULaMM Syariah Kotanopan

Kehadiran ULaMM dengan ini akan memberikan bantuan modal kerja dari mulai **Rp 10juta** sampai dengan **Rp 200 juta** Apabila Anda berminat mengajukan permohonan pinjaman silahkan bawa copy dokumen berikut kegerai ULaMM orang :

- a. KTP Suami dan Istri
- b. Kartu Keluarga dan Surat Nikah
- c. Memiliki usaha lebih dari 1 (satu) tahun
- d. Keterangan Legalitas Usaha
- e. Agunan

9. Metode Penyaluran di ULaMM Syariah Kotanopan

- a. Pembiayaan baru
- b. Penambahan plafond pembiayaan yang sudah berjalan (Top Up);
- c. Pengambilalihan pembiayaan (Take Over).

Sasaran Produk

Berdasarkan Skala Usaha:

- Usaha mikro
 - Aset bersih <- 50 juta (diluar tanah dan bangunan)
 - Omset tahunan <- 300 juta
- Usaha kecil
 - Aset bersih > 50 juta s/d 500 juta (diluar tanah dan bangunan)
 - Omset tahunan > 300 juta s/d 2,5 milyar

Berdasarkan Bentuk Usaha:

- Perorangan
- Usaha berbadan hokum maupun tidak berbadan hukum

Berdasarkan Persyaratan Dasar:

- Warga Negara Indonesia
- 21 tahun/sudah menikah s/d 65 tahun pada saat jatuh tempo kredit
- Berdomisili minimal 1 tahun
- Usaha minimal 1 tahun
- Tidak ada kredit atau *track record* bermasalah

B. Temuan Khusus

1. Persepsi Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus Desa Muara Saladi)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Hendi Pohan selaku Pimpinan Unit PT. ULaMM Syariah Kotanopan, beliau mengemukakan bahwa peran nasabah itu sangat penting bagi ULaMM syariah, karena hidupnya PT. ULaMM Syariah Kotanopan itu dari nasabah sepenuhnya, yaitu dari hasil pembiayaan dan administrasi yang diterima dari nasabah.

Kemudian peranan nasabah juga sangat berpengaruh bagi kemajuan ULaMM karena jika semakin banyak nasabah yang mengenal dan memanfaatkan produk ULaMM, maka semakin maju bisnis perusahaan itu sendiri. Jadi, peranan nasabah berbanding lurus dengan kemajuan perusahaan.⁸

Ada banyak cara yang dilakukan oleh pihak ULaMM untuk menarik minat nasabah. Contohnya, dengan menawarkan beberapa produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah seperti produk pembiayaan untuk pemenuhan pembiayaan modal kerja.

Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan masyarakat Desa Muara Saladi sebagai nasabah yaitu Bapak Parsaulian Lubis, secara pribadi beliau mengatakan bahwa beliau telah mengenal ULaMM sejak tahun 2013. Beliau mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan itu dilihat dari plakat di depan ULaMM. Menurut beliau, kalau tentang pelayanan dan fasilitas yang disediakan

⁸Hendi Pohan, *Hasil Wawancara dengan Pimpinan Unit ULaMM Syariah Kotanopan*, pada tanggal 03 Januari 2015.

oleh PT. ULaMM Syariah Kotanopan baik-baik saja. Namun pada kenyataannya beliau masih kurang mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan oleh PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Menurutnya, promosi yang dilakukan oleh PT. ULaMM Syariah Kotanopan itu masih kurang. Sehingga masih banyak nasabah yang belum mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan. Dan beliau menyarankan kepada PT. ULaMM Syariah Kotanopan agar lebih mempromosikan produknya kepada halayak ramai, supaya nasabah dapat mencoba produk-produk yang lainnya.⁹

Menurut Ibu Meliana Lubis beliau sudah mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan itu sudah lama, sejak awal PT. ULaMM Syariah Kotanopan berdiri di Kotanopan. Menurutnya dia tidak pernah mengetahui promosi ULaMM tentang produknya keluar.¹⁰

Begitu juga dengan Ibu Rosmita dan Bapak Hasan Ahmad Hasibuan, mereka mengetahui PT. ULaMM Syariah Kotanopan sudah sekitar 3 tahun. Mereka kurang mengetahui tentang produk-produk PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Mereka mengatakan kurang mengetahui produknya dikarenakan tidak mengetahui tentang promosi yang dilakukan pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Dan saran-sarannya agar promosinya lebih ditingkatkan lagi.¹¹

Bapak Fajar Batubara sebagai warga masyarakat Muara Saladi sekaligus nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan mengatakan bahwa sudah mengenal

⁹Bapak Parsaulian Lubis, Nasabah PT. ULaMM Syariah, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 23 Desember 2014.

¹⁰Ibu Meliana Lubis, Nasabah PT. ULaMM Syariah, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 21 Desember 2014.

¹¹ Ibu Rosmita dan Bapak Hasan Ahmad Hasibuan, Masyarakat Desa Muara Saladi, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 03 Desember 2014.

ULaMM selama 3 tahun lamanya. Menurut beliau fasilitas dan pelayanan yang diberikan pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan sudah bisa dikatakan baik. Mereka juga mengakui bahwa pegawai-pegawai PT. ULaMM Syariah Kotanopan ramah dan baik-baik.¹²

Bapak Erwin Batubara juga mengatakan mengenal pegadaian syariah sudah 3 tahun belakangan ini. Beliau mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan karena Bapak tersebut salah satu nasabah di ULaMM, bahkan beliau sudah menggunakan modal yang diberikan perusahaan kepadanya. Serta beliau mengatakan bahwa pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan, menurut beliau sudah lumayan, apalagi tentang fasilitas sudah bisa dikatakan baik untuk ukuran nasabahnya. Tapi kalau mengenai produk-produk yang ditawarkan dan promosi-promosi yang dilakukan kurang mengetahui dan juga mereka tidak pernah mendengar. Harapannya kepada ULaMM agar lebih di promosikan lagi produknya, supaya masyarakat lebih mengetahui.¹³

Bapak Nasman Batubara mengatakan sudah mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan setahun belakangan ini, tapi mereka tidak mengetahui tentang produk dan promosi yang dilakukan oleh pihak pegadaian. Menurut mereka promosi ULaMM tentang produknya masih kurang dan perlu untuk ditingkatkan lagi.¹⁴

Bapak Toharuddin Lubis mengaku mengenal ULaMM sudah 2 tahun belakangan ini, namun tidak tahu tentang produk-produk yang ditawarkan PT.

¹² Bapak Fajar Batubara, Masyarakat Desa Muara Saladi Sekaligus Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 01 Desember 2014.

¹³ Bapak Erwin Batubara, Masyarakat Desa Muara Saladi Sekaligus Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 03 Desember 2014.

¹⁴ Bapak Nasman Batubara, Masyarakat Desa Muara Saladi, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 23 Desember 2014.

ULaMM Syariah Kotanopan dan beliau juga kurang mengetahui tentang promosi-promosi ULaMM. Menurut Bapak Toharuddin Lubis kalau tentang fasilitas PT. ULaMM Syariah Kotanopan ini masih kurang, karena menurutnya ruangnya masih kurang luas, kurang lebar.¹⁵

Menurut Bapak Sabaruddin Pohan, beliau mengenal ULaMM syariah sudah 3 tahun. Beliau juga mengatakan bahwa kurang mengetahui tentang produk dan promosi yang dilakukan oleh pihak ULaMM. Menurut beliau kalau masalah pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh ULaMM sudah baik. Beliau mengatakan belum pernah kecewa dalam di PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Tapi kalau mengenai promosi dan produk beliau kurang mengetahuinya.¹⁶

Menurut Bapak Abdul Azis Matondang yang juga nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan dan masih setahun belakangan ini menjadi nasabah di ULaMM, juga mengatakan hal yang sama yaitu kurang mengetahui tentang produk-produk PT. ULaMM Syariah Kotanopan.¹⁷

Ibu Sajadah juga yang mengenal ULaMM sudah satu tahun ini berpendapat yang sama dengan Bapak Abdul Azis Matondang. Beliau mengatakan mengenal ULaMM dari mulut ke mulut. Menurut beliau ULaMM ini perlu melakukan promosi-promosi terhadap produknya ke lapangan, agar lebih banyak lagi nasabah yang datang dan akan meningkatkan pendapatan ULaMM itu sendiri.¹⁸

¹⁵ Bapak Toharuddin Lubis, Masyarakat Desa Muara Saladi, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 23 Desember 2014.

¹⁶ Bapak Sabaruddin Pohan, Masyarakat Desa Muara Saladi Sekaligus Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 06 Desember 2014.

¹⁷ Bapak Abdul Azis Matondang, Masyarakat Desa Muara Saladi Sekaligus Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan, wawancara di Desa Muara Saladi, pada tanggal 18 Desember 2014.

¹⁸ Ibu Sajadah, Masyarakat Desa Muara Saladi, wawancara di Desa Muara Saladi Sekaligus Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan, pada tanggal 18 Desember 2014.

Sama halnya dengan Ibu Tumaidah yang juga mengaku sudah lama mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Kenalnya dari melihat plakatnya, kalau mengenai fasilitas yang ditawarkan sudah lumayan bagus. Pelayanannya juga baik dan pegawainya juga ramah menurut beliau. Kalau promosi pihak ULaMM beliau juga kurang mengetahui, karena beliau sendiri kenalnya dari plakatnya saja, kalau mengenai promosi ke luar kantor beliau kurang mengetahui.¹⁹

Dari hasil wawancara diatas kebanyakan nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan yang ada di desa muara saladi dari teman dan dari plakat yang ada di depan PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Nasabah yang mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan dari plakatnya sekitar 45% sedangkan yang mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan dari teman dan Masyarakat itu sekitar 55% dan tidak ada seorang pun yang mengenal PT. ULaMM Syariah Kotanopan dari promosi yang dilakukan oleh pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Ini menunjukkan masih kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Dan nasabah berharap kegiatan promosi ini lebih ditingkatkan lagi oleh pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

Dilihat dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan, 95% nasabah mengatakan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan itu baik dan hanya 5% nasabah yang mengatakan bahwa pelayanan pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan itu masih kurang baik. Ini artinya pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan juga harus lebih

¹⁹ Ibu Tumaidah, Masyarakat Desa Muara Saladi, wawancara di Desa Muara Saladi Sekaligus Nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan, pada tanggal 04 Januari 2015.

memperhatikan pelayanan terhadap nasabah supaya semua nasabah di PT. ULaMM Syariah Kotanopan lebih merasa nyaman.

Keberhasilan PT. ULaMM Syariah Kotanopan dalam merekrut nasabah mayoritas masih menunjukkan angka 7 sampai 8. Jika PT. ULaMM Syariah Kotanopan lebih memberikan pengetahuan tentang produk yang mereka tawarkan kepada nasabah, tentunya banyak nasabah yang ingin mencoba produk tersebut. Dan otomatis pendapatan PT. ULaMM Syariah Kotanopan akan lebih bertambah dari yang sebelumnya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan yang ada di Desa Muara Saladi

Persepsi merupakan proses dimana individu mengatur dan menginterpretasi kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Disini kita akan membahas apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan yaitu:

a. Pendidikan

Jika dilihat dari informan berdasarkan pendidikan. Kebanyakan masyarakat (sebagai nasabah) desa Muara Saladi itu berpendidikan SMA. Dimana, tingkat pendidikan juga sangat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan. Kita ketahui bahwa kebanyakan masyarakat yang berpendidikan SMA, dan sudah berumah tangga itu banyak yang membutuhkan

dana yang cepat untuk kebutuhannya. Dan sebagai alternatif bagi mereka mengajukan pembiayaan kepada PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

b. Pekerjaan

Jika dilihat dari informan berdasarkan pekerjaan. Mayoritas pekerjaan masyarakat (sebagai nasabah) desa Muara Saladi itu yang berprofesi sebagai petani. Namun masih ada beberapa masyarakat yang berjualan di rumahnya sendiri, berdasarkan hasil wawancara peneliti bahwa masyarakat yang berjualan tersebut telah menjadi nasabah di PT. ULaMM Syariah Kotanopan.

Jadi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap ULaMM syariah itu dapat dilihat dari faktor pendidikan dan faktor pekerjaannya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di PT. ULaMM Syariah Kotanopan tentang Persepsi nasabah PT. ULaMM Syariah Kotanopan (Studi Kasus Desa Muara Saladi), peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan tentang pelayanan PT. ULaMM Syariah Kotanopan dapat dikatakan baik, begitu juga tentang fasilitas yang ditawarkan PT. ULaMM Syariah Kotanopan dapat dikatakan baik. Namun, tentang promosi yang dilakukan oleh pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan masyarakat masih kurang mengetahui dan masyarakat serta nasabah berharap kedepannya pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan lebih meningkatkan kegiatan promosi terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan.
2. Upaya yang dilakukan pihak PT. ULaMM Syariah Kotanopan dalam mengatasi masalah persepsi nasabah terhadap PT. ULaMM Syariah Kotanopan tentang promosi yaitu:
 - a. Meningkatkan pengetahuan nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh PT. ULaMM Syariah Kotanopan agar nasabah tertarik untuk mencoba produk yang lainnya.
 - b. Memberitahukan kepada nasabah bahwa produk yang lain juga sangat bermanfaat.
 - c. Membuat promosi semenarik mungkin

- d. Mempromosikan produk-produk yang ditawarkan ke luar lapangan minimalnya seminggu sekali.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada:

1. Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti penelitian yang sama dengan penelitian ini, agar kiranya meneliti masalah yang berbeda dengan yang dilakukan peneliti sebelumnya.

2. Mahasiswa

Kepada mahasiswa yang membaca penelitian ini, kiranya penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian.

3. Akademisi

Bagi pihak akademisi yang membaca penelitian ini, agar memberikan saran dan masukan yang membangun bagi peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Atkinson, *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Erlangga, 1991.
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Chaplin, J.P, *Kamus Lengkap Psikologi (Edisi 5)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999.
- Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Iqbal Hasan, *Analisi Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- M. Faud, dkk, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Mervin K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori-Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

Ridwan Nurdin, *Akad-akad Fiqh Pada Perbankan Syariah di Indonesia (Sejarah, Konsep dan Perkembangannya)*. Banda Aceh: Pena, 2010.

Rizal Anggabrata, *Uang dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Multazam Mulia Utama, 2011.

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Sondang P Siagian, *Teori motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Bina Aksara, 1989.

Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.

Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Cita Pustaka, 2006.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Persepsi>, diakses pada tanggal 31 Februari 2015.

<http://www.Melindasariilyda:Persepsimasyarakattentangadaiemas.pdf>

www.pnm.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- I. Nama : SAHLAN
NIM : 10 220 0035
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/Perbankan Syariah
Tempat/Tanggal Lahir : Muarasaladi, 20 April 1992
Alamat : Jl. H. Tengku Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang
Kota Padangsidempuan. Provinsi Sumatera Utara.
- II. Nama Orang Tua
Ayah : RUSLAN BATUBARA
Pekerjaan : Petani
Ibu : SRI JUDAH
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Muarasaladi Kec. Ulupungkut Mandailing Natal
- III. Pendidikan
1. SD Negeri 145612 Simpang Duhu Lombang Tamat Tahun 2004
 2. SMP Negeri 2 Kotanopan Tamat Tahun 2007.
 3. SMA Negeri 1 Kotanopan Tamat Tahun 2010
 4. Tahun 2010 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara dengan pimpinan PT. ULaMM syariah kotanopan

1. menurut bapak/pimpinan, nasabah itu seperti apa?
2. apakah nasabah dan masyarakat menerima dengan baik produk yang ditawarkan oleh ULaMM syariah kotanopan?
3. menurut bapak, apakah produk yang ditawarkan oleh ULaMM sudah bisa memenuhi kebutuhan masyarakat?

B. Wawancara dengan masyarakat

1. sebelumnya sudah berapa lama bapak/ ibu mengenal PT. ULaMM syariah kotanopan?
2. tahunya darimana?
3. bagaimana menurut bapak/ ibu pelayanan di PT. ULaMM syariah kotanopan?
4. bagaimana tentang fasilitas yang di tawarkan oleh ULaMM syariah, apakah sudah baik?
5. bagaimana menurut bapak/ibu mengenai karyawan yang ada di PT. ULaMM?
6. selain produk pembiayaan, apakah ibu/ bapak mengetahui produk lain yang ditawarkan oleh ULaMM?
7. saran/ masukan bapak/ ibu kepada PT. ULaMM syariah kotanopan supaya lebih baik lagi?

**Dokumentasi Masyarakat Desa Muara Saladi Serta Nasabah PT. ULaMM Syariah
Kotanopan**



Wawancara Dengan Ibu Meliana Lubis



Wawancara Dengan Bapak Erwin Batubara



Wawancara Dengan Bapak Parsaulian Lubis



Wawancara Dengan Bapak Parsaulian Lubis



Wawancara Dengan BapakSabaruddin Pohan