



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT
NASABAH DANA TALANGAN HAJI PADA
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

ZULPIA

NIM. 11 220 0089

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

2015



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT
NASABAH DANA TALANGAN HAJI PADA
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

ZULPIA

NIM. 11 220 0089

PEMBIMBING I

Ikhwanuddin Harahap, M. Ag

NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II

Muhammad Isa, S.T, M.M

NIP. 19800605 201101 1 003

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2015**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ZULPIA
NIM : 11 220 0089
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul skripsi : **PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT
NASABAH DANA TALANGAN HAJI PADA PT.
BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN**

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 ketidak benaran 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.

Padangsidimpuan, 21 April 2015

Saya yang menyatakan,




ZULPIA
NIM. 11 220 0089

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : ZULPIA
NIM : 11 220 0089
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT
NASABAH DANA TALANGAN HAJI PADA PT. BANK
SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

Ketua



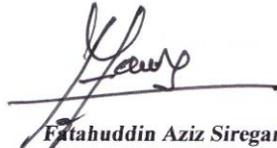
Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris

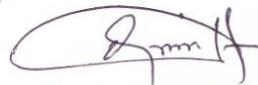


Darwis Harahap, S.HI.,M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

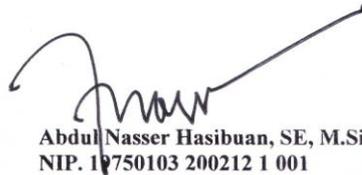
Anggota



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



Darwis Harahap, S.HI.,M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015



Abdul Nasser Hasibuan, SE, M.Si
NIP. 19750103 200212 1 001



Nofinawati S.E.I, M.A
NIP. 19821118 201101 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :
Di : Padangsidimpuan
Tanggal/ Pukul : 24 April 2015/14.00 WIB s/d selesai
Hasil/ Nilai : 80,50 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,31
Predikat : AMAT BAIK



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

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

SKRIPSI BERJUDUL : PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT
NASABAH DANA TALANGAN HAJI PADA
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN

DITULIS OLEH : ZULPIA
NIM : 11 220 0089

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,

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

ABSTRAK

Nama : ZULPIA
NIM : 11 220 0089
Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan
Kata kunci : Promosi, Minat Nasabah, dan Dana Talangan Haji

Sesuai dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”, maka promosi perlu ditingkatkan oleh pihak bank, karena seharusnya bank lebih mengoptimalkan promosi produk penyaluran pembiayaan dana talangan haji tersebut, agar bisa mempertahankan dan menarik minat masyarakat menjadi nasabah, sehingga bisa menaikkan citra dan eksistensi bank.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, dan untuk mengetahui besar pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif yaitu penelitian yang berbentuk angka. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Selanjutnya, analisis datanya dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik sebagai alat hitung antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas dan analisis regresi sederhana. Dari pengolahan data diperoleh sebagai berikut: Adanya hubungan yang kuat antara variabel promosi dengan variabel minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini ditandai oleh nilai r sebesar 0,602 yang berarti adanya korelasi yang kuat antara variabel promosi dengan variabel minat nasabah dana talangan haji. Hubungan yang terjadi antara variabel promosi dan variabel minat nasabah dana talangan haji adalah hubungan yang berbanding lurus atau positif karena nilai r yang positif (+) dengan semakin meningkatnya kegiatan promosi, maka akan meningkat pula minat nasabah dana talangan haji. Dari perhitungan koefisien determinasi (r^2) diperoleh nilai sebesar 0,362 atau 36,2%, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah sebesar 36,2%, sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi variabel lainnya namun tidak di bahas dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y' = 17,082 + 0,621 X$ yang artinya setiap peningkatan kegiatan promosi sebesar 1 % maka akan meningkat minat nasabah sebesar 62,1 %.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan)”** dengan baik dan tepat waktu. Serta salawat beriring salam ke ruh junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW yang kita harapkan safaatnya di hari pembalasan nanti.

Peneliti menyadari sepenuhnya, tanpa bantuan moril dan materil dari semua pihak, penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Karena itu sudah sepatutnyalah penulis sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak. Ucapan terimakasih pertama-tama disampaikan kepada:

1. Bapak H. Ibrahim Siregar, M.CL selaku rektor IAIN Padangsidimpuan beserta wakil Rektor.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan beserta wakil Dekan.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Ikhwanuddin Harahap, M. Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Isa, ST., MM selaku Pembimbing II.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada Peneliti selama perkuliahan serta seluruh staf IAIN Padangsidimpuan.

6. Bapak Pemimpin PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan beserta seluruh pegawai yang telah memberikan kesempatan dan membantu peneliti untuk menyelesaikan Penelitian ini.
7. Ayahanda Zuhaili dan Ibunda Saprida Aini Harahap tercinta yang telah mengasuh, membesarkan, mendidik, memberikan motivasi, doa dan dukungan serta memberikan bantuan moril dan material kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Padangsidempuan.
8. Kakanda Murniati, Syahdiwan, dan Sakban beserta adinda Summiati, Muharram, dan Mannisa yang telah memberikan dukungan dan motivasi agar skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Sahabat serta teman-teman Perbankan Syariah (Maryetti, Ian Alfian, Khadijah, Nikmah Nasution, Fitri Handayani Pohan, Raden Saleh Siagian, Roni Hagabean, Yayuk Yulia Ningsih, Nur Halimah Lubis, Purnama Utami dll.) angkatan 2011 yang telah berjuang bersama-sama dan memberi motivasi bagi peneliti.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan pengetahuan peneliti yang terbatas, karena itu kritik dan saran penulis harapkan untuk memperbaikinya. Akhir kata peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Padangsidempuan, 24 April 2015

ZULPIA
NIM. 11 220 0089

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

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	ḥ a	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es
ص	š ad	š	es dan ye
ض	ḍ ad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭ a	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓ a	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	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
	fatḥ ah	a	a
	kasrah	i	i
	ḍ ommah	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	fatḥ ah dan ya	ai	a dan i

و.....	fatḥ ah 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
ا.....	fatḥ ah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	ḍ ommah 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 fatḥ ah, kasrah, dan ḍ ommah, 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:

ال . 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 hurufqamariah

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. HurufCapital

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 Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL/SAMPEL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Defenisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. KerangkaTeori.....	12
1. Promosi.....	12
2. Minat Nasabah.....	16
3. Dana Talangan Haji	17
4. <i>Qardh</i>	19
5. <i>Ijârah</i>	21
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Berfikir.....	23
D. Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
B. Jenis Penelitian.....	26
C. Populasi dan Sampel	27
D. Instrumen Pengumpulan Data	28
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
1. Uji Validitas.....	30
2. Uji Reliabilitas.....	31
F. Analisis Data	32
1. Uji Normalitas	32
2. Uji Linearitas	32
3. Uji Regersi Linear Sederhana.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	35
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Bank SUMUT	35
2. Visi dan Misi Perusahaan	38
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reliabilitas.....	44
C. Analisis Data	46
1. Uji Normalitas	46
2. Uji Lineritas	46
3. Uji Regresi Linear Sederhana.....	47
D. Hasil Pembahasan Penelitian	51
E. Keterbatasan Penelitian	52
BAB V PENELITIAN.....	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

A.	Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Dana Talangan Haji	6
B.	Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel	9
C.	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
D.	Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	29
E.	Tabel 4.1 <i>Correlated Item- Total Correlation</i> Variabel X	41
F.	Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas variabel X.....	42
G.	Tabel 4.3 <i>Correlated Item- Total Correlation</i> Variabel Y.....	42
H.	Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	43
I.	Tabel 4.5 <i>Reliability Statistics</i> X.....	44
J.	Tabel 4.6 <i>Reliability Statistics</i> Y.....	45
K.	Tabel 4.7 <i>ANOVA Table</i>	47
L.	Tabel 4.8 <i>Correlations</i>	48
M.	Tabel 4.9 Interpretasi Nilai r	48
N.	Tabel 4.10 <i>Coefficients^a</i>	49

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 2.1 Skema Pendaftaran Calon Nasabah Dana Talangan Haji	19
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4.1 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia ekonomi dalam Islam adalah dunia bisnis atau investasi. Hal ini bisa dicermati mulai dari tanda-tanda eksplisit untuk melakukan investasi (ajakan bisnis dalam Alquran dan Sunnah) hingga tanda-tanda implisit untuk menciptakan sistem yang mendukung iklim investasi (adanya sistem zakat sebagai alat disinsentif atas penumpukan harta, larangan riba untuk mendorong optimalisasi investasi, serta larangan *maysir* atau judi dan spekulasi untuk mendorong produktifitas atas setiap investasi). Dalam praktiknya, investasi yang dilakukan baik oleh perorangan, kelompok, maupun institusi dapat menggunakan pola *non* bagi hasil (ketika investasi dilakukan dengan tidak bekerja sama dengan pihak lain) maupun pola bagi hasil (ketika investasi dilakukan dengan bekerja sama dengan pihak lain).¹

Lembaga perbankan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Tidak satupun negara modern yang menjalankan ekonominya tanpa melibatkan lembaga perbankan. Persoalan muncul ketika terdapat sekelompok masyarakat Islam yang merasa sulit menerima kehadiran lembaga perbankan dalam kehidupannya dikarenakan adanya unsur-unsur yang dinilai tidak sesuai dengan ajaran agamanya, yaitu bunga. Menurut sebagian umat Islam, bunga sama dengan riba yang dilarang dalam Alquran dan Sunnah.

¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 1.

Dengan situasi semacam itu umat Islam menghadapi dilema yang cukup pelik, di satu sisi mereka menyadari akan perlunya lembaga perbankan untuk menggairahkan kegiatan ekonomi yang berarti juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun disisi lain mereka dihadapkan pada ajaran agama yang mengharuskan menghindari atau paling tidak membatasi keterlibatannya dengan bank yang masih menggunakan instrumen bunga. Untuk mengatasi dilema ini sejumlah ekonom muslim menawarkan konsep perbankan yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu sistem perbankan dengan mekanisme bagi hasil atau sistem *profit and loss sharing* (PLS).²

Berdasarkan prinsip bank syariah seperti halnya bank konvensional, bank syariah mempunyai fungsi utama sebagai lembaga yang usaha pokoknya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Secara umum kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana. Kedua kegiatan tersebut sama penting dan sama-sama membutuhkan perhatian yang khusus.

Kondisi yang ideal untuk sebuah usaha perbankan adalah jumlah dana pihak ketiga (giro, tabungan, dan deposito) yang cukup tinggi bersamaan dengan penyaluran dana ke masyarakat (pembiayaan) yang tinggi juga.

² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 17-18.

Untuk mencapai kondisi yang ideal tersebut bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Bank perlu menciptakan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, pelayanan dan promosi yang tepat.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran dalam mencapai keberhasilan perusahaan barang dan jasa. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan maka semakin mendekati target pasar yang diharapkan. Promosi adalah arus informasi yang persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.³

Promosi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Dewasa ini, promosi sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan metode promosi dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Berbagai bentuk usaha, mulai dari usaha eceran hingga perusahaan multinasional, mengandalkan promosi untuk membantu mereka memasarkan barang dan jasa. Pada sistem ekonomi yang berlandaskan pada pasar, konsumen semakin mengandalkan bentuk promosi lainnya untuk mendapatkan informasi yang akan mereka gunakan dalam membuat keputusan apakah akan membeli suatu produk atau tidak. Semakin meningkat pengeluaran (belanja) promosi yang dilakukan perusahaan menjadi bukti bahwa tenaga pemasaran dimanapun di

³ Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing edisi ke- Dua* (Yogyakarta: Erlangga, 1998), hlm. 237.

dunia mengakui pentingnya kegiatan promosi. Strategi promosi memainkan peran penting pada program pemasaran perusahaan karena strategi promosi merupakan upaya perusahaan untuk berkomunikasi dan menjual produk mereka kepada konsumen.

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan merupakan salah satu lembaga keuangan yang turut serta meramaikan dunia persaingan antar perbankan yang ada di Kota Padangsidimpuan. Dalam persaingan yang ketat antara PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan bank-bank lain, maka bank perlu melakukan kegiatan promosi yang efektif dan efisien untuk menarik baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Promosi yang dilakukan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan masih kurang, ini terlihat dari jadwal dalam proses promosi yang belum ada sama sekali. Selanjutnya untuk bagian promosi bank tersebut juga belum memiliki karyawan yang khusus untuk bagian pemasaran atau promosi langsung kelapangan. Jadi, untuk promosi produk penghimpunan dana ataupun produk penyaluran dana pembiayaan, bank tersebut hanya menunjuk beberapa karyawan baik karyawan bidang dari PM (Pemasaran) maupun karyawan bidang OPS (Operasional).

Dari sumber sementara yang peneliti dapatkan di bank tersebut yaitu melalui wawancara dengan salah satu karyawan, diperoleh informasi bahwa salah satu produk penyaluran dana dalam hal pembiayaan yang paling diunggulkan adalah produk pembiayaan dana talangan haji. Ini dikarenakan produk pembiayaan dana talangan haji sangat membantu nasabah yang berangkat haji lebih awal dengan terlebih dulu mendapatkan porsi

keberangkatan, sehingga menggugah masyarakat untuk melakukan pembiayaan dana talangan haji dan lebih cepat mendapatkan porsi keberangkatannya.⁴

Daerah Kota Padangsidimpuan memiliki populasi penduduk yang mayoritas beragama Islam. Keinginan untuk menunaikan ibadah haji sangatlah tinggi dikarenakan ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima. Masyarakat selalu berbondong-bondong dan saling berebut porsi untuk keberangkatan ke tanah suci, mengingat keterbatasan kuota setiap tahunnya, sehingga semakin lama mendaftar ke Kantor Kemenag (Kementerian Agama) wilayah setempat semakin lama pula pelaksanaan keberangkatannya. Di sinilah letak keresahan para calon jamaah haji yang merasa kesulitan dalam mengumpulkan dana untuk mendapatkan nomor porsi keberangkatan haji. Untuk mendapatkan porsi tersebut juga dibutuhkan jumlah biaya yang relatif besar, sehingga membuat nasabah menjadi kesulitan, untuk mendaftar dan mendapatkan porsi haji.

Disinilah bank dapat memainkan perannya dalam membantu masyarakat yang berniat melakukan ibadah haji namun belum memiliki dana yang cukup. Kemudian bank juga mempunyai kemungkinan memperoleh pendapatan dari jasa ini berupa biaya administrasi (*ujrah*) yang dikenakan kepada nasabah.

Khususnya dalam hal pembiayaan dana talangan haji merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan. Seharusnya bank harus lebih

⁴ Hasil Wawancara Dengan Wakil Pemimpin di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, Pada Hari Selasa, 23 Desember 2014.

mengoptimalkan promosi produk penyaluran pembiayaan dana talangan haji tersebut, agar bisa mempertahankan dan menarik nasabah yang lebih banyak lagi, sehingga nantinya target pasar dapat terpenuhi. Selain itu, di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan belum mempunyai karyawan yang khusus dalam memasarkan ataupun mempromosikan produk penghimpunan dana dan produk penyaluran pembiayaan. Bank tersebut hanya memiliki seksi pemasaran yang hanya beroperasi dalam hal pelayanan pembiayaan nasabah dan menjalankan survei lapangan. Sedangkan untuk pemasaran langsung belum ada sama sekali. Proses promosi untuk penyaluran pembiayaan dana talangan haji yang dilakukan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu melalui periklanan. Adapun periklanan yang dilakukan oleh bank tersebut adalah melalui stasiun radio, brosur, surat kabar, dan spanduk. Selama ini untuk melakukan promosi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan masih kurang, ini dapat dilihat dari kurangnya tenaga kerja ataupun SDI (Sumber Daya Insani). Adapun jumlah nasabah dana talangan haji yang peneliti peroleh dari PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan seperti tabel dibawah ini, yaitu:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan Dana Talangan Haji

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2010	43
2	2011	169
3	2012	274
4	2013	284
5	2014	138

Sumber :PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan mulai tahun 2010 sebanyak 43 nasabah, pada tahun 2011 mutasi menjadi 169 nasabah, kemudian ditahun 2012 mutasi menjadi 274 nasabah, tahun 2013 mutasi menjadi sebanyak 284 nasabah, dan pada tahun 2014 mutasi sebanyak 138.⁵ Dari tabel di atas terlihat bahwa pada rentang tahun 2010 s/d 2013 relatif terjadi peningkatan jumlah nasabah, namun terjadi penurunan yang cukup drastis pada tahun 2013 s/d 2014, yaitu dari 284 orang nasabah menjadi 138 orang nasabah.

Penurunan jumlah nasabah ini mungkin disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya promosi. Sebagaimana kita ketahui semakin sering dilakukan kegiatan promosi maka diharapkan akan semakin banyak pula nasabah atau pelanggannya.

Peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana hubungan serta pengaruh aktivitas promosi terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan promosi dapat menaikkan minat masyarakat untuk menggunakan produk dana talangan haji tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti terdorong untuk mengadakan pengamatan atau penelitian agar mengetahui lebih jelas. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi**

⁵ Hasil Wawancara Dengan Pimpinan Seksi Pemasaran di PT. Bank Sumut Cabang Syaria'ah Padangsidimpuan, Pada Hari Jumat, 06 Februari 2015.

Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”.

B. Identifikasi Masalah

Suatu lembaga bisnis, termasuk perbankan tentunya berkeinginan untuk tumbuh dan berkembang. Untuk mencapai hal tersebut tentunya produk perusahaan tersebut harus diminati atau disukai konsumen. Terkait dengan lembaga perbankan maka keberadaan nasabah merupakan salah satu kunci kemajuan suatu bank. Bank yang memiliki nasabah yang banyak serta loyal, tentunya akan memberikan pengaruh positif terhadap kemajuan perusahaan.

Minat masyarakat untuk menjadi nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor- faktor yang diduga mempengaruhinya antara lain, seperti kualitas, produk, biaya administrasi, lokasi bank, pelayanan, dan promosi.

C. Batasan Masalah

Mengingat luas dan kompleksnya cakupan masalah yang ada dan kemampuan peneliti yang terbatas, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu hanya membahas pengaruh promosi terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.2
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
a. Promosi (X)	Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. ⁶	a. Melakukan periklanan b. Melaksanakan promosi melalui brosur, spanduk, dan iklan c. Melakukan promosi penjualan (hadiah) d. Melakukan personal selling e. Melakukan publisitas	Skala Likert
b. Minat nasabah (Y)	Minat: perhatian, kesukaan, kecenderungan hati. ⁷ Nasabah: perbandingan, pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan. ⁸	a. Kemudahan b. Kecenderungan hati c. Keinginan	Skala Likert

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

⁷ Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

⁸ *Ibid.*, hlm. 288.

2. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari ini penelitian ialah:

1. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi tentang pembiayaan dana talangan haji yang ada pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dan diharapkan pula bisa lebih memahami kemudahan yang didapat dalam menggunakan pembiayaan dana talangan haji tersebut.
2. Bagi lembaga perbankan syariah, membantu untuk mensosialisasikan pembiayaan dana talangan haji bagi masyarakat agar lebih cerdas dalam menggunakan pembiayaan dana talangan haji.
3. Bagi peneliti, penelitian merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk bisa menerapkan ilmu dan pengetahuan yang peneliti peroleh dari bangku kuliah dan menambah wawasan di bidang perbankan khususnya dalam bidang pembiayaan dana talangan haji.
4. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi bagi peneliti lain di masa yang akan datang.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat dengan tujuan untuk mempermudah penulisan dalam menyusun skripsi ini. Adapun sistematika pembahasan yang dibuat yaitu:

Bab pertama berisi mengenai dasar disebabkan dilakukan penelitian dilokasi yang telah ditentukan dan dijelaskan dibagian latar belakang masalah, serta didukung dengan bagian lainnya seperti: identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi mengenai penjelasan judul yang diteliti sesuai dengan teori.

Bab ketiga merupakan berisi mengenai metode yang ditentukan peneliti dalam memperoleh data penelitian.

Bab keempat berisi mengenai hasil penelitian atas pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Bab kelima adalah penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Promosi

Setelah produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan, dan tempat (lokasi dan *layout* sudah disediakan), atau produk sudah benar-benar siap untuk dijual, maka diperlukan suatu usaha agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat atau nasabah. Oleh karena itu, masyarakat perlu diberitahukan tentang kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah.¹

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang perlu diperhatikan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan elemen bauran pemasaran yang lainnya, yaitu produk, harga setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank, cetakan ke-4* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155.

menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.²

Dalam merancang strategi promosi, perusahaan harus mengombinasikan berbagai elemen yang terdapat dalam bauran promosi atau *promotional mix* dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing elemen tersebut. Manajemen promosi (*promotional management*) mencakup kegiatan mengoordinasikan elemen-elemen bauran promosi sehingga dapat mengembangkan program komunikasi pemasaran yang terbaru, terkontrol dan efektif. Praktisi pemasaran harus mempertimbangkan instrumen promosi mana yang akan digunakan dan bagaimana mengombinasikan berbagai instrumen promosi tersebut, sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran dan promosi yang sudah ditetapkan. Perusahaan juga dapat mendistribusikan seluruh anggaran promosi yang dialokasikan kepada seluruh elemen *promotional mix*. Berapa persen dari anggaran yang harus diberikan untuk iklan media, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan penjualan personal.³ Adapun tujuan dari kegiatan promosi sebagai berikut:

- a. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas.
- b. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.

² Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 58-59.

³ Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 34.

- c. Untuk mengubah citra perusahaan di mata khalayak karena adanya produk atau kegiatan baru.⁴

Michael Ray, mendefinisikan promosi sebagai “*the coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea*”(koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).⁵

Walaupun komunikasi antara perusahaan dan konsumen secara implisit berlangsung pada setiap unsur atau bagian dari *marketing mix* sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, namun sebagian besar komunikasi perusahaan berlangsung sebagai bagian dari suatu program promosi yang diawasi dan direncanakan dengan hati-hati. Instrumen dasar yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan disebut dengan bauran promosi atau *promotion mix*.⁶

Secara garis besar, ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai berikut.

- 1) Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi, dan radio. Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

⁴ *Ibid.*, hlm. 39.

⁵ *Ibid.*, hlm. 16.

⁶ *Ibid.*, hlm. 17.

- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.
- 3) Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan, cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dapat dilakukan oleh seluruh karyawan bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pejabat bank. Secara khusus, *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi*.⁷

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 213.

Dalam menyusun bauran promosi, banyak faktor yang harus dipertimbangkan: tipe produk/pasar, penggunaan strategi dorong atau tarik, kesiapan konsumen, dan daur produk.

- a. Tipe produk/pasar, pentingnya berbagai alat promosi berbeda untuk pasar konsumen dan pasar bisnis (industri).
- b. Strategi dorong atau tarik, strategi dorong diterapkan dengan mendorong produk melalui saluran distribusi menuju konsumen akhir.
- c. Tingkat kesiapan pembeli, pengaruh dari alat promosi bervariasi terhadap kesiapan pembeli.⁸

2. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, minat merupakan kesukaan, dan kecenderungan hati.⁹

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya. *Crow and Crow* mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang,

⁸ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), hlm. 195-196.

⁹ Tim Redaksi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ke Tiga* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 744.

benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.¹⁰

b. Pengertian Nasabah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah diartikan sebagai perbandingan, pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan.¹¹ Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).¹²

Sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian pihak bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹³

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah suatu keadaan dimana nasabah mempunyai perhatian terhadap suatu kebutuhan produk dalam suatu bank disertai keinginan dan kecendrungan hati yang kuat.

3. Dana Talangan Haji

a. Pengertian Dana Talangan Haji

Talangan adalah memberi pinjaman uang untuk membayar sesuatu.¹⁴ Haji secara etimologi berasal dari bahasa Arab al-hajj, berarti tujuan, maksud, dan menyengaja untuk perbuatan yang besar dan

¹⁰ Djaali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 121.

¹¹ Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

¹² Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 795.

¹³ Eti Roehaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

¹⁴ Tim Redaksi, *Op., Cit.*, hlm. 1126.

agung. Sedangkan secara terminologi adalah perjalanan mengunjungi *Baitullah* untuk melaksanakan serangkaian ibadah pada waktu dan tempat yang telah ditentukan.¹⁵

Jadi, dana talangan haji pada dasarnya adalah sebuah pinjaman bagi masyarakat yang ingin mendapatkan porsi haji namun dana yang mereka miliki tidak mencukupi untuk mendapatkan porsi haji di Kantor Kementerian Agama. Artinya dana talangan ditujukan untuk mencukupi kekurangan dana untuk memenuhi persyaratan minimum mendapatkan porsi haji.

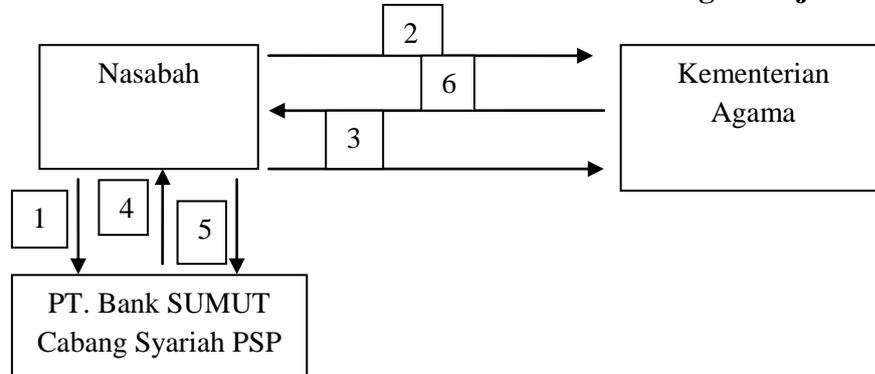
b. Pembiayaan Dana Talangan Haji

Pembiayaan Dana Talangan Haji Perbankan Syariah merupakan pembiayaan dalam bentuk konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT), untuk mendapatkan nomor *seat* porsi haji dengan menggunakan akad *qardh* dan *ijârah*.¹⁶

Adapun proses calon nasabah untuk bisa mendapatkan dana talangan haji PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu seperti skema dibawah ini:

¹⁵ Al Munawar, *Fikih Haji: Menuntun Jamaah Haji Mabru* (Jakarta: Ciputat Press, 2011), hlm. 3.

¹⁶ Universitas Sumatera Utara, “*Konsep Pengelolaan Dana Talangan Haji di Bank SUMUT*” (<http://repository.usu.ac.id>, diakses 13 Maret 2015 pukul 15.35 WIB).

Gambar. 2.1**Skema Pendaftaran Calon Nasabah Dana Talangan Haji**

Keterangan:

- 1) Nasabah datang ke Bank untuk mengisi formulir pembukaan tabungan dan berkas talangan haji (bagi yang membutuhkan talangan haji)
- 2) Nasabah memenuhi syarat pengajuan talangan
- 3) Nasabah mendatangi Kemenag untuk mendapatkan SPPH dengan membawa persyaratan sebagai berikut :
 - a) Foto kopi buku tabungan haji dengan saldo minimal 20.000.000 (khusus program talangan tabungan dicetak setelah pencairan talangan haji)
 - b) Foto kopi KTP (alamat harus sesuai dengan alamat kantor yang dituju)
- 4) SPPH dibawa ke Bank untuk dilakukan proses input pendaftaran SISKOHAT online dengan kantor Kementerian Agama. Hasil proses tersebut berupa Bukti Pembayaran Ibadah Haji (BPIH) yang memuat nomor porsi pemberangkatan.

- 5) Jumlah biaya ongkos naik haji yang harus dilunasi menunggu pengumuman dari Kemenag pada tahun keberangkatan.
 - 6) Apabila terjadi pembatalan disebabkan satu dan lain hal, uang pendaftaran akan dikembalikan ke rekening calon jamaah haji dan dikenakan biaya pembatalan sebesar Rp.250.000.
- c. Fatwa DSN 29/DSN-MUI/VI/2002: Pembiayaan Pengurusan Haji LKS (Lembaga Keuangan Syariah).

Pertama: Ketentuan Umum

1. Dalam pengurusan haji bagi nasabah, LKS dapat memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) dengan menggunakan prinsip *ijârah* sesuai Fatwa DSN-MUI 9/DSN-MUI/IV/2000.
2. Apabila diperlukan, LKS dapat membantu menalangi pembayaran BPIH nasabah dengan menggunakan prinsip *qardh* sesuai Fatwa DSN-MUI 19/DSN-MUI/IV/2001.
3. Jasa pengurusan haji yang dilakukan LKS tidak boleh dipersyaratkan dengan pemberian talangan haji.
4. Besar imbalan jasa *ijârah* tidak boleh didasarkan pada jumlah talangan *qardh* yang diberikan LKS kepada nasabah.

Kedua: Ketentuan Penutup

1. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui BASy (Badan Arbitrase Syariah) setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.¹⁷

4. *Qardh*

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dalam membantu pengusaha kecil. Pembiayaan *qardh* diberikan tanpa adanya imbalan. *Qardh* juga merupakan pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali sesuai dengan jumlah uang yang dipinjamkan, tanpa adanya tambahan atau imbalan yang diminta oleh bank syariah.¹⁸

Firman Allah QS. al-Baqarah, 238:¹⁹

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَىٰ وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ ﴿٢٣٨﴾

Artinya: *Peliharalah semua shalat(mu), dan (peliharalah) shalat wusthaa. Berdirilah untuk Allah (dalam shalatmu) dengan khusyu'.*

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

- a. Sebagai pinjaman talangan haji, di mana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji. Nasabah akan melunasinya sebelum keberangkatannya menunaikan ibadah haji.
- b. Sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*) dari produk kartu pembiayaan syariah, dimana nasabah diberi keleluasaan untuk menarik uang tunai

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 212.

¹⁹ Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan* (Bogor: Sabiq, 2009), hlm. 39.

milik bank melalui ATM. Nasabah akan mengembalikannya sesuai waktu yang ditentukan.

- c. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, di mana menurut perhitungan bank akan memberatkan si pengusaha apabila diberikan pembiayaan dengan skema jual beli, *ijârah*, atau bagi hasil.
- d. Sebagai pinjaman kepada pengurus bank, di mana bank menyediakan fasilitas ini untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank. Pengurus bank akan mengembalikan dana pinjaman itu secara cicilan melalui pemotongan gajinya.²⁰

5. *Ijârah*

Berdasarkan terminologi, *ijârah* adalah memindahkan kepemilikan fasilitas dengan imbalan. Penyewa dalam sudut pandang Islam meliputi 2 hal, yaitu: pertama, penyewaan terhadap potensi atau sumber daya manusia, misalnya adalah menyewa seseorang untuk membantu pekerjaan dalam waktu tertentu (dikategorikan oleh ahli fikih dengan pekerjaan pribadi) atau menyelesaikan satu pekerjaan tertentu (dikategorikan oleh ahli fikih dengan pekerjaan umum). Kedua, penyewaan terhadap suatu fasilitas, misalnya penyewaan fasilitas antara lain penyewaan tempat tinggal, tanah garapan atau mobil angkutan.²¹

Firman Allah QS. Al-Qasas, 26:²²

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ ^ص إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

²⁰ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), hlm. 95.

²¹ Rizal Yaya, Dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 388.

²² Departemen Agama, *Op., Cit.*, hlm. 265.

Artinya: *Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".*

Ijârah atau sewa dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli asset dapat produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan *asset* tersebut.²³

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.

No	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Analisis Data	Variabel Penelitian
1	Neneng Fajriyah (2013)	Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Bank Mandiri KCP tangerang Bintaro Sektor III	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.	Variabel (X): motivasi promosi, reputasi, dan lokasi strategis Variabel (Y): Minat Nasabah
2	Maria Ulfah (2012)	Analisis pengaruh marketing syariah terhadap minat nasabah dana talangan haji (studi kasus di Bank Muamalat cabang Semarang)	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear dengan alpha 5%.	Variabel (X): marketing syariah Variabel (Y): Minat nasabah

Hasil penelitian Neneng Fajriyah mengindikasikan bahwa promosi, reputasi, dan lokasi strategis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam

²³ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 101-102.

menggunakan tabungan haji baik secara parsial maupun simultan. Berbeda dengan penelitian di atas, dimana penelitian ini hanya meneliti promosi sebagai variabel bebas dan minat nasabah sebagai variabel terikat dengan regresi linear sederhana pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Maria Ulfah dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*syariah marketing*) terhadap variabel terikat (minat nasabah dana talangan Haji) di PT. Bank Muamalat Cabang Semarang. Bedanya dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan regresi linear sederhana.

C. Kerangka Berfikir

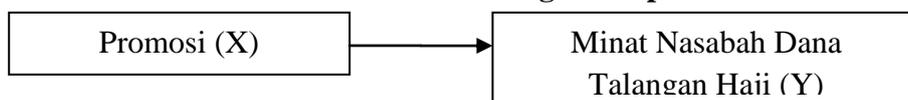
Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Promosi juga merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara,

yaitu: iklan, promosi penjualan, publisitas, *personal selling* yang disebut bauran promosi.²⁴

Oleh karena itu perlu dikaji dan diteliti apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Gambar. 2.2 Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis juga dapat sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data. Diterima atau ditolakny suatu hipotesis tergantung kepada data penelitian serta analisis yang dilakukan.

Ciri-ciri hipotesis yang baik adalah hipotesis yang harus dirumuskan dengan singkat dan jelas, harus dengan nyata menunjukkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih variabel, harus didukung oleh teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli atau hasil penelitian yang relevan.

Berdasarkan kerangka berpikir yang ada diatas, maka peneliti membuat suatu hipotesis bahwa ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

²⁴ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (Yogyakarta: Caps, 2012), hlm. 154.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, yang beralamat di Jl. Merdeka No. 12 Padangsidempuan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan bulan April 2015.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan digolongkan kepada penelitian survei. Penelitian survei merupakan salah satu dari penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang. Kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah dan dianalisis.¹

Adapun data yang akan diolah dalam penelitian ini diperoleh menggunakan angket/kuesioner. Angket/kuesioner akan diberikan kepada nasabah sebagai responden. Kemudian seluruh hasil dari angket tersebut akan dicatat, diolah, dan dianalisis.

¹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), hlm. 76.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi juga bisa diartikan, keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti.²

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif pembiayaan dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, posisi 31 Desember 2015 yang berjumlah 138 nasabah dana talangan haji.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Selain itu sampel juga biasa disebut dari sebagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti.³

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*, karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁴

Untuk menentukan ukuran sampel, Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa subjek yang kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semua sebagai sampel. Selanjutnya jika jumlah subjek lebih dari 100 orang

² Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka, 2014), hlm. 51.

³ *Ibid.*, hlm. 51.

⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Sembilan* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 57-58.

dapat diambil diantara 10%-15% atau 20%-25%. Hal ini dilihat dari segi waktu dan dana.⁵

Berdasarkan jumlah nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sebanyak 189 orang nasabah, dengan demikian yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah 25% dari 189 orang nasabah yaitu 47 orang responden.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, atau alat bantu bagi peneliti didalam menggunakan metode pengumpulan data⁶ Instrumen sebagai pegangan para petugas lapangan merupakan pedoman satu-satunya yang sengaja disiapkan dalam bentuk yang dikehendaki untuk dipakai secara serempak dalam waktu yang ditentukan.⁷

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sistem angket/kuesioner. Sistem angket atau keuisioner merupakan suatu bentuk teknik pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan, data yang diperoleh melalui penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual.⁸ Kuesioner harus mempunyai *center* atau pusat perhatian, yaitu masalah yang ingin dipecahkan. Tiap pertanyaan maupun pernyataan harus merupakan bagian dari hipotesis

⁵ *Ibid.*

⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta,2009), hlm. 101.

⁷ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka, 2004), hlm. 37.

⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 203.

yang ingin diuji. Dalam memperoleh keterangan yang berkisar pada masalah yang ingin dipecahkan itu. Maka, secara umum isi dari kuesioner dapat berupa pertanyaan tentang fakta, pendapat (*opinion*) dan tentang persepsi sendiri.⁹ Untuk teknik pengolahan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

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

Keterangan:

SS: Sangat Setuju TS: Tidak Setuju STS: Sangat tidak Setuju
S: Setuju KS: Kurang Setuju

⁹ Moh Nasir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 203.

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.¹⁰

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Didalam pengujian keabsahan data dalam penelitian untuk dapat memperkuat jawaban yang diperoleh dengan baik dan benar, maka dengan uji validitas dan juga uji realibilitas. Dikatakan dengan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Dimana instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Validitas atau valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹¹ Hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r tabel *product moment* dengan taraf signifikan 5 %, jika diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$, maka item yang diuji valid.¹²

Uji validitas instrument angket yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan rumus *Korelasi Person Product Moment* yaitu:¹³

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisienkorelasi x dan y

¹⁰ Sugiyono, *Op., Cit.*, hlm. 86-87.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 172.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rinieka Cipta, 2006), hlm. 274.

¹³ *Ibid.*

n = jumlah data

x = jumlah skor distribusi x

y = jumlah skor distribusi y

Uji validitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 17.0.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Penelitian yang reliabel belum tentu valid, tetapi penelitian yang valid sudah pasti penelitian yang reliabel. Sehingga reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha* dengan rumus sebagai berikut:¹⁴

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Koefisien reliabilitas tes

N = banyaknya butir pertanyaan

1 = Bilangan konstan

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item

S_t^2 = Varian total

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 17.0. Kriteria pengujiannya adalah

¹⁴Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 207-208.

apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka instrumen tersebut reliabel pada taraf signifikan 5% dan sebaliknya.

F. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal, maka metode yang digunakan adalah statistik *non* parametrik.¹⁵ Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *P-P Plot Of Regression Standardized Residual*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik menyebar disekitar diagonal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Anova Table* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.¹⁶

¹⁵ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta:Media Kom, 2008), hlm. 28.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 36.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Sesuai dengan jenis dan variabel pada penelitian ini, maka metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana.

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.

Persamaan umum regresi sederhana adalah:¹⁷

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = subjek variabel terikat yang diprediksikan

a = harga Y jika $X = 0$ (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila $b (+)$, maka naik dan bila $b (-)$, maka terjadi penurunan.

X = subjek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu.

Jadi jika harga b merupakan fungsi dari koefisien korelasi. Bila koefisien korelasi tinggi, maka harga b juga besar, sebaliknya bila koefisien korelasi rendah, maka harga b juga rendah (kecil). Selain itu bila koefisien korelasi negatif maka harga b juga negatif dan sebaliknya bila koefisien korelasi positif, maka harga b juga positif.¹⁸

Dalam penelitian ini, analisis regresi sederhana dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS 17.0, yaitu dengan mencari beberapa hal, sebagai berikut:

¹⁷ Sugiyono, *Op., Cit.*, hlm. 270.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 270-271.

- a. Nilai r dalam analisis korelasi sederhana menunjukkan korelasi sederhana (*korelasi person*), yaitu korelasi antara satu variabel bebas dengan variabel terikat.¹⁹
- b. $R\ square$ (r^2) atau kuadrat dari r , yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persen, yang artinya persentasi sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.²⁰
- c. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.²¹
- d. Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. Jika t hitung $>$ t tabel, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah signifikan, dan sebaliknya.
- e. Uji signifikansi adalah besarnya probabilitas atau peluang, untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05, artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal 5%.²²

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 123.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*, hlm. 125.

²² *Ibid.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Bank SUMUT¹

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk. II Se-Sumatera Utara.

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhan maka pada tanggal 16 April 1999 bentuk hukum diubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C-8224HT.01.01/1999 dan telah diumumkan dalam Berita Negara RI No. 54 Tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah dituangkan dalam Perda Tk. I Sumatera Utara No. 2/1999. Sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selanjutnya disempurnakan dengan Akte No. 31 Tanggal 15 Desember 1999.

¹ Proposal Pembentukan UUS dan KC. Syariah PT. Bank SUMUT 2005

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di SUMUT untuk mendapatkan layanan berbasis Syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan pemangku kepentingan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan didalamnya untuk membuka Unit / Divisi Usaha Syariah.

Strategi yang dilakukan oleh PT. Bank SUMUT dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat kelas menengah ke atas yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik.

Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relatif signifikan. Sebagai Bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan Pemda yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Oleh karena jasa Perbankan Syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini, PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi dan organisasi-organisasi keagamaan. Sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio dan juga melalui brosur, spanduk, *banner*, baliho, serta aktif mengikuti pameran dengan membuka *stand*.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Teknologi Sistem Informasi dan Operasi di era sistem komputerisasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan. Oleh karena itu, PT. Bank SUMUT bekerja sama dengan pihak PT. *College* Inti Pratama sebagai konsultan untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasikan seluruh proses internal layanan produk dan jasa syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan produk

Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

Sebagai bank daerah yang cukup potensial, Bank SUMUT Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah sesuai dengan izin prinsip BI No. 6/2/DPIP/Prz/Medan Tanggal 28 April 2004, dan izin pembukaan cabang syariah Medan dan Padangsidimpuan No. 6/142/Prz/Medan Tanggal 18 Oktober 2005. Diikuti dengan dibukanya cabang syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai izin operasional Bank Indonesia sesuai dengan surat Bank Indonesia Medan kepada Direksi PT. Bank SUMUT No. 7/177/DPIP/Prz/Medan Tanggal 15 Desember 2005 perihal rencana pembukaan cabang syariah, kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank SUMUT.²

2. Visi dan Misi Bank SUMUT

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa, harus dapat eksis, antisipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*. Adapun visi yang ditetapkan oleh Bank SUMUT adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Untuk mewujudkan visi perusahaan yang telah ditetapkan, maka setiap proses harus mempunyai misi yang jelas, karena misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan perusahaan dan sasaran yang ingin

² *Ibid.*

dicapai, juga merupakan pernyataan yang harus dilaksanakan oleh manajemen yang harus memperlihatkan secara jelas hal apa yang penting bagi perusahaan.

Misi dari Bank SUMUT adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip GCG (*Good Corporate Governance*).

Sebagai Bank yang memiliki visi dan misi yang tersebut di atas, Bank SUMUT senantiasa berusaha mengikuti perkembangan yang ada, termasuk rencana untuk mendirikan unit atau Divisi Usaha Syariah (DUSy). Secara garis besar, terdapat tiga pertimbangan utama yang menjadi landasan pengembangan Unit atau Divisi Usaha Syariah Bank SUMUT yaitu:

1. Memperluas jangkauan target pasar Bank SUMUT khususnya umat Islam, sehingga mendorong partisipasi masyarakat yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi.
2. Meningkatkan kualitas layanan produk dan jasa perbankan sehingga memperkuat daya saing Bank SUMUT.
3. Meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat tingkat kesehatan Bank SUMUT.

Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sebagai Unit Usaha dibawah organisasi Bank SUMUT maka visi Divisi Usaha Syariah adalah mendukung pencapaian visi PT. Bank SUMUT secara umum. Atas hal

tersebut diatas, maka Divisi Usaha Syariah telah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi Bank SUMUT Syariah adalah meningkatkan keunggulan Bank SUMUT dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
2. Misi Bank SUMUT syariah adalah meningkatkan posisi PT. Bank SUMUT melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah.³

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Uji coba dilakukan kepada 47 orang nasabah dana talangan haji untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan).

Pengujian dilakukan menggunakan uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

³ *Ibid.*

- 2) Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05), maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated Item- Total Correlation* pada output SPSS *Versi 17.0* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated Item- Total Correlation* pada output SPSS *Versi 17.0* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

a. Uji Validitas Variabel Promosi (X)

Tabel 4.1.
Correlated Item- Total Correlation Variabel X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	32.04	20.042	.462	.779
item2	31.85	20.303	.385	.787
item3	32.43	19.293	.555	.769
item4	32.26	20.759	.226	.807
item5	31.57	20.424	.402	.785
item6	31.94	20.539	.459	.781
item7	32.02	18.065	.605	.760
item8	32.13	18.853	.524	.771
item9	31.98	18.891	.469	.778
item10	32.53	16.037	.650	.753

Sumber: Hasil Output SPSS versi 17.0

Dari hasil perhitungan yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa dari 9 item pernyataan untuk variabel promosi (X) yang valid yaitu nomor 1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, dan 10.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas pada Variabel Promosi (X)

Nomor Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Interpretasi
1	,462	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan N = 47 Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} (0,288)	Valid
2	,385		Valid
3	,555		Valid
4	,226		Tidak Valid
5	,402		Valid
6	,459		Valid
7	,605		Valid
8	,524		Valid
9	,469		Valid
10	,650		Valid

Dari tabel diatas terlihat bahwa item pernyataan ke 4 tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$, sehingga tidak digunakan untuk tahapan perhitungan selanjutnya.

b. Uji Validitas Variabel Minat Nasabah Dana Talangan Haji (Y)

Tabel 4.3
Correlated Item- Total Correlation Variabel (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	33.43	17.685	.621	.820
item2	33.60	18.898	.497	.832
item3	33.40	19.029	.397	.841
item4	33.40	18.246	.591	.823
item5	33.45	16.600	.775	.803
item6	33.91	17.297	.516	.833
item7	33.28	18.552	.597	.824
item8	33.23	19.053	.570	.827
item9	33.30	18.040	.547	.827
item10	33.15	19.216	.351	.846

Sumber: Hasil Output SPSS versi 17.0

Dari hasil perhitungan yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa dari 10 item pernyataan untuk variabel minat nasabah (Y) yang valid ada 10 item pernyataan yaitu nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10 dan layak digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas pada Variabel Minat Nasabah (Y)

Nomor Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Interpretasi
1	,621	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan N = 47 Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} (0,288)	Valid
2	,497		Valid
3	,397		Valid
4	,591		Valid
5	,775		Valid
6	,516		Valid
7	,597		Valid
8	,570		Valid
9	,547		Valid
10	,351		Valid

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua item pernyataan 1 sampai dengan 10 valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga semua item pernyataan digunakan untuk tahap perhitungan selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

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

a. Uji reliabilitas variabel Promosi (X)

Tabel 4.5**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	9

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	28,66	17,447	,501	,789
item2	28,47	17,602	,436	,796
item3	29,04	17,216	,506	,788
item5	28,19	18,332	,343	,806
item6	28,55	18,166	,450	,796
item7	28,64	15,845	,597	,775
item8	28,74	16,499	,529	,785
item9	28,60	16,333	,504	,788
item10	29,15	13,738	,671	,765

Sumber: Hasil Output SPSS versi 17.0

Dari hasil analisis di atas didapat nilai *Alpha* sebesar 0,807. Sedangkan nilai pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 47, didapat sebesar 0,288. Karena nilainya lebih dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

b. Uji reliabilitas variabel minat nasabah Dana Talangan Haji (Y)

Tabel 4.6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	33,43	17,685	,621	,820
item2	33,60	18,898	,497	,832
item3	33,40	19,029	,397	,841
item4	33,40	18,246	,591	,823
item5	33,45	16,600	,775	,803
item6	33,91	17,297	,516	,833
item7	33,28	18,552	,597	,824
item8	33,23	19,053	,570	,827
item9	33,30	18,040	,547	,827
item10	33,15	19,216	,351	,846

Sumber: Hasil Output SPSS versi 17.0

Dari hasil analisis di atas didapat nilai *Alpha* sebesar 0,842. Sedangkan nilai pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 47, didapat sebesar 0,288. Karena nilainya lebih dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

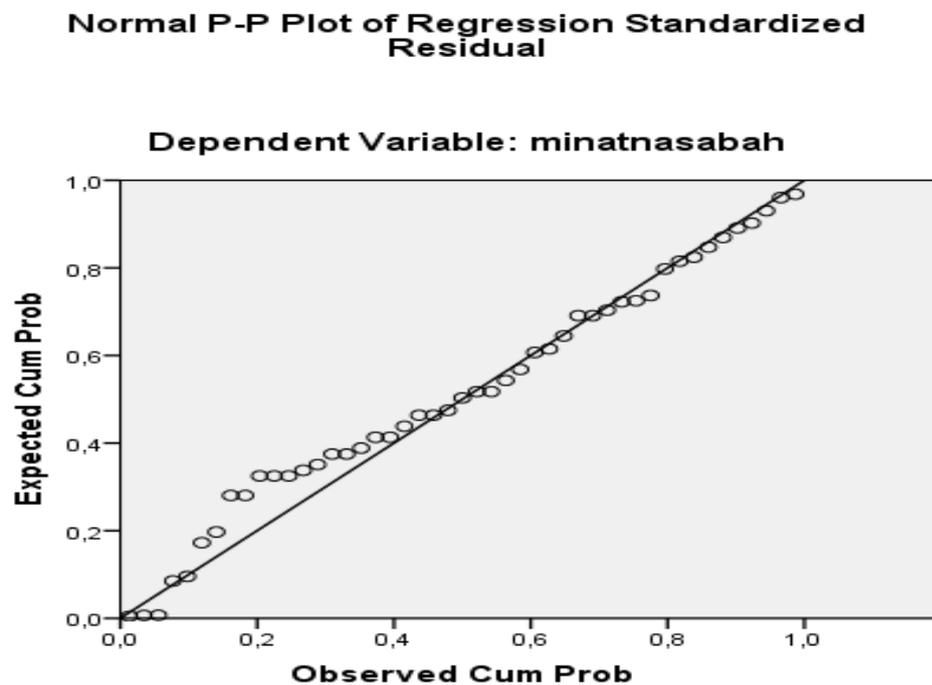
C. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *P-P Plot of Regression Standardized Residual* dengan menggunakan *SPSS* versi 17.0. Data

dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

Gambar 4.1



Dari hasil output *SPSS versi 17.0* di atas, dapat disimpulkan bahwa data bersifat normal karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

2. Uji Linearitas

Pengujian pada dengan menggunakan *Anova Table* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 4.7

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
minatnasabah * promosi	Between Groups	(Combined)	796,110	16	49,757	6,690	,000
		Linearity	368,825	1	368,825	49,590	,000
		Deviation from Linearity	427,285	15	28,486	3,830	,001
	Within Groups		223,124	30	7,437		
	Total		1019,234	46			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 17.0

Dari output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,001, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel promosi dan minat nasabah terdapat hubungan yang linear.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Uji korelasi sederhana

Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis korelasi sederhana dengan metode *Pearson* atau sering disebut *Product Moment Pearson*.

Koefisien korelasi *Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Berdasarkan informasi tersebut maka peneliti dapat mengganti dengan rumus *pearson product moment* dengan menggunakan aplikasi *SPSS versi 17.0*, yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8

Correlations			
		Promosi	minatnasabah
Promosi	Pearson Correlation	1	.602**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	47	47
Minatnasabah	Pearson Correlation	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	47	47

Sumber: Hasil Output SPSS versi 17.0

Tabel 4.9**Interpretasi nilai r**

Besarnya nilai r	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

- a) Dari hasil analisis korelasi sederhana (r) didapat korelasi antara promosi minat nasabah (r) adalah 0,602. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara promosi dengan minat nasabah. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi promosi maka semakin meningkatkan minat nasabah.
- b) R Square (r^2) atau kuadrat dari r , yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai r^2 sebesar 0,362, artinya persentase sumbangan

pengaruh variable promosi terhadap minat nasabah sebesar 36,2%, sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi variabel lainnya namun tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Uji Hipotesis (Uji t)

Angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. Jika t hitung $>$ t tabel, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah signifikan, dan sebaliknya.

Tabel 4.10
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,082	4,007		4,263	,000
	Promosi	,621	,123	,602	5,052	,000

Sumber: Hasil Output Spss versi 17.0

Berdasarkan tabel di atas maka, disimpulkan:

- Dari kolom t, t_{hitung} sebesar 5,052 dengan t_{tabel} sebesar 1,860. Artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,052 > 1,860$. Artinya bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah.
- Pada kolom Sig., P_{value} sebesar 0.00 dengan taraf signifikan (α) sebesar 0,05. Artinya bahwa $P_{value} <$ dari taraf signifikan yaitu $0.00 < 0.05$. Artinya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Jadi berdasarkan kesimpulan di atas artinya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = variabel terikat (nilai yang diprediksikan)

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = koefisiensi regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Nilai-nilai pada *output* dimasukkan kedalam persamaan regresi sebagai berikut:

Rumus regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 17,082 + 0,621X$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 17,082, artinya jika promosi (X) nilainya adalah 0,000, maka minat nasabah (Y) nilainya positif yaitu sebesar 17,082.
- b. Koefisien regresi variabel promosi (X) sebesar 0,621, artinya jika promosi mengalami kenaikan 1, maka minat nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,621. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan minat nasabah, semakin meningkatkan promosi maka semakin meningkatkan minat nasabah.

Jadi, berdasarkan hasil pengolahan data dapat dirumuskan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah, dimana apabila promosi naik sebesar 1 kali maka minat nasabah akan naik sebesar 0,621.

D. Hasil Pembahasan Penelitian

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang perlu diperhatikan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan elemen bauran pemasaran yang lainnya, yaitu produk, harga setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Minat nasabah adalah suatu keadaan dimana nasabah mempunyai perhatian terhadap suatu kebutuhan produk dalam suatu bank disertai keinginan dan kecenderungan hati yang kuat.

Uji normalitas menggunakan uji *P-P Plot of Regression Standardized Residual* dengan menggunakan *SPSS* versi 17.0. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Dari hasil output *SPSS versi 17.0* di atas, dapat disimpulkan bahwa data bersifat normal karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

Pengujian pada dengan menggunakan *Anova Table* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Dari output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,001, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel promosi dan minat nasabah terdapat hubungan yang linear.

Nilai korelasi sederhana (r). Angka r didapat 0,602. Artinya korelasi antara variable promosi dengan minat nasabah 0,602. Hal ini berarti terjadi hubungan yang cukup erat. Dari perhitungan koefisien determinasi (r^2) diperoleh nilai sebesar 0,362 atau 36,2%, artinya persentase sumbangan

pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah sebesar 36,2%, sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi variabel lainnya namun tidak di bahas dalam penelitian ini.

E. 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 peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam proses pengetikan skripsi, peneliti masih belum mempunyai sarana pengetikan seperti laptop maupun komputer, dikarenakan keterbatasan dana.
4. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
5. Peneliti tidak mampu mengontrol semua nasabah dalam menjawab angket yang diberikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

Walaupun demikian, peneliti 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 yang dilakukan tentang pengaruh promosi terhadap minat nasabah dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Adanya hubungan yang kuat antara variabel promosi dengan variabel minat nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini ditandai oleh nilai r sebesar 0,602 yang berarti adanya korelasi yang kuat antara variabel promosi dengan variabel minat nasabah dana talangan haji.
- 2) Hubungan yang terjadi antara variabel promosi dan variabel minat nasabah dana talangan haji adalah hubungan yang berbanding lurus atau positif karena nilai r yang positif (+) dengan semakin meningkatnya kegiatan promosi, maka akan meningkat pula minat nasabah dana talangan haji.
- 3) Dari perhitungan koefisien determinasi (r^2) diperoleh nilai sebesar 0,362 atau 36,2%, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah sebesar 36,2%, sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi variabel lainnya namun tidak di bahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini baik kepada pemimpin perusahaan maupun pengembangan penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, sebaiknya meningkatkan promosi agar menambah minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Apabila masyarakat yang menjadi nasabah dana talangan haji meningkat, maka menambah citra dan eksistensi bank juga akan semakin meningkat.
2. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk memasukkan indikator lainnya, seperti biaya administrasi, pelayanan dan lain-lain..

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: IIT Indonesia, 2003.
- Al Munawar, *Fikih Haji: Menuntun Jamaah Haji Mabruur*, Jakarta: Ciputat Press, 2011.
- Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011.
- Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing ed. ke Dua*, Yogyakarta: Erlangga, 1998.
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, (Konsep, Strategi, dan Kasus)* Yogyakarta: Caps, 2012.
- Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan*, Bogor: Sabiq, 2009.
- Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta:Media Kom, 2008.
- Eti Roehaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Hasil Wawancara Dengan Pimpinan Seksi Pemasaran di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, Pada Hari Jumat, 06 Februari 2015.

Hasil Wawancara Dengan Wakil Pemimpin di PT. Bank Sumut Cabang Syariah
Padangsidempuan, Pada Hari Selasa, 23 Desember 2014.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka,
2004.

Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana Prenada Media
Group, 2012.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004.

_____ *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rinieka Cipta,
2006.

Moh Nasir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.

Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo
Persada, 2008.

Ginting Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Yrama
Widya, 2011.

Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007

Proposal Pembentukan UUS dan KC. Syariah PT. Bank SUMUT 2005.

Rangkuti Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka,
2014,

Rizal Yaya, Dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

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

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Sembilan*, Bandung: Alfabeta, 2006.

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

_____ *Pemasaran Bank, cetakan ke-4*, Jakarta: Kencana, 2010.

Tim Redaksi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ke Tiga*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001.

Universitas Sumatera Utara, "*Konsep Pengelolaan Dana Talangan Haji di Bank SUMUT*" <http://repository.usu.ac.id>, diakses 13 Maret 2015 pukul 15.35 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : ZULPIA
NIM : 11 220 0089
Tempat/Tanggal Lahir : Air Dingin, 24 April 1992
Agama : Islam
Anak ke : 4 dari 7 Bersaudara
Alamat : -
- Jorong : Air Dingin
- Kecamatan : Gunung Tuleh
- Kabupaten : Pasaman Barat
- Provinsi : Sumatera Barat
Jurusan : Perbankan Syariah-2
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam



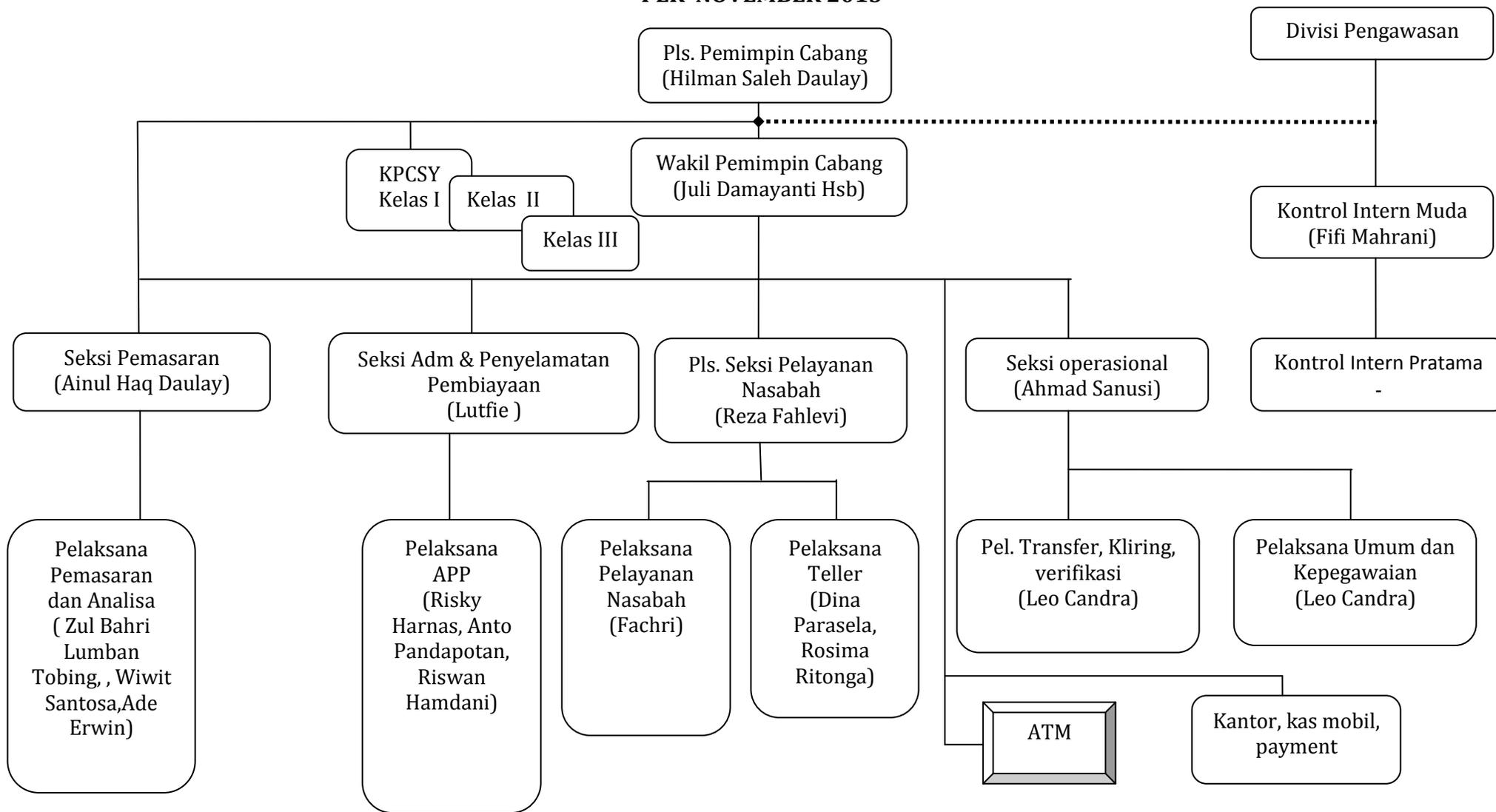
B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : ZULHAILI
Pekerjaan : Tani
Nama Ibu : SAPRIDA AINI HARAHAP
Pekerjaan : Tani
Agama : Islam

C. Riwayat Pendidikan

Tahun 1999-2005 : SD 14 Gunung Tuleh
Tahun 2005-2008 : SMPN 1 Gunung Tuleh
Tahun 2008-2011 : SMAN 1 Gunung Tuleh
Tahun 2011-2015 : IAIN Padangsidimpuan

**GAMBAR 1.1 STRUKTUR ORGANISASI
PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN
PER NOVEMBER 2015**



*Sumber: Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan
Data: Diolah Oleh Peneliti*

KUESIONER

I. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pernyataan berikut ini dengan memberi tanda *checklist* (√) pada setiap jawaban: (STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, KS = Kurang Setuju, S = Setuju, SS = Sangat Setuju).
2. Pilihan tersebut hendaknya seobyektif mungkin sesuai dengan hati nurani.
3. Kuesioner ini dapat digunakan secara optimal, apabila seluruh pernyataan telah terjawab semua, karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pernyataan itu telah terjawab.
4. Tidak perlu mencantumkan identitas dalam angket/kuesioner ini.
5. Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih.

II. Promosi (X)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik menggunakan dana talangan haji karena membaca iklan dari Bank					
2.	Brosur yang disebar oleh Bank memberikan informasi yang cukup jelas tentang dana talangan haji					
3.	Saya sering melihat karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan melakukan promosi dana talangan haji					
4.	Saya sering mendengar iklan dan dana talangan haji dari radio					
5.	Manasik haji yang rutin diadakan Bank tiap tahun secara gratis mendorong saya untuk menggunakan jasa dana talangan haji					
6.	Iklan yang dilakukan bank sangat terpercaya tanpa terlihat unsur penipuan					
7.	Saya mengetahui produk dana talangan haji dari spanduk-spanduk Bank					
8.	Saya mendengar perbincangan masyarakat tentang dana talangan haji yang cukup membantu					
9.	Saya tertarik menggunakan jasa yang ada pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, karena bank tersebut sering mengadakan kegiatan amal					
10.	Saya tertarik dengan jasa dana talangan haji pada PT. Bank SUMUT cabang Syariah Padangsidempuan karena tertarik dengan hadiah-hadiah yang dijanjikan					

III. Minat Nasabah (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
----	------------	----	---	----	----	-----

1.	Saya berpendapat menjadi nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan adalah pilihan yang tepat					
2.	Saya akan mengajak keluarga saya menjadi nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan					
3.	Saya tertarik untuk menjadi nasabah dana talangan haji PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan karena menguntungkan					
4.	Saya percaya bahwa PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan akan membantu saya mewujudkan impian saya untuk naik haji					
5.	Saya tidak ragu lagi untuk mejadi nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan					
6.	Saya tidak akan tergiur oleh promosi bank lain karena saya percaya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan adalah pilihan terbaik					
7.	Saya merasa prosedur untuk dana talangan haji pada PT. bank SUMUT Syariah Padangsidempuan sangat mudah					
8.	Saya memilih dana talangan haji karena memudahkan saya mendapatkan porsi haji dengan mudah					
9.	Saya memilih PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan karena pengelolaannya sesuai syariah					
10.	Saya merasa senang dengan sikap adil yang dilakukan karyawan bank PT. Bank SUMUT Syariah Padangsidempuan, tanpa membedakan status nasabah					

Jawaban Responden Variabel Promosi (X)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X
1	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
2	2	3	1	4	4	3	1	1	3	1	23
3	4	4	3	2	3	2	2	3	4	2	29
4	4	4	3	5	5	4	4	4	2	3	38
5	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	37
6	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	40
7	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	38
8	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
9	4	3	3	4	4	3	2	2	3	2	30
10	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	35
11	4	2	4	5	4	4	4	4	2	2	35
12	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
13	3	4	4	4	5	4	3	3	2	1	33
14	4	4	3	2	5	4	4	4	5	4	39
15	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	35
16	3	5	3	3	5	3	4	5	3	4	38
17	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	34
18	3	4	1	1	3	3	2	1	1	1	20
19	3	4	2	1	2	3	3	4	1	1	24
20	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	12
21	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
22	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
23	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	43
24	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	36
25	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	37
26	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
27	4	5	3	3	5	4	3	4	5	3	39
28	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
29	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	34
30	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	34
31	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	34
32	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	34
33	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
34	3	4	3	4	5	3	5	5	4	5	41
35	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	36
36	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	37
37	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	39
38	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	39
39	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	36
40	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	37
41	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
42	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2	25
43	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	29
44	3	3	2	3	5	4	4	3	5	2	34

45	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	45
46	3	4	4	4	4	4	3	3	3	1	33
47	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	34

Jawaban Responden Variabel Minat Nasabah (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Y
1	4	3	3	4	5	3	3	4	4	5	38
2	3	2	3	4	4	1	2	3	4	4	30
3	2	3	3	2	5	2	3	3	1	5	29
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
5	5	3	5	4	4	3	3	4	4	4	39
6	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
7	2	4	3	3	5	4	4	3	4	5	37
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
9	1	3	3	4	4	3	4	4	3	4	33
10	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
11	4	1	2	4	2	4	5	4	5	2	33
12	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
13	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	40
14	5	2	4	5	2	5	4	5	4	2	38
15	3	3	4	4	2	2	4	4	3	2	31
16	4	4	5	3	3	5	5	4	3	3	39
17	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	37
18	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	35
19	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	39
20	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	35
21	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	36
22	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	33
23	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
24	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	38
25	3	2	4	4	3	3	4	4	5	3	35
26	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
27	4	4	5	3	3	3	4	5	4	3	38
28	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
29	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	28
30	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	34
31	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35
32	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	36
33	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	33
34	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	39
35	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	37
36	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	33
37	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
38	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
39	2	3	5	4	3	3	4	4	4	3	35
40	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
41	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	37
42	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	30
43	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	34
44	4	2	3	4	3	2	4	4	4	3	33

45	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	46
46	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	37
47	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	34

TABEL
TABEL NILAI-NILAI r tabel¹

N	TarafSignifikan		N	Taraf Signifikan		N	TarafSignifikan	
	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	0,344	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			

TABEL
NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI t^2

α untuk uji dua pihak (<i>two tail test</i>)						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α 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	1,697	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
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

Alamat: Jl. H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Telp. 0634-22080, Fax. 0634-24022 Padangsidimpuan 22733

nomor : In.19/G.4a/PP/009/ **572**/2014
ampiran : -
perihal : **Pemohonan Kesediaan
Menjadi Pembimbing**

Padangsidimpuan, **20** Desember 2014
Kepada Yth.
Bapak/Ibu :
1. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
2. Muhammad Isa, ST., MM
Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Zulpia
NIM : 11 220 0089
Sem/Thn. Akademik : VII / 2014-2015
Judul : **Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji
pada Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan**

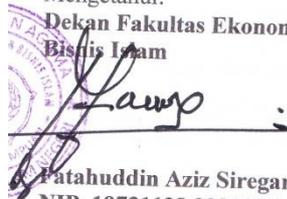
Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa dimaksud.

Sehubungan dengan permintaan kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam



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

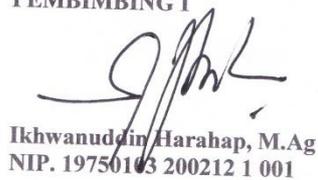
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



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

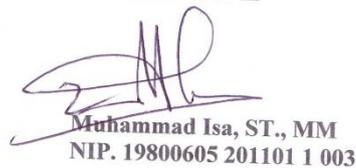
PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I



Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

BERSEDIA/~~TIDAK BERSEDIA~~
PEMBIMBING II



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



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

Nomor : In.19/G/TL.00/ 146 /2015

Padangsidempuan, 18 Pebruari 2015

Lamp. : -

Hal : Mohon Izin Riset

Kepada Yth :
Bapak Pimpinan PT.Bank Sumut Cabang Syariah
Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama	: Zulpia
NIM	: 11.220.0089
Semeter	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syari'ah

adalah benar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syari'ah IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan"**.

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

Demikian disampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

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

Tembusan :
Rektor IAIN Padangsidempuan

**KANTOR PUSAT**

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515100
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652

No. : ~~023~~ /DSDM-PSDM/L/2015
Lamp. : --

Medan, 25 Maret 2015

Kepada :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang
di-

Tempat

Hal : Izin Riset

Sehubungan dengan Surat Saudara No. In.19/G/TL.00/148/2015 tanggal 18 Februari 2015 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, dengan data dibawah ini :

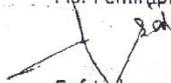
- > Nama : Zulpia
- > NIM : 11.220.0089
- > Jurusan : Perbankan Syariah
- > Judul Skripsi : "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan".

dijetujui untuk melaksanakan riset di Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Syariah Padangsidimpuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penulisan Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
Pls. Pemimpin


Sufrizal
NPP. 395.090760.010386

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah Padangsidimpuan
- Sdri. Zulpia

MEMO

Kepada Yth, : Bapak Pinsi Pemasaran
Dari : Pemimpin Seksi Operasional
Tanggal : 12 Mei 2015
Hal : Informasi Data Wawancara Dana Talangan haji

Assalamu'alaikum wr. wb.

Sehubungan dengan Surat Divisi Sumber Daya Manusia No.202/DSDM-PSDM/L/2015 tanggal 12 Mei 2015 dan disposisi Pemimpin Cabang PT. Bank SUMUT KCSy Padangsidimpuan tanggal 12 Mei 2015 perihal Izin Riset Mahasiswa a.n:

Nama : Zulpia
NIM : 11.220.0089
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

Mohon kiranya saudara dapat membantu memberikan informasi data nasabah dana talangan haji terkait judul skripsi tersebut kepada yang bersangkutan, dengan tetap menjaga rahasia bank.

Demikian kami sampaikan, atas penerimaan saudara kami ucapkan terima kasih.

Wassalam
Pinsi Operasional



Ahmad Sanusi Nasution
NPP. 2041.110284.010610

yth. Sdr. Anul Hq Dauly .

- mohon mahasiswa yts dibimbing dengan baik sesuai SOP, tetap menjaga rahasia bank.

- Memo saya tanda tangan

jika yts sudah Mengetahui data yg diwawahi ke Seksi ops 12/05/2015

SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA
No.202/Ops/L/2015

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Sanusi Nasution
NPP : 2041.110284.010610
Jabatan : Pinsi Operasional

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Zulpia
NIM : 11 220 0089
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana
Talangan Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan

Telah selesai mengambil data penelitian pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Demikian disampaikan, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 13 Mei 2015
Pinsi Operasional



Ahmad Sanusi Nasution
NPP. 2041.110284.010610