

**KOMUNIKASI PERSUASIF DAN FAKTOR PENGARUH KETERTARIKAN USA-
HAWAN TERHADAP PERMODALAN NASIONAL MADANI
(PNM) MEKAAR SYARIAH IE MASEN**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**FITRUN NIDA
NIM. 160401136**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM BANDA ACEH
2023**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**


Oleh

**FITRUN NIDA
NIM. 160401136**

Disetujui Oleh:

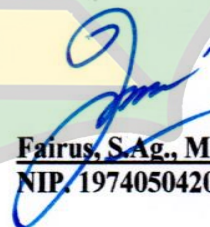
Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Drs. Yusri, M.Lis
NIP. 196712041994031004**

جامعة الرانيري
AR - RANIRY



**Fairus, S.Ag., M.Ag
NIP. 197405042000031002**

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munasqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus sert Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dijjukan Oleh

FITRUNNIDA
NIM. 160401136

Pada Hari/Tanggal
Jumat, 28 Juli 2023
10 Muharam 1445 H

Di
Darussalam- Banda Aceh
Panitia Sidang Munasqasyah

Ketua,

Dr. Yusuf, M.L.I.S.
NIP. 19671204 199403 1 004

Setretaris,

Fairus, S.Ag., M.A.
NIP. 19740504 200003 1 002

Anggota I,

Taufik, S.E.Ak., M.Ed.
NIP. 19770510 200901 1013

Anggota II,

Asmannizar, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197409092007102001



Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry,

Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 19641220198412001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Fitrun Nida

NIM : 160401136

Jenjang : Strata Satu (S1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 28 Juli 2023



Fitrun Nida

AR - RANIR NIM. 160401136

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi kewajiban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usahawan Terhadap Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah Ie Masen”** dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam selalu tercurah pada uswah khasanah kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak di yaumul qiyamah.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang teristimewa, kepada Ayahanda Sofyan, dan Ibunda Khadijah M. Ilyas serta selaku keluarga yang telah memberikan segala macam fasilitas, kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, dukungan, doa dan nasehatnya. Terima kasih atas segala yang diberikan kepada penulis.
2. Serta teruntuk suami saya, Muhammad Firdaus yang menjadi penyemangat saya dan selalu mendukung apapun impian, cita-cita, bahkan hobi saya terwujudkan dengan do'a dan kepercayaannya kepada saya sebagai istri ini.

3. Teruntuk saudara kandung saya Nurul Fajriani, Asiati Hermi, Zainal Abidin, Siti Humairah si adik bungsu, terima kasih selama ini sudah mau bekerja sama atas satu kendaraan roda dua yang kita miliki untuk menempuh pendidikan bersama, biarpun kita hidup serba kekurangan namun dengan keyakinan diri kita inilah selalu ada jalan yang terbuka.
4. Kepada Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta pembantu Dekan lain dan seluruh staf karyawan/karyawati Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
5. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Syahril Furqany, M. I. Kom dan Sekretaris Prodi Ibu Hanifah, S. Sos.I., M. Ag
6. Pembimbing I Bapak Drs. Yusri M.LIS yang telah memberikan semangat dan bimbingan dengan sangat baik kepada penulis. Bapak Fairus, S. Ag., M. A Sebagai pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sangat baik kepada penulis.
7. Ade Irma, B.H.Sc. MA selaku penasihat Akademik (PA) yang telah membimbingi saya selama perkuliahan.
8. Ibu Fajri Chairawati, S. Pd. I., MA (Penguji Komprehensif Pengetahuan Agama). Bapak Ridwan Muhammad Hasan, Ph, D. (Penguji Komprehensif Pengetahuan Umum). Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom (Penguji Komprehensif Materi Keahlian).
9. Dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

10. Intan Wahyuni, lilis Sofia selaku sahabat seperjuangan dan kepada teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016.
11. Untuk kakak Maulidar yang selalu memberikan motivasi melalui karya dan perjalanan kehidupan yang sangat saya kagumkan dan terima kasih juga atas dukungan, dan perhatiannya.
12. Terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua kalangan.

Banda Aceh, 28 Juli 2023
Penulis,

Fitrunnida

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Definisi Operasional.....	4
F. Kerangka Berfikir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Komunikasi Persuasif	15
1. Pengertian Komunikasi Persuasif	15
2. Tujuan Komunikasi Persuasif	17
3. Fungsi Komunikasi Persuasif.....	18
4. Faktor Mempengaruhi Minat.....	19
C. Usahawan.....	20
1. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).....	21
2. Pendapatan	24
3. Janji Nasabah (Usahawan)	25
D. PNM Mekaar Syariah	27
1. Ketertarikan pada PNM Mekaar Syariah.....	28
2. Sistem Pelaksanaan Pinjaman Modal Usaha	28
3. Syarat-syarat Peminjaman Modal Usaha	29
4. Visi dan Misi PNM Mekaar Syariah.....	30
5. Tujuan (PNM) Mekaar Syariah	30

6. Tujuan Pembiayaan Modal Usaha	31
7. Unsur-unsur Pembiayaan	32
E. Teori yang Digunakan.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Objek dan Subjek.....	43
C. Informan Penelitian.....	44
D. Lokasi Penelitian.....	46
E. Sumber Data.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Observasi	47
2. Wawancara	47
3. Data Dokumentasi	49
G. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	
1. Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usahawan Terhadap PNM Mekaar Syariah Ie Masen	
2. Kegunaan Modal Usaha Bagi Usahawan	
3. Syarat Mengajukan Pinjaman Modal Usaha	
4. Hambatan Pinjaman Modal Usaha	52
5. Analisis Penulis.....	64
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67

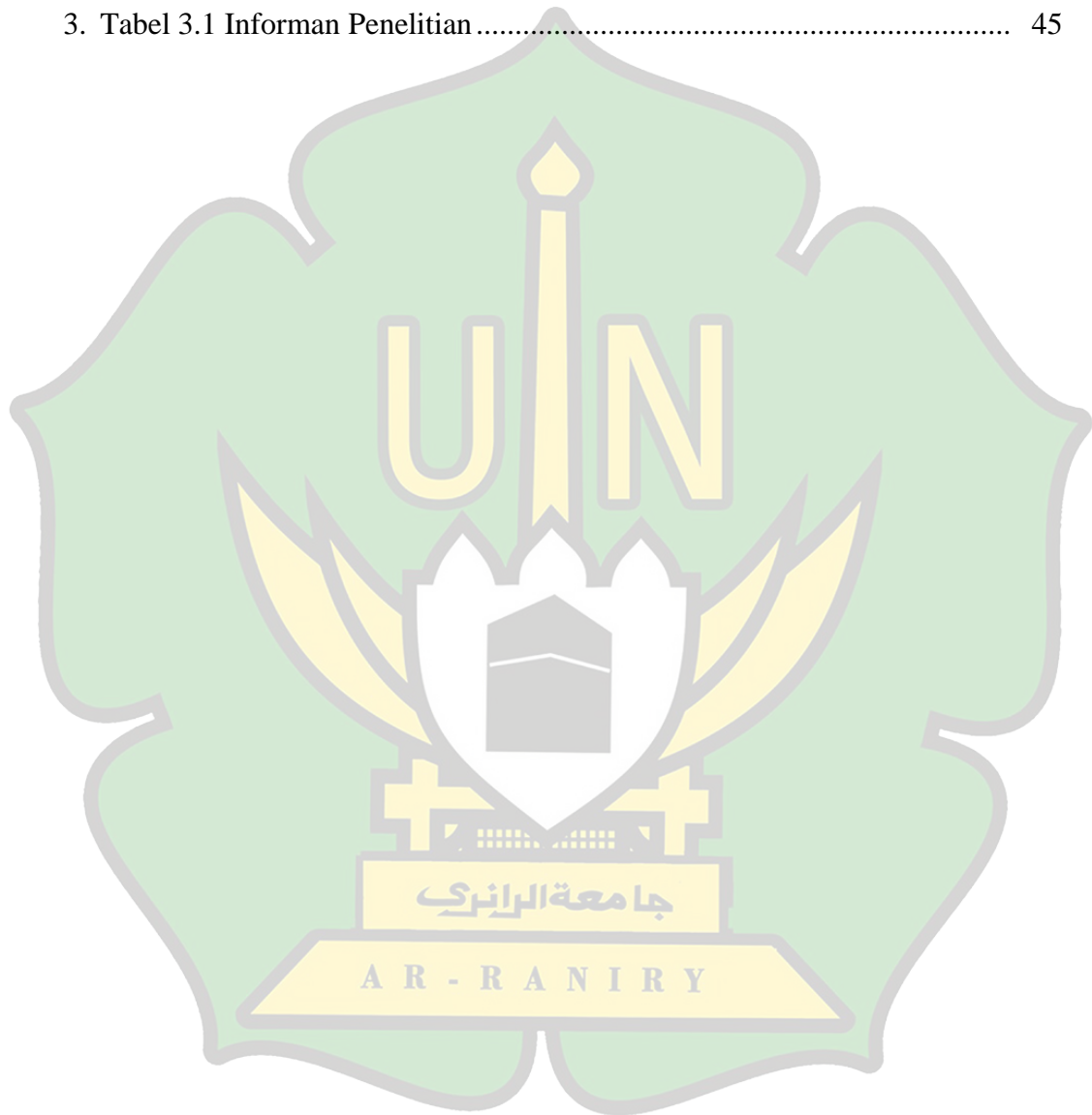
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 PNM Mekar Syariah.....	11
2. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
3. Tabel 3.1 Informan Penelitian	45



ABSTRAK

Nama : Fitrun Nida
NIM : 160401136
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usaha Terhadap Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah Ie Masen
Jus/Fak : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Dakwah dan Komunikasi

Skripsi ini berjudul “Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usahawan Terhadap Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah Ie Masen”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana nasabah yang telah mendapatkan modal namun modal usaha tersebut tidak digunakan untuk kepentingan usaha dan faktor pengaruh yang menyebabkan ketertarikan nasabah terhadap PNM Mekaar Syariah diantara beberapa pemodal lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana usahawan yang telah mendapatkan modal usaha namun tidak dipergunakan untuk kepentingan usaha dan juga ingin mengetahui faktor pengaruh dan ketertarikan usahawan terhadap PNM Mekaar syariah diantara beberapa pemodal yang lain. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengambilan sampling secara purposif, data dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian di sajikan dalam bentuk rangkuman hasil penelitian. Penelitian ini juga mewawancarai usahawan sebagai informasi penelitian. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa PNM Mekaar Syariah menggunakan komunikasi persuasif dengan teori AIDDA untuk mempengaruhi usahawan dan ada usahwan yang mengambil pinjaman modal namun tidak digunakan untuk kepentingan usaha.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif dan Ketertarikan Usahawan terhadap PNM Mekaar Syariah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbicara tentang usaha dapat kita ketahui tentang perkembangan pada perekonomian yang dibutuhkan oleh masyarakat. Namun dari tahun ke tahun pembangunan perekonomian yang terus berganti dan semakin sulit untuk diperjuangkan. Ada beberapa masyarakat yang kekurangan motivasi seperti tidak ingin berusaha keras untuk memperbaiki ekonomi juga memperbaiki kebutuhan hidup di Indonesia kini sudah ada program pelayanan modal usaha untuk usahawan maupun usahawan. Ada beberapa pemodal yang meluncurkan modal usaha untuk masyarakat. Salah satunya di Gampong Ie Masen Ulee Kareng beberapa penduduk warga yang tengah dilanda kemiskinan ekonomi layaknya kebutuhan yang tidak tercukupi namun ingin membangun usaha tentunya tidak ada modal yang cukup bahkan untuk menacari pekerjaan juga susah didapatkan karena kurangnya lowongan pekerjaan disebabkan tidak mencukupi biaya atau menampung karyawan untuk membayar upah itu adalah penyebab ekonomi yang sangat sulit untuk disembuhkan.

Beberapa masyarakat di Gampong Ie Masen tentunya tertarik dengan pemodal usaha yang membantu masyarakat Gampong Ie Masen bertujuan untuk mensejahterakan keluarga. Ada beberapa pemodal salah satunya koperasi yang banyak dikenali masyarakat di Gampong Ie Masen sudah berkurang mengambil pinjaman modal usaha dari koperasi dikarenakan sangat besar pembayaran angsuran setiap bulanan dan masyarakat terbebani untuk pembayaran angsuran.

Pemodalan koperasi kini ada yang sangat menarik dipandangan masyarakat Gampong Ie Masen yaitu PNM Mekaar Syariah yang dikhususkan untuk para kaum perempuan. Namun masyarakat di Gampong Ie Masen beberapa diantara mereka tidak memenuhi persyaratan dari pengambilan modal usaha tersebut seperti ketika pengambilan data setiap kali pencairan petugas PNM mengunjungi rumah warga atau langsung ke lokasi usaha mereka tetapi sebahagian warga ada yang memanfaatkan keuntungan tetangga mereka yang memiliki usaha dan dijadikan sebuah informasi untuk dirinya sendiri agar dipercayakan oleh petugas PNM Mekaar Syariah bahwa sebagai usahawan yang sangat membutuhkan modal usaha agar usaha yang dikembangkan menjadi lebih baik dan juga dapat memperbaiki ekonomi keluarga.

Setiap usahawan tentunya menjalankan usaha dengan sebentar saja maksudnya, usahawan yang awalnya konsisten dengan mengambil modal usaha dari PNM digunakan untuk membangun usaha namun tidak sesuai dengan perencanaan yang awalnya konsisten tapi malah dipergunakan untuk memakai keperluan lain dari sedikit pemakaian modal tersebut akhirnya bisa sampai tidak cukup untuk membangun usaha. Modal usaha yang diambil sebahagian dipakai untuk membayar pembiayaan sekolah anak juga perihal lainnya yang tidak sesuai dengan apa yang dikatakan kepada petugas PNM, ini terjadi dikalangan masyarakat khususnya Gampong Ie Masen tempat yang di angkat dalam permasalahan penelitian untuk skripsi ini. Pemodalan usaha ini yang menjadi daya tarik dan banyak faktor pengaruh usahawan minat bergabung menjadi nasabah PNM Mekaar Syariah.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis akan mengkaji isi dengan judul **“Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usahawan Terhadap Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah Ie Masen”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan argumentasi di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana usahawan yang telah mendapatkan modal namun modal usaha tersebut tidak digunakan untuk kepentingan usaha dan apa faktor pengaruh ketertarikan usahawan terhadap PNM Mekaar Syariah diantara beberapa pemodalannya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana usahawan yang telah mendapatkan modal usaha namun tidak dipergunakan untuk kepentingan usaha dan juga ingin mengetahui faktor pengaruh dan ketertarikan nasabah terhadap PNM Mekaar Syariah diantara beberapa pemodalannya.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Secara akademis yaitu ingin memberikan kontribusi mengenai pengaruh komunikasi dan dapat menambah khazanah ilmu khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Bagi peneliti sendiri diharapkan mengerti apa itu model komunikasi dan pengaruh komunikasi yang dapat memengaruhi pembentukan sikap usahawan.

2. Secara Praktis

Secara praktis yaitu agar dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya serta memberikan kontribusi informatif bagi usahawan lainnya.

E. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan beberapa istilah penting untuk didefinisikan, dengan tujuan dan maksud untuk menghindari kekeliruan dalam memahami istilah yang digunakan. Adapun istilah-istilah yang dimaksud yaitu:

1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif berarti menyampaikan pesan yang bersifat membujuk orang lain atau merayu orang lain agar komunikan tersebut berubah atau terpengaruh dengan mengikuti keinginan komunikator secara kepercayaannya bahkan sikapnya. Komunikasi ialah ilmu yang sangat penting di pelajari, karena komunikasi itu digunakan selalu di manapun kita berada bahkan sampai tibanya kemajuan teknologi saja komunikasi tidak terputuskan apalagi yang berada dari jarak jauh sangat mudah sekali untuk berkomunikasi dan juga selain mengirim pesan atau telepon suara kini juga bisa bertatap muka langsung melihat untuk berkomunikasi. Bukan hanya itu saja komunikasi seseorang juga dapat mempengaruhi lawan bicaranya seorang bahkan bisa juga berkelompok dapat dipengaruhi hanya dengan berbicara atau berkomunikasi.

Komunikasi yang bertujuan mempengaruhi seseorang disebut komunikasi persuasif. Menurut Kenneth E. Andersen (dalam Effendy, 1999: 79) adalah suatu proses komunikasi antar individu maupun kelompok, tidak ada satupun manusia

yang tidak berkomunikasi walaupun ada yang tidak bisa melakukannya sama sekali namun bisa menggunakan komunikasi nonverbal yaitu menggunakan bahasa seperti simbol-simbol, umumnya komunikasi diartikan sebagai hubungan antara individu dengan kelompok, individu dengan individu, bahkan kelompok dengan kelompok¹ siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa saja, kepada siapa dan kapan saja dan apa pengaruhnya.

“Dari istilah komunikasi yang berasal dari bahasa latin adalah “*commuico*” artinya membagi, definisi singkat yang dibuat oleh Harold Lasswell dalam memahami suatu tindakan komunikasi adalah memberi jawaban setiap pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa saja, kepada siapa dan kapan saja dan apa pengaruhnya”².

“Tidak ada satupun manusia yang tidak berkomunikasi walaupun ada yang tidak bisa melakukannya sama sekali namun bisa menggunakan komunikasi nonverbal yaitu menggunakan bahasa seperti simbol-simbol, umumnya komunikasi diartikan sebagai hubungan antara individu dengan kelompok, individu dengan individu, bahkan kelompok dengan kelompok”³

Kata atau istilah komunikasi merupakan terjemahan dari bahasa inggris “*communication*” yang dikembangkan di Amerika Serikat dan komunikasi pun berasal dari unsur persuratkabaran, yakni *journalism*. Adapun definisi komunikasi dapat dilihat dari dua sudut, yaitu dari sudut bahasa (*etimologi*) dan sudut istilah

¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti:2023), hal. 61

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2016), hal.18.

³ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti: 2023), hal. 61.

(terminologi). Komunikasi menurut bahasa atau *etimologi* dalam “*ensiklopedi umum*” diartikan sebagai “penghubung”, sedangkan yang terdapat dalam buku komunikasi berasal dari perkataan latin, yaitu; *communicare*, yang berarti berpartisipasi ataupun memberitahukan, *communis*, yang berarti milik bersama ataupun berlaku di mana-mana, *communis opinio*, yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas, *communico*, yang berarti membuat sama, selanjutnya *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama-sama di sini maksudnya sama makna. Pengertian komunikasi secara *etimologi* ini memberi pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambang-lambang atau bahasa yang mempunyai persamaan arti antara orang yang memberi pesan dengan yang menerima pesan, karena *communis* disini bisa saja diberi arti dengan sama makna atau sama arti.⁴

Menurut Wursanto komunikasi adalah kegiatan penyampaian informasi atau berita yang mengandung arti dari satu pihak ke pihak lain dalam usaha dalam mendapatkan saling pengertian. Dalam komunikasi terdapat unsur-unsur komunikasi yaitu terdapat sumber (*source*), pesan (*message*), media (*channel*), penerima (*receiver*), efek, umpan balik, lingkungan.⁵

2. Faktor Pengaruh

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi, diantaranya adalah persepsi, nilai, emosi, latar belakang, peran, pengetahuan dan hubungan. Dalam

⁴ Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)* Cet. 1, (Depok: Rajawali Pers: 2019), hal. 21-22.

⁵ Fenny Oktavia, “*Ilmu Komunikasi*” E-Journal, Volume 4, Nomor 1, 2016, hal. 3.

komunikasi tentu adanya faktor pengaruh dimana hal tersebut terus ada dan terjadi dalam berkomunikasi dengan orang disekitar kita. dalam faktor pengaruh tentunya ada nilai seseorang yang kita nilai apakah itu dari sikap maupun kebiasaan lainnya yang menunjuk ke menilai. Selanjutnya emosi karena emosi seseorang yang berdampak positif maupun negatif tentu ada pengaruhnya ketika sedang berkomunikasi apapun topik yang dibahas, tentang latar belakang sangat lebih penting di zaman modern ini karena latar belakang atau kepribadian pribadi seseorang yang menjadi pengaruh bagi lawan bicaranyadan tentunya lagi sesuai kondisi ekonomi yang tinggi maupun dibawah sering terjadi sesama-sama ketika berbicara atau berkomunikasi yang menghasilkan lebih efektif.

Komunikasi bukan hanya berbicara sesuai topik saja namun juga ada pengetahuannya seperti banyak memperdalam membaca apapun itu kemudian banyaknya pengalaman dibidang yang mampu dikerjakan. Kemudian dalam komunikasi juga membuat kita lebih banyak pengetahuan dari lawan bicara kita tergantung apa saja yang dibicarakan dan siapa yang berbicara komunikator akan membahas apapun yang ingin disampaikan dan itu tergantung komunikasi bagaimana bisa menanggapi apa saja yang bisa dijadikan pengetahuan. Selanjutnya hubungan komunikasi juga menjalin hubungan semakin dekat itu juga bergantung dengan komunikator bahkan komunikasi apapun yang dibicarakan dan dibahas, hubungan seseorang akan semakin akrab bila komunikasi yang dilakukan menjadi komunikasi yang efektif dan komunikasi yang mampu dipahami dan diterima oleh si pendengar komunikasi tentunya.

Apalagi zaman modern ini sudah sangat banyak orang berbicara atau berkomunikasi melalui alat modern atau teknologi komunikasi bahkan dengan adanya layar gambar atau televisi tentu setiap informasi sudah tertanggapi ada juga yang hanya bisa di dengar yaitu radio, kemudian yang lebih mudah dan tidak menghambat waktu kita yang android atau *smart phone* perihal ini yang membuat kita jadi lebih mudah. Ada faktor pengaruh dalam kehidupan sosial juga ekonomi yang dipengaruhi oleh faktor jumlah penduduk yang semakin lama semakin banyak, jumlah barang modal dan kekayaan alam serta teknologi yang digunakan. Hal ini sudah tidak asing di lingkungan masyarakat apalagi setiap perubahan zaman selalu ada perubahan gaya pemikiran yang mampu membuat masyarakat terpengaruh ingin mengubah setiap apa yang diinginkan. Salah satu yang menjadi faktor pengaruh yang ada di kalangan masyarakat yaitu pembentukan perekonomian karena yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat itu adalah pasang surutnya ekonomi yang berkembang. Faktor pengaruh ini terdapat pada beberapa masyarakat yang terpengaruh terhadap pemodal, setiap pemodal yang berbeda tentunya punya faktor pengaruh yang berbeda juga apa yang dilihat dari pemodal, itulah yang disebut pengaruh dan bisa saja dari segi berkomunikasi diantara mereka saling memahami apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

3. Ketertarikan Usahawan

Ketertarikan adalah suatu yang menunjukkan bahwa kita menyukai orang lain yang sikap, nilai, minat, dan keyakinannya tampak serupa dengan juga menarik atau memiliki rasa minat, apabila seseorang berminat dengan yang diinginkan maka ia akan memiliki perasaan ketertarikan terhadap hal tersebut dan ini biasanya terjadi

dalam sosial bahkan perekonomian. Perihal ini tentunya terjadi pada masyarakat atau usahawan yang memiliki ketertarikan terhadap pemodal usaha yang membuat usahawan tertarik untuk bergabung menjadi anggota. Bisa saja ketertarikan usahawan terhadap pemodal salah satunya bisa saja dikarenakan dari segi persyaratan yang tidak membebankan usahawan dan juga dari segi hal lain yang bisa buat usahawan memiliki ketertarikan.

Usahawan ialah salah satu diantara masyarakat yang memiliki pembentukan perekonomian, usahawan tersebut bisa saja ingin merubah perekonomian yang sulit kembali memulih agar kehidupannya tercukupi. Usahawan juga seseorang yang dikalangan mereka ingin sekali membantu mensejahterakan keluarga namun sebahagian tidak memiliki pemikiran seperti itu, karena setiap masyarakat tentunya berbeda-beda sikap.

Apalagi ketertarikan usahawan ini dikarena PNM Mekaar Syariah tidak menanggapi usahawan atau masyarakat tidak mempergunakan modal usaha itu untuk kepentingan usaha mereka. Pada umumnya usahawan atau nasabah memerlukan modal usaha bertujuan untuk membangun usaha mensejahterakan keluarga namun perihal ini terjadi karena PNM yang menjadi faktor membuat atau usahawan tertarik dan punya minat untuk menjadi usahawan PNM mengambil pinjaman modal usaha tentunya membuat usahawan berkeinginan yakin untuk mengambil pinjaman ini disalah satukan elemen teori komunikasi AIDDA yang dilakukan oleh PNM untuk membuat usahawan tertarik dengan pemodalan ini.

4. Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah

Kita ketahui bahwa tujuan utama Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah adalah meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Hal ini ditegaskan dalam penjelasan atas Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 43 ayat (1), sebagai berikut:

“Usaha koperasi terutama diarahkan pada bidang usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota baik untuk menunjang usaha maupun kesejahteraannya. Dalam hubungan ini maka pengelolaan usaha koperasi harus dilakukan secara produktif, efektif dan efisien dalam arti koperasi harus mempunyai kemampuan mewujudkan pelayanan usaha yang dapat meningkatkan nilai tambah dan manfaat yang sebesar-besarnya pada anggota dan tetap mempertimbangkan untuk memperoleh sisa hasil usaha yang wajar.⁶”

PNM Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (PNM Mekaar) merupakan layanan permodalan berbasis kelompok yang diperuntukan bagi perempuan prasejahtera pelaku usaha ultra mikro, baik yang ingin memulai usaha maupun mengembangkan usaha.

F. Kerangka Berfikir

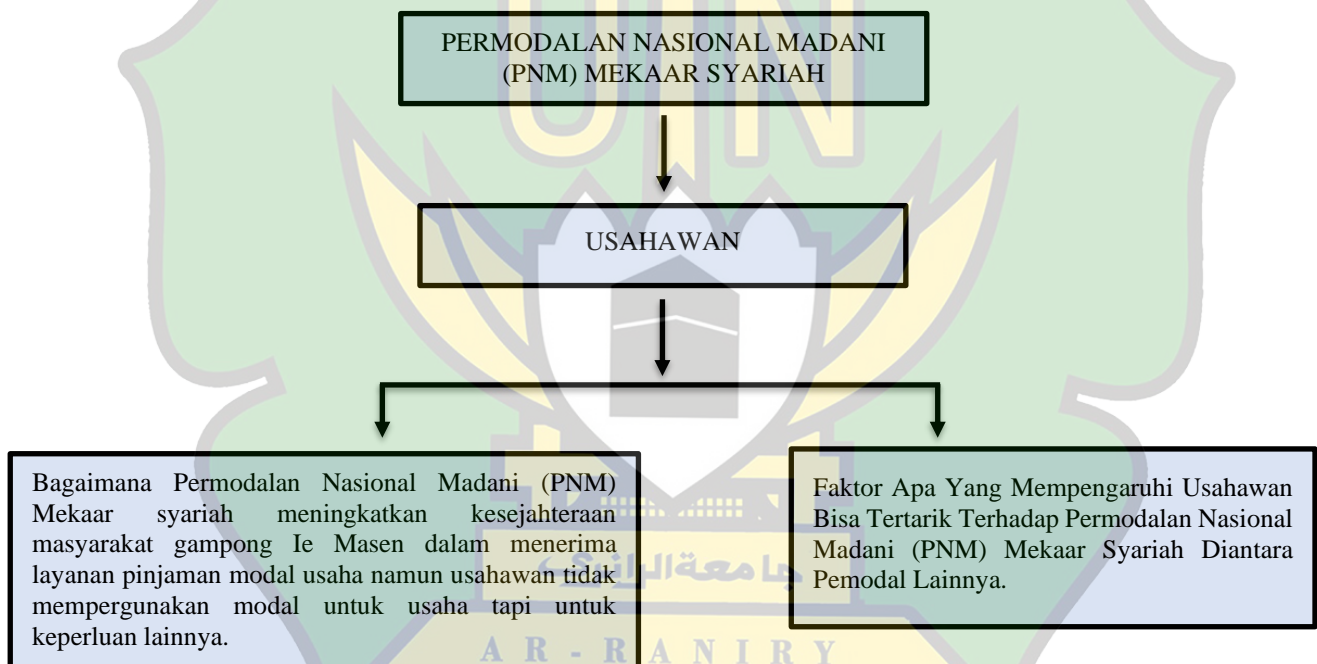
Usahawan atau nasabah mengambil peminjaman modal usaha dari PNM Mekar Syariah namun nasabah tidak mempergunakan modal itu untuk membangun usaha tetapi untuk keperluan lainnya.

⁶ Dr. Salim Al Idrus, MM, “*Kinerja Manajemen dan Bisnis Koperasi (Peluang dan Tantangan Manajemen Koperasi)*” cetakan I (UIN Malang: 2008), hal. 23.

Perihal ini memang dikarenakan bersebab pada faktor literasi keuangan (keadaan ekonomi, dan pendidikan) juga untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui pencaharian pada usaha yang di kembangkan. Namun tidak dipergunakan untuk usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir juga dapat diartikan sebagai gambaran yang berisikan konsep mengenai penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Tabel 1.1 PNM Mekar Syariah



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Ada beberapa tulisan terkait ketertarikan atau usahawan dan PNM mekaar syariah yang relevan dengan fokus penelitian ini. Diantaranya sebagai berikut:

Skripsi yang ditulis oleh Nur Mega Anita, mahasiswi jurusan Konsentrasi Perbankan Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, tahun 2021, dengan judul: *Faktor-Faktor yang Menyebabkan Nasabah Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekar Syariah (Persero) di Desa Dena Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima Ntb*. Hasil penelitiannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan nasabah memilih pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekar Syariah (Persero) di desa dena kecamatan madapangga kabupaten bima ntb.

Skripsi yang ditulis oleh Ika Afriyanti, mahasiswi Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, tahun 2021, dengan judul: *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Di Pt. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Adiwerna*. Hasil penelitiannya bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan

masyarakat memilih pembiayaan di PT Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Adiwerna, dengan menggunakan Literasi Keuangan nasabah sebagai faktor internal variabel X1, Persyaratan Kredit sebagai faktor eksternal variabel X2, dan Akses Kredit sebagai variabel X3 yang mempengaruhi variabel Y yaitu Minat masyarakat memilih pembiayaan di PNM. Dan juga hasil penelitian literasi keuangan, persyaratan kredit dan akses kredit berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Kesimpulan apabila ketiga variabel independen mengalami kenaikan satu kesatuan akan meningkatkan minat masyarakat memilih pembiayaan.

Skripsi yang ditulis oleh Diyah Fitriana, Nim: 16030086, Mahasiswi Politeknik Harapan Studi Akuntansi 2019, dengan judul: *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada PT. PNM Mekar Cabang Jatinegara*. Hasil penelitiannya adalah untuk mengetahui fakto-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan pada PT. PNM Mekar. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Penelitian ini mengambil pembiayaan pada PT. PNM Mekar cabang jatinegara adalah faktor pengetahuan produk.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Nur Mega Anita	Diyah Fitriana	Ika Afriyanti
Judul Penelitian	Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Nasabah Memilih Pembiayaan Di PT. Permodalan Nasional Madani Mekar Syariah (Persero) Di Desa Dena Kecamatan Madapangga Kabupaten Bima Ntb	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada PT. PNM Mekar Cabang Jatinegara	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Di Pt. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Adiwerna
Instansi	mahasiswa jurusan Konsentrasi Perbankan Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram	Mahasiswa jurusan politeknik harapan bersama program studi akuntansi	mahasiswa Progam Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu
Tahun	2021	2019	2019
Metode	Deskriptif kualitatif Dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi		Data kualitatif dan data kuantitatif yaitu merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran
Persamaan	Mengkaji tentang membantu nasabah yang kurang modal untuk membuka usaha atau mau membuka usaha tapi tidak mempunyai biaya	Mengkaji tentang untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan pada PT. PNM Mekar.	Mengkaji tentang bagaimana faktor pengaruh masyarakat/nasabah memilih pembiayaan PNM Mekaar
Perbedaan	Terletak pada fokus penelitian dan konsep beberapa nasabah memilih pembiayaan PNM Mekaar dan proses pengambilan modal usaha saja, peneliti tidak menulis jenis usaha apa yang dikembangkan diantara nasabah.	Terletak pada fokus teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Penelitian ini mengambil pembiayaan pada PT. PNM Mekar cabang jatinegara adalah faktor pengetahuan produk.	Terletak pada fokus penelitian data kuantitatif yang merupakan konsep akses kredit yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan usaha PNM Mekaar

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

B. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif terdiri dari dua kata komunikasi dan persuasif. Pengertian komunikasi terdiri dari dua kata, yakni komunikasi dan persuasif. Istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari perkataan latin *persuasio*. Katakerjanya adalah *persuadere* yang dalam bahasa inggris *to persuade, to induce, to believe* atau dalam bahasa indonesia “membujuk”, “merayu”. Sedangkan Jamaluddin Kafie, menambahkan pengertian dengan “menyakinkan”.

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang, dalam bukunya Devito menjelaskan komunikasi persuasif adalah suatu tehnik yang dapat mempengaruhi pikiran manusia dengan cara memanfaatkan data fakta psikologis atau sosiologis pada komunikan yang ingin dipengaruhi (Devito, 2010:387).

Berkomunikasi sudah ada dari semenjak kita kecil dan sering kita melakukannya namun komunikasi yang kita gunakan bertujuan ingin mendapatkan efek dari komunikan, tentunya kita akan berpikir lagi untuk membicarakan bahwa komunikasi itu sangat mudah. Tentu juga ada beberapa syarat yang harus kita penuhi sebagai seorang komunikator agar pesan yang kita ingin sampaikan langsung terdengar oleh komunikan dan menghasilkan efek tertentu.⁷

⁷ Zikri Fachrul Nurhadi, “Achmad Wilda Kurniawan, *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*” Volume. 3, No. 1, April 2017, hal. 91.

Dalam karangan buku yang berjudul “dinamika komunikasi” Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa pengertian komunikasi harus dilihat dari dua sudut pandang yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis.⁸

Seperti komunikasi yang terjadi antara PNM Mekaar Syariah dengan usahawan tentunya mencoba menjelaskan kepada usahawan tentang bagaimana cara pengambilan pertama modal usaha sampai berkelanjutan pengambilan kedua dan seterusnya dengan jumlah modal yang diambil banyak meningkat dan dihubungkan dengan kondisi nasabah atau usahawan yang menghadapi kesulitan-kesulitan perekonomian dalam membangun usaha tanpa adanya modal. dan persuasi pada dasarnya mengajak intelek dan perasaan usahawan lebih meneliti dirinya dan lebih mengikuti jalan pikiran PNM Mekaar Syariah. Dalam persuasif diartikan sebagai pendekatan untuk dapat menyakinkan, mempengaruhi usahawan dikatakan komunikasi persuasif memiliki perubahan-perubahan sebagaimana sebuah argumen yang menguraikan suatu masalah atau keadaan yang dibuktikan dengan kata dan fakta-fakta yang bertujuan untuk mempengaruhi dan agar mereka mengikuti atau melakukan sebagaimana yang diharapkan diartikan “*persuasive*” adalah ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan; bujukan halus. Persuasif ini bersifat membujuk, mempengaruhi secara halus supaya menjadi yakin.⁹

Penyebab kegagalan persuasif biasanya bukan pada cara, tetapi pada *availability* atau *relevance* sikap itu sendiri, dalam kaitannya dengan situasi dan

⁸ Jurnal, “*Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*” Volume. 3, No. 1, April 2010, hal. 9.

⁹ Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)* (Depok: Rajawali Pers: 2019), hal. 185-186.

kondisi saat itu (Applbum dan Anatol, 1974: 24-25). Tugas pokok seorang pembujuka adalah menciptakan kondisi sedemikian rupa, sehingga sikap yang ditawarkan melalui persuasi menjadi sangat *availability* dan *relevance*. *Availability* dan *relevance* ini ditentukan oleh berbagai macam alasan dan isyarat (*cues*). Pada orang tertentu dan keadaan tertentu orang kadang sangat menginginkan argumen. Tetapi pada situasi yang lain tidak butuh argumen, melainkan lebih butuh *cues* (isyarat, gejala, tanda-tanda, ciri, kecenderungan).¹⁰

2. Tujuan Komunikasi Persuasif

Ada beberapa tujuan dalam berkomunikasi yaitu tujuan komunikasi persuasif tersebut adalah:

- a) Perubahan sikap, yaitu komunikasi persuasif dapat merubah sikap setelah dilakukan suatu proses komunikasi.
- b) Perubahan pendapat yaitu komunikasi persuasif yang sedang berlangsung terjadi dan itu tergantung bagaimana komunikator menyampaikannya
- c) Perubahan perilaku terjadi bagaimana komunikasi persuasif yang dikemukakan komunikator sesuai dengan yang disampaikannya dan ini tergantung pada komunikator
- d) Perubahan sosial itu terjadi dikalangan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan yang tengah berlangsungnya komunikasi persuasif.¹¹

¹⁰ Drs. Enjang As., M.Si., M.Ag., *Komunikasi Konseling Dari Wawancara, Seni Mendengar, Sampai Soal Kepribadian* (Jakarta: Nuansa, September 2009), hal. 100.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Citra Aditya Bakti: 2008), hal. 61.

3. Fungsi Komunikasi Persuasif

Fungsi komunikasi Persuasif di sini adalah kegunaan komunikasi persuasif. Pada umumnya, fungsi komunikasi persuasif menurut ahli komunikasi memiliki empat fungsi, yakni:

- a. *Mass information*, yaitu untuk memberi dan menerima informasi. Komunikasi dapat digunakan untuk menyampaikan dan menerima informasi. Hal ini bisa dilakukan oleh setiap orang dengan pengetahuannya. Tanpa komunikasi, informasi tidak dapat disampaikan dan diterima.
- b. *Mass education*, yaitu untuk memberi pendidikan. Biasanya fungsi ini dilakukan oleh guru kepada muridnya untuk meningkatkan pengetahuan atau oleh siapa saja yang mempunyai keinginan untuk memberi pendidikan.
- c. *Mass entertainment*, yaitu untuk menghibur. Biasanya dilakukan oleh amatir radio, televisi ataupun orang yang mempunyai profesional menghibur
- d. *Mass persuasion*, yaitu untuk memengaruhi. Ini bisa dilakukan oleh setiap orang atau lembaga yang mencari dukungan dan ini lebih banyak digunakan oleh orang yang bisnis dengan cara memengaruhi melalui iklan yang dibuat.

Menurut Wilbur Schramm, fungsi komunikasi dapat dilihat dari katagori komunikator dan komunikan. Fungsi tersebut harus cocok satu sama lain, isi mengisi dan merupakan interdependensi agar komunikasi dapat berjalan dengan harmonis.¹²

¹² Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)* (Depok: Rajawali Pers: 2019), hal. 63-64.

4. Faktor Mempengaruhi Minat

Menurut (Slameto, 2003), minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat menurut Reber dalam Muhibbin syah (2005) antara lain:

a. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang membuat minat datang dari dalam diri seorang, faktor internal adalah pemusatan perhatian, keinginan, motivasi dan kebutuhan.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah faktor sebaliknya yang datang dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia prsarana dan sarana atau fasilitas yang dibutuhkan. Ada juga faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang yaitu:

1. Faktor kebutuhan dari dalam

Timbul minat dari dalam diri seseorang karena memerlukan kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.

2. Faktor Motif Sosial

Timbulnya faktor ini dikarenakan minat seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan mendapatkan pengakuan, penghargaan dimana dia berada.

3. Faktor Ekonomi

Timbulnya faktor ini dikarenakan karena ekonomi yang menjadi hambatan dalam keluarga dan lingkungan yang membuat kebutuhna hidup menjadi tidak terpenuhi hingga terpaksa untuk berada dititik mengambil keputusan agar dapat merubah sedikit ekonomi.¹³

C. Usahawan

Usahawan nasabah seorang yang dikalangan masyarakat memiliki keterbatasan ekonomi yang sangat minim sehingga kekurangan modal untuk mengembangkan usaha agar bisa memenuhi kebutuhan hidup yang membuat kesejahteraan keluarga menjadi tidak harmonis sampai untuk kebutuhan sehari-hari bisa terhambat dikarenakan kekurangan dana atau menurunnya kondisi ekonomi sampai membuat seluruh bahan baku dihargai dengan sangat mahal membuat masyarakat atau usahawan lainnya susah untuk mengembangkan usaha mereka.

Pada dasarnya, nasabah PNM Mekaar Syariah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam berusaha, namun terbatasnya akses pembiayaan modal kerja menyebabkan keterampilan berusaha mereka kurang termanfaatkan. Beberapa alasan keterbatasan akses tersebut meliputi kendala formalitas, skala usaha, dan ketiadaan agunan. Oleh karena itu, PNM menerapkan sistem kelompok tanggung renteng yang diharapkan dapat menjembatani akses pembiayaan sehingga para nasabah mampu mengembangkan usaha dalam rangka mencapai tujuan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

¹³ Lin Soraya, “*Jurnal Komunikasi*” Vol VI, No I, Maret 2015, hal. 11-12.

“UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan. Usaha mikro kecil dan menengah ini merupakan pilar perekonomian Indonesia yang perlu mendapat perhatian karena dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan pada pekerjaan. Usaha kecil sangat banyak didirikan oleh masyarakat. Koperasi atau pemodal lainnya menargetkan agar meningkatnya UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan usaha mikro kecil ini sangat mudah dan tidak mengeluarkan modal yang terlalu besar. UMKM menjadi pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah. pengembangan UMKM di indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Kegiatan usaha pada umumnya didirikan dengan salah satu tujuannya adalah meningkatkan modal usaha”¹⁴

Kriteria UMKM adalah merupakan kriteria dari setiap usaha yaitu **usaha Mikro**, adalah usaha atau bisnis milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro masuk dalam katagori apabila memiliki modal usaha banyak, tidak termasuk tempat usaha atau bangunan. Terkadang keuangan usaha mikro bercampur dengan keuangan pribadi, hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro belum menerapkan sistem profesional. Jumlah modal usaha mikro memperoleh sebesar sepuluh juta kebawah dan tergantung jenis usaha apa yang dilakukan oleh usahawan Contoh dari beberapa usaha mikro seperti toko kelontong, pedagang kaki lima, warung kopi dan pedagang di pasar.

¹⁴ Indah Suryati, Jurnal, “Pengaruh Ukuran Usaha dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Jasa atau Pelayanan Laundry di Kecamatan Makasar” Vol 1, No 1, Januari 2021, hal. 18-19.

Usaha Kecil, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau usaha yang bukan milik badan usaha besar, dikuasai, atau usaha yang menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitannya dengan pemerintah. Berbeda dengan usaha mikro, keuangan usaha kecil sudah terorganisir antara keuangan pribadi dan penjualan dan jumlah modal yang perlukan sebesar sepuluh juta keatas dan juga tergantung jenis atau kriteria seperti apa yang dikembangkan dalam usaha. Seperti pada contoh usaha laundry, jasa cuci motor atau mobil, usaha katering, fotocopian, bengkel motor, dan restoran kecil.

Usaha menengah, adalah usaha yang produktif berdiri sendiri oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan aatau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar. Pada usaha menengah ini dibutuhkan modal sebesar lima puluh juta keatas juga ketergantungan pada usaha yang dikembangkan. Contohnya seperti usaha bisnis kuliner yang bisnisnya tidak pernah mati karena makanan di kuliner ini merupakan kebutuhan masyarakat.

Ada ciri-ciri lain dalam mikro usaha yaitu jenis barang yang ada pada usaha tidak tetap atau bisa berganti sewaktu-waktu, tempat dan lokasi menjalankan usaha dapat berpindah sewaktu-waktu, pada umumnya belum memiliki surat izin usahadan legalitas, tetap berkembang meski negara mengalami krisis ekonomi, memiliki tenaga kerja 1-5 orang, melakukan usaha relatif kecil, non ekspor impor, lokasi usaha berada dilingkungan rumah, konsep usaha dilakukan sendiri dengan sederhana.

Untuk menjalankan usaha, para usahawan membutuhkan modal, jika diumpamakan sebuah rumah, modal adalah bagian pondasi yang bisa menentukan kuat dan tidaknya sebuah rumah tersebut. Begitu juga peran modal usaha yang menjadi pondasi dalam membangun usaha karena adanya modal usaha menentukan besar kecilnya pendapatan yang akan didapatkan. Oleh karena itu modal usaha mutlak adanya karena modal sangat diperlukan dalam sebuah usaha, sumbernya berasal dari modal pribadi, modal organisasi baik itu dari bank, dari bantuan pemerintah ataupun modal dari pemodalán seperti koperasi ataupun PNM Mekaar Syariah.¹⁵

Modal usaha telah membuat usahawan lebih berkembang dan mampu meneruskan kembali usaha bukan hanya usahawan saja, juga usahawan atau nasabah lainnya yang sukses dengan usaha mereka. Salah satu usaha yang berkembang dengan menggunakan modal usaha PNM Mekaar Syariah. Usaha punya modal usaha maksudnya, setiap ingin membangun usaha tentunya memiliki banyak pengeluaran dana atau modal usaha yang banyak karna usaha juga sangat berpengaruh dari berapa banyaknya jumlah modal. Untuk menghasilkan barang atau dagangan yang lainnya tentu memerlukan modal usaha tambahan. Untuk usaha yang dikembangkan adalah ada beberapa usaha seperti membuat makanan kering dan lainnya. Jenis-jenis usaha, yaitu:

- a. Usaha kuliner, salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun, berbekal dalam bidang makanan

¹⁵ Salma Ridhiyawati, Ai Fitri Nur Avia, Gunardi, "Pengaruh Modal Usaha dan E-Commerce (Borondong.Id) Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Bandung" Vol. 3, No. 2, 2022, hal. 540.

dan modal yang tidak terlalu besar seperti makanan usaha kue kering rumahan atau cemilan, jajanan pasar hingga makanan berat menjual produk kuliner dilingkungan rumah.

- b. Usaha barbershop, adalah usaha pangkas rambut salah satu jenis usaha yang masuk dalam katagori usaha yang bergerak dalam bidang jasa.
- c. Dalam buku yang berjudul kewirausahaan yang ditulis oleh Suharyadi, toko kelontong adalah usaha yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti beras, telur, minyak goreng, gula, garam, sayuran dan lain-lainnya.

2. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil usaha yang telah diperoleh dari penghasilan usahanya yang dilakukan. Pendapatan adalah salah satu tolak ukur bagi manajemen untuk mengelola usaha yang pastinya ingin mengetahui jumlah maupun nilai penghasilan yang didapatkan dalam satu periode yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku. Pendapatan merupakan harta benda yang masuk dari penyerahan barang maupun jasa yang dijalankan dari suatu unit usaha dalam satu periode tertentu. Namun tidak ada pendapatan jika tidak ada usaha yang lakukan.

Pendapatan dilakukan salah satu indikator kemakmuran, baik suatu negara yang diukur dari sudut pendapatan nasional maupun pendapatan individu yang diukur dari menggunakan uang hasil penjualan, upah sebagai tenaga kerja, hasil penyewa barang, hasil pemberian jasa ataupun dari cara yang lainnya. Dari hasil pendapatan kita tersebut akhirnya bisa gunakan untuk keperluan sehari-hari dengan mengkonsumsinya, ataupun kita tabung sebagai persiapan terhadap keperluan kita yang akan datang. Jenis pekerjaan atau pendapatan seseorang dapat saja berbeda

dengan lainnya, karena hasil tergantung pada produktivitas seseorang individu dalam usahanya(nurdin, 2010:5). Menurut Setiaji dan Khoirudin (2018:3) analisis pendapatan adalah suatu hasil yang didapatkan oleh seseorang setelah melakukan pekerjaan walaupun hasil yang mencapai masih rendah dan tidak cukup tinggi yang nantinya akan digunakan untuk mencukupi suatu kebutuhan hidup.¹⁶

3. Janji Nasabah (Usahawan)

Usahawan muda atau nasabah harus mengikuti peraturan yang dilaksanakan oleh petugas PNM mekaar syariah, yaitu:

a. Hadir tepat waktu

Nasabah diharuskan untuk hadir tepat waktu yang diadakan dalam seminggu sekali pertemuan yang diadakan oleh ketua kelompok beserta menyeter angsuran migguan

b. Menggunakan pinjaman untuk modal usaha

PNM memberikan pinjaman modal untuk membuka usaha sesuai dengan modal yang didapatkan dari pinjaman PNM Mekaar Syariah, maka nasabah akan dibimbing dan dibina agar usaha bisa maju.

c. Membayar angsuran mingguan sesuai kewajiban

¹⁶ Efendi Yanto, Amir Halid, Yanti Saleh, “Amalisis Pendapatan Usaha Produksi Industri Olahan Tahu Di Desaharapan Kecamatanwonosari Kabupaten Boalemo” Journal Agrinesia, Vol. 6, No. 3, Juli. 2022, hal. 181.

Nasabah harus membayar angsuran setiap minggu. Ini harus dipenuhi karena merupakan kewajiban nasabah yang mengambil pinjaman modal usaha dari PNM Mekaar Syariah.

d. Hasil usaha

Hasil usaha untuk keluarga ini adalah kewajiban nasabah untuk mensejahterakan keluarga, dalam artiannya bahwa nasabah yang sudah mengambil pinjaman modal usaha ini harus mampu membiayai kebutuhan hidup keluarga dari hasil usahanya yang dijalankan. Bertanggung jawab bersama, bila ada nasabah, yang tidak memenuhi kewajiban.

e. Sistem tanggung renteng

Bertanggung jawab bila ada nasabah yang tidak memenuhi janji untuk menyetor angsuran mingguan, jadi setiap anggota dikelompok diharuskan untuk menanggung renteng yaitu semua anggotabelompok PNM setuju untuk bersama-sama membayar utang salah satu nasabah yang tidak membayar angsuran.

D. PNM Mekaar Syariah

PNM Mekaar Syariah merupakan layanan pemberdayaan berbasis kelompok sesuai ketentuan hukum Islam yang berdasarkan fatwa atau pernyataan kesesuaian syariah yang ditujukan untuk perempuan pra-sejahtera pelaku usaha ultra mikro, melalui peningkatan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan cita-cita dan kesejahteraan keluarga, pembiayaan modal usaha tanpa agunan, pembiasaan budaya menabung dan peningkatan kompetensi kewirausahaan dan pengembangan bisnis.

Sejarah tentang perkembangan ekonomi di Indonesia, termasuk terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1997, telah membangkitkan kesadaran akan kekuatan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan prospek potensinya di masa depan. Usaha mikro merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu bangsa dan daerah tak terkecuali di Indonesia. Bagi sebagian kalangan besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern sehingga makhluk hidup dapat diartikan tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain harus saling kerja sama saling tolong menolong. PT. Pemodal Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang menerapkan keuangan secara syariah dalam menyalurkan dana modal usaha kepada masyarakat. PT PNM Mekaar Syariah menerapkan sistem kelompok tanggung renteng yang diharapkan dapat menjembatani akses pembiayaan sehingga para nasabah mampu mengembangkan usaha dalam rangka menggapai cita-cita dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.¹⁷

1. Ketertarikan pada PNM Mekaar Syariah

Peneliti hanya merangkum salah satu istilah yang berkaitan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi yaitu komunikator atau penerima modal usaha tepatnya seorang nasabah. Seperti teori AIDDA menurut teori ini petugas PNM Mekaar Syariah amat perkasa dalam mempengaruhi penerima modal usaha atau seorang usahawan, teori ini menggambarkan proses komunikasi secara

¹⁷ Jurnal, "Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)" Vol 2, No 2, September 2022, hal.8.

sederhana yang hanya melibatkan dua komponen yaitu petugas PNM Mekaar Syariah dan penerima modal usaha.¹⁸

Uraian di atas mengandung pengertian bahwa partisipasi komunikasi atau usahawan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan (PNM) Mekaar Syariah, keberhasilan petugas (PNM) Mekaar Syariah akan sangat ditentukan oleh sumber daya usahawan itu sendiri yaitu pengelola usaha yang dikembangkan dengan mendapatkan permodalan dan itu merupakan faktor yang membedakan antara (PNM) Mekaar Syariah dengan usahawan.¹⁹

2. Sistem Pelaksanaan Pinjaman Modal Usaha

PNM Mekaar Syariah ini berbasis kelompok yang beranggota 10 anggota perkelompok dengan pemberlakuannya sistem pembiayaan tanggung renteng dengan tujuan agar lancarnya yang menjadi tanggung jawab bersama kelompok tersebut sesuai dengan prinsip tolong menolong. PNM Mekaar Syariah hanya di khususkan kepada usahawan perempuan seperti ibu rumah tangga maupun wirasuwasta membutuhkan modal usaha atau ingin membangun usaha baru, dengan ketentuan berumur 18-63 tahun dan sudah menikah. Bagi usahawan yang belum menikah dan berumur 18 tahun juga boleh menjadi nasabah ketentuan perempuan memiliki kartu keterangan penduduk dan memiliki usaha. Program ini tidak berlaku untuk masyarakat yang mampu karena dikhususkan untuk masyarakat kurang mampu dan membutuhkan dana untuk modal usaha.

¹⁸ Morissan, "Teori komunikasi individu hingga massa (kencana prenatal media group)" Vol 2, No 1, 2016, hal. 23.

¹⁹ Dr. Salim Al Idrus, MM, "Kinerja Manajemen dan Bisnis Koperasi (Peluang dan Tantangan Manajemen Koperasi)" (UIN Malang: Februari 2008), hal. 73.

3. Syarat-Syarat Peminjaman Modal Usaha

Usahawan harus memenuhi beberapa syarat dan kriteria dalam mengambil modal usaha, yaitu: layanan PNM Mekaar Syariah diperuntukan kepada perempuan prasejahtera pelaku usaha ultra mikro, yaitu dikhususkan bagi seluruh nasabah perempuan tetapi yang memiliki bentuk usaha apa saja. Kemudian PNM Mekaar Syariah tidak mensyaratkan agunan fisik, melainkan bersifat tanggungan renteng kelompok dengan syarat kedisiplinan mengikuti proses persiapan pembiayaan dan pertemuan kelompok mingguan (PKM): satu kelompok terdiri dari 10 usahawan, setiap kelompok dipimpin oleh satu ketua kelompok, dan pertemuan kelompok mingguan (PKM) wajib dilaksanakan dalam satu kali seminggu sebagai kegiatan untuk membayar angsuran mingguan dan pembinaan usaha.

4. Visi dan Misi PNM Mekaar Syariah

a. Visi

Menjadi lembaga pembiayaan terkemuka dalam meningkatkan nilai tambah secara berkelanjutan bagi usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi (UMKMK) yang berlandaskan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) atau tata kelola perusahaan yang baik.

b. Misi

1. Menjalankan berbagai upaya, terkait dengan operasional perusahaan, untuk meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha para pelaku bisnis.
2. Membantu pelaku usahawan untuk mendapatkan dan kemudian meningkatkan akses pembiayaan kepada lembaga keuangan baik bank maupun non-bank yang pada akhirnya akan meningkatkan kontribusi mereka dalam perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat
3. Meningkatkan kreatifitas dan produktivitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam usaha pengembangan sektor bisnis.²⁰

5. Tujuan (PNM) Mekaar Syariah

Unsur utama dan pertama pemberdayaan permodalan nasional madani (PNM) mekaar syariah adalah berawal dari kesadaran anggota, bahwa mereka bergabung dalam wadah PNM mekaar syariah, pada dasar motifnya bukanlah mencari keuntungan, melainkan untuk menggalang potensi guna secara mandiri mampu memecahkan ekonomi bersama yang mereka hadapi. Dengan demikian PNM mekaar syariah mengajarkan anggotanya bercita-cita tinggi berdasar realitas, yaitu bahwa untuk mencapai cita-cita tentang kesejahteraan bersama perlu disusun tenaga dan dikerahkan untuk melaksanakannya (Hatta, 1987). Idealisme tumbuh karena kesadaran cita-cita kesejahteraan bersama bukan dicapai dengan seketika seperti air hujan jatuh dari langit, melainkan melalui proses perjuangan yang memakan

²⁰ Hasil wawancara dengan petugas PNM Mekaar Syariah, tanggal 5 September, 2022.

waktu dan menuntut kesediaan berkorban dari para anggotanya. Idealisme sangat penting untuk membuat posisi anggota bukan sebagai beban PNM Mekaar Syariah, melainkan justru menjadi kekuatan utama PNM Mekaar Syariah. Tentunya para anggota harus memahami tentang beberapa jawaban atas pertanyaan-pertanyaan, yaitu tentang tujuan, ciri-ciri barang atau kebutuhan pada usaha yang di kembangkan, manfaat modal dari PNM Mekaar Syariah, dan apa keperluan untuk pinjaman modal usaha dari PNM Mekaar Syariah²¹.

6. Tujuan Pembiayaan Modal Usaha

Pembiayaan itu juga diartikan pemberi pinjaman modal sebagaimana pembiayaan modal usaha adalah dana yang berasal dari pemerintah, dunia usaha juga lembaga keuangan bukan bank tapi lembaga lain yang bertujuan untuk memperkuat permodalan usaha kecil membantu perekonomian masyarakat miskin dan juga masyarakat menengah yang juga ingin membangun usaha kecil namun, lembaga ini ialah perusahaan PNM Mekaar Syariah yang memiliki visi dan misi untuk membantu usahawan dan usahawan muda dalam mencari kebutuhan keluarga dengan melewati usaha yang dibangun biarpun usaha itu kecil namun adanya modal usaha dari lembaga tersebut tentunya sangat bermanfaat untuk masyarakat yang membutuhkan apalagi masyarakat Ie Masen sesuai tempat penelitian yang diangkat oleh penulis yang ingin memaparkan tentang mereka yang berjuang untuk menyejahterakan keluarga. PNM Mekaar Syariah bertujuan membimbingi usaha masyarakat biarpun masyarakat harus membayar kembali

²¹ Dr. Salim Al Idrus, MM, “*Kinerja Manajemen dan Bisnis Koperasi (Peluang dan Tantangan Manajemen Koperasi)* (UIN Malang, Februari 2008), hal. 74-76.

angsuran tiap minggu sesuai perjanjian yang disetujui sebelumnya. Maka dari itu masyarakat juga harus pertimbangkan untuk berkeputusan dalam bergabung untuk menjadi nasabah PNM Mekaar Syariah karena lembaga ini bukan hanya memberi pinjaman modal usaha namun setiap tahun juga akan ada dana modal usaha libur dinamakan dana bantuan pemerintah untuk setiap nasabah dan mereka akan bekerja sama dengan bank untuk pencairan dana tersebut. Karena adanya program itu masyarakat akan lebih termotivasi untuk membangun usaha dan mengubah dunia kemiskinan.

7. Unsur-Unsur Pembiayaan

Pembiayaan modal usaha awalnya karena ada kepercayaan untuk menjadi nasabah dan juga memenuhi persyaratan yang telah dibuat. Maka dari itu unsur-unsur tersebut adalah sebagaimana adanya pemberi modal usaha dan penerima modal usaha, kepercayaan dari sipemberi kepada penerima modal usaha peminjam juga akan mengembalikan pinjaman yang diterima bahasa lainnya sipeminjam akan membayar kembali angsuran sesuai persyaratan yang dibuat dan jumlah yang akan disetorkan. Kemudian kesepakatan, jangka waktu dan resiko adalah salah satu persyaratan yang akan ditanggung bila tidak memenuhi persyaratan seperti telat membayar angsuran, menunggak setoran bahkan tidak hadir ketika pembayaran.

E. Teori yang Digunakan

Teori AIDDA adalah suatu pendekatan dalam komunikasi persuasif, untuk membangkitkan perhatian komunikan yang pertama harus dilakukan. Menurut Willbur Schramm mengatakan bahwa ada tiga faktor efektivitas komunikasi yakni

proses langkah-langkah persuasif yang diawali dari upaya membangkitkan perhatian (*Attention*) hingga selanjutnya mempengaruhi individu atau kelompok untuk bertindak (*Action*) seperti yang diharapkan komunikator. Menurut Ian Harvey dalam suatu kegiatan persuasif seorang komunikator harus membiarkan diri untuk berbicara dengan menggunakan kata yang mudah dipahami oleh banyak orang dan juga dalam mengadakan persuasif seseorang harus mengemukakan empat kewajiban yaitu: pertama, masalah harus dijelaskan sejelas-jelasnya; kedua, persuasif yang digunakan hendaknya intelektual; ketiga, bahasa yang digunakan hendaknya sesederhana mungkin sehingga bisa dipahami dengan mudah; keempat, pernyataan hendaknya disusun secara jelas dan diulang berkali-kali.²²

Mengapa pikiran seseorang perlu dipindahkan ke pikiran orang lain? Mungkin orang ingin berbagi rasa karena manusia adalah makhluk sosial. Ia akan merasa terdukung, bila perasaannya dibagikan kepada orang lain, khususnya ketika ia mengalami kesusahan. Orang juga ingin berbagi ketika mengalami kegembiraan, karena dengan membagi kegembiraan ia merasa menjadi lebih bahagia. Untuk membagikan semua itu, manusia seringkali menggunakan jasa komunikasi. Karena tujuan lain dari komunikasi adalah untuk mempengaruhi orang lain, agar setelah pikirannya memasuki pikiran orang lain dan menjadi pikiran orang tersebut, orang itu akan terpengaruh olehnya. Seperti yang terjadi dikalangan masyarakat saat ini, ada pemodal yang memengaruhi masyarakat atau membuat perilaku masyarakat berubah sesuai keinginan dengan menggunakan komunikasi tersebut proses

²² Rezhi Ade Indra Pratama, Sugandi, “Strategi Komunikasi Persuasif Model Aidda Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Samarinda Melalui Media Sosial, E-Jurnal Ilmu Komunikasi” Vol 10, No. 3, 2022, hal. 4-5.

persuasi. Mempengaruhi masyarakat disebut proses pada *influence* yang dibatasi dengan hanya menggunakan komunikasi baik verbal, maupun nonverbal.²³

Ahli komunikasi mengemukakan pendekatan (*approach*) terhadap kegiatan komunikasi persuasif, yang disebut “A-A *Prosedure*” atau “*From Attention To Action Prosedure*”. A-A *Prosedure* ini adalah proses penahapan komunikasi persuasif yang dimulai dari usaha membangkitkan perhatian (*Attention*) untuk kemudian berusaha menggerakkan seseorang atau orang banyak agar melakukan kegiatan (*Action*) seperti yang diharapkan. Teori AIDDA merupakan kesatuan dari tahapan-tahapan komunikasi persuasif, yaitu:²⁴

1. Perhatian (*Attention*)

Komunikasi antara komunikator dan komunikan membutuhkan perhatian antara keduanya maka dalam penelitian ini akan diuji dengan dimensi *Attention* yaitu bagaimana dan sejauh mana usahawan muda didalam perhatian yang diberikan oleh PNM Mekaar Syariah melalui *personal selling* di gampong Ie Masen

2. Minat (*Interst*)

Dalam kamus bahasa indonesia *Interst* adalah kecenderungan hati. Penelitian menjadikan minat sebagai indicato pengujian bagaimana persepsi usahawan muda memberikan minat atau ketertarikan usahawan muda terhadap PNM Mekaar Syariah dalam mengambil modal usaha

²³ Drs. Enjang As., M.Si., M.Ag., *Komunikasi Konseling Dari Wawancara, Seni Mendengar, Sampai Soal Kepribadian*, (Bandung: PT.Nuansa: 2009), hal. 99-100.

²⁴ Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada: 2019), hal. 198-199.

3. Keinginan (*Desire*)

Desire adalah keinginan, harapan yang kuat setelah PNM melakukan ajakan pengambilan modal melalui cara *personal selling* kepada usahawan muda maka peneliti akan melihat bagaimana harapan yang diperoleh dari PNM akan ajakan yang dilakukan mempengaruhi usahawan muda

4. Keputusan (*decision*)

Segala keputusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan); ketetapan; sikap terakhir; (langkah yang harus dijalankan); kesimpulan; (tentang pendapat); hasil pemeriksaan (tentang ujian). (KBBI, 2009: 398). Penelitian ini ingin melihat bagaimana banyaknya keputusan yang diambil oleh usahawan muda atas ajakan yang dilakukan oleh PNM Mekaar Syariah sebagai mengajak, mempengaruhi melalui cara *personal selling*.

5. Tindakan (*Action*)

Tindakan yaitu suatu aturan yang dilakukan; membuat aturan-aturan, barang apa yang dilakukan (KBBI, 2009: 572) peneliti ini akan meneliti seperti apa tindakan yang dilakukan oleh usahawan muda sebagai responden setelah dilakukan pengajakan melalui cara *personal selling*.²⁵

Personal selling merupakan komunikasi langsung antara pemodal dengan usahawan muda memperkenalkan modal usaha kepada beberapa usahawan muda atau nasabah dan membentuk pemahaman tentang pemodal sehingga mereka

²⁵ Ayu Indah Puspita, Diah Sri Rejeki S.Sos. M.Ikom, "Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi Melalui Cara Personal Selling Di Perpustakaan SMA Taruna Nusantara Magelang, Jurnal Ilmu Perpustakaan" Vol 2, No. 2, 2013, hal. 1-6.

tertarik dan mencoba menjadi nasabah PNM Mekar Syariah. Seperti yang telah kita ketahui bersama dalam komunikasi perlu cara-cara tersendiri agar komunikasi dapat menjadi efektif dipahami satu sama lain. Salah satunya yaitu dengan konsep AIDDA. Teori AIDDA tersebut .4-.4 *procedur* atau *from attention to action procedure* yang dikemukakan oleh wilbur schramm (Effendy, 2003: 304). Teori AIDDA dalam komunikasi adalah, peran komunikator sebagai penyampaian pesan berperan penting. Komunikasi yang dilakukan harus luas sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi.

Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu lebih lagi jika komunikasi diangungkan melalui secara langsung maupun media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen komunikan, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai. AIDDA merupakan akronim dari *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (keinginan), *decesion* (keputusan) dan *action* (keputusan) AIDDA digunakan agar terjadi efektivitas penyampaian pesan dengan cara menarik perhatian komunikator. Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya atau pihak komunikan merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga dengan demikian komunikan bersedia untuk taat pada pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator.

Sikap komunikator yang berusaha menyamakan diri dengan komunikan ini akan menimbulkan simpati komunikan pada komunikator. Proses pentahapan

komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi setidaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) sebagai awalnya sukses komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menimbulkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator (Effendy, 2000: 305). Inti dari model AIDDA adalah rangkaian proses menyusun penyampaian pesan yang mampu membangkitkan, menggugah rasa tertarik nasabah atau usahawan muda sehingga timbul keinginan untuk meminjam modal usaha hingga tindakan meminjam modal usaha. Faktor pengaruh ketertarikan nasabah terhadap PNM Mekaar syariah.²⁶

Teori komunikasi Matematis dari Shannon dan Weaver (1949; Weaver, 1949) sangat diterima secara luas sebagai salah satu dasar berkembangnya ilmu komunikasi. Teori ini adalah contoh yang jelas dari mazhab proses, yang memandang komunikasi sebagai transmisi pesan. Pemikiran mereka berkembang selama perang dunia II di dalam *Bell Telephone laboratories* di Amerika Serikat dan fokus utama mereka adalah bagaimana saluran-saluran komunikasi dapat digunakan seefisien mungkin, bagi mereka saluran utama adalah kabel telepon dan gelombang radio. Mereka memproduksi sebuah teori yang memungkinkan mereka untuk mendekati permasalahan terkait bagaimana mengirimkan informasi dengan

²⁶ Angga Adriano Mongkau, Desie M.D. Warouw, Elfie Mingkid, “*Strategi Komunikasi Sales Dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota Manado)*” Vol. VI, No. 2, 2017. hal 3.

jumlah yang maksimal pada saluran yang ada, dan bagaimana mengukur kapasitas sebuah saluran untuk membawa informasi. Konsentrasi pada saluran untuk membawa informasi. Konsentrasi pada saluran dan kapasitasnya sesuai bagi para akademisi, namun mereka juga mengaku bahwa teori mereka dapat diterapkan secara luas pada keseluruhan pertanyaan terkait komunikasi manusia.²⁷

Teori selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan teori terjadi ketika orang menemukan hal baru atau mendapatkan perspektif baru. Teori dapat menentukan pola-pola dari peristiwa sehingga kita dapat mengetahui apa yang diharapkan akan terjadi. Teori membantu kita memutuskan apa yang penting dan apa yang tidak. Teori juga dapat membantu kita untuk memperkirakan apa yang akan terjadi selanjutnya.²⁸

PNM melakukan komunikasi yang melibatkan pihak perusahaan dan masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa AIDDA adalah teori yang sesuai untuk melihat tahapan yang terkait pada usahawan muda. Menurut Effendy dalam bukunya ilmu teori dan praktek, AIDDA adalah akronim dari kata-kata *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (hasrat/keinginan), *decision* (keputusan), *action* (tindakan). Adapun keterangan dari elemen-elemen dari model AIDDA yaitu: perhatian kepada seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu, minat adalah perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang sesuatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen, keinginan yaitu kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian, keputusan yaitu suatu keinginan untuk

²⁷ Jhon Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, Cetakan Ke-1: 2001), hal. 9.

²⁸ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta: PT. Kencana: 2013), hal. 2.

merelisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu, tindakan yaitu yang diambil untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut (Effendy 2003).

Formula AIDDA dirumuskan untuk memudahkan untuk mengarahkan suatu tujuan komunikasi yang dilakukan. Konsep AIDDA menjelaskan suatu proses psikologi yang terjadi pada diri khalayak (komunikan) dalam menerima pesan komunikasi. Dalam hal ini, sebuah pesan komunikasi harus dapat menimbulkan daya tarik tersendiri sehingga dapat memancing perhatian komunikasinya. Dalam membangkitkan perhatian komunikasinya. Dalam membangkitkan perhatian yang berperan penting adalah komunikatornya. Maka komunikator harus mampu menimbulkan suatu daya tarik pada dirinya yang selanjutnya dapat memancing perhatian komunikan terhadap pesan komunikasi yang disampaikan. Teori AIDDA (*attention, interest, desire, decasion, action*) adalah suatu model hirakireseponyang cukup popuer bagi pemasar sebagai pendoman halaman melaksanakan kegiatan pemasaran. Teori ini, sebagai alat promosi harus menarik perhatian, mendapatkan dan mendorong minat, keinginan, keputusan, serta menghasilkan tindakan. Cara mendapatkan perhatian dari komunikan melalui komunikasi sehingga ada yang minat kemudian timbul rasa keinginan/hasrat namun jika ada yang hasrat saja bagi komunikan, bagi komunikator tidak ada apa-apanya maka dari itu harus dilanjutkan dengan adanya keputusan yaitu untuk keputusan untuk melakukan tindakan sebagaimana yang diharapkan komunikator (Effendy, 2003-305).

Tumbuh minat dalam diri seseorang tidak bisa terjadi begitu saja tanpa adanya rangsangan yang menumbuhkan minat tersebut. Kebutuhan seseorang akan

sesuatu juga dapat menimbulkan seseorang untuk bergerak dan memenuhi kepuasan tersebut, karena dengan adanya daya tarik, rangsangan dalam menimbulkan minat. Sama halnya dengan penggunaan suatu media massa, yang dimana khalayak dapat memilih apa-apa saja yang dapat memenuhi minatnya. Untuk itu nilai ketertarikan terhadap minat setiap khalayak dapat diukur dengan perhartian ketika media massa memberikan fungsinya, sehingga bisa dikaitkan bahwa khalayak akan memilih media atau program yang diinginkan yang dapat memunculkan minat dari daya tarik usahawan muda atau program tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori AIDDA sebagai landasan berpikir karena seseorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapatan dan tingkah laku komunikai melalui daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya atau pihak komunikan merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga dengan demikian komunikan bersedia untuk mengikuti pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator. Ini sama dengan masalah dari penelitian ini yaitu dimana uahawan muda yang dapat merangsang untuk menumbuhkan minat tersebut.

Hubungan antara PNM dan nasabah menurut Tjiptono (2001) dalam Algamar (2017:5) modal usaha dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membangun usaha nasabah, modal juga dipergunakan untuk kepentingan yang menyangkut berbisnis, dengan banyaknya modal usaha namun bisa mengelola usaha yang baru sesuai keinginan. Maka dari itu teori ini sudah menjelaskan dengan beberapa elemen-elemen yang menyangkut dengan komunikasi persuasif dan teori AIDDA yang

menjelaskan bagaimana sikap PNM ketika berhadapan membujuk atau berbicara mempengaruhi usahawan muda untuk menjadi nasabah PNM yang akan menerima modal usaha dan mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh PNM semasa pengambilan moda usaha tidak berhenti. Teori ini sangat cocok untuk penelitian ini karena dalam berkomunikasi butuh strategi yang kuat dalam komunikasi agar komunikan atau pendengar tertarik dan terpengaruh oleh komunikator sebagai PNM.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Waktu adalah di mana penelitian menempatkan jadwal ketika wawancara antara PNM Mekaar Syariah dengan para anggota kelompok atau nasabah yang terdiri dari 10 usahawan dalam satu kelompok. Begitu juga dengan tempat penelitian yaitu penetapan lokasi penelitian merupakan bagian sangat penting dalam penelitian, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Penelitian dilakukan di Gampong Ie Masen Ulee Kareng dan waktu penelitian dilakukan ketika pengajuan dan penyaluran dana modal usaha PNM Mekaar Syariah, kemudian pada waktu pertemuan satu kali dalam seminggu sebagai kegiatan untuk membayar angsuran mingguan dan pembinaan usaha hingga penutupan yaitu, penutupan membayar angsuran sesuai pembatasan yang ditentukan atau tidak melanjutkan pengambilan modal usaha lagi artinya tidak termasuk sebagai nasabah.

Desain penelitian adalah tentang pendekatan (metode) apa yang digunakan dalam menjawab masalah yang diajukan dan bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan fenomena maka disebut penelitian deskriptif. (Moleong, 2017) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dan juga pada pengumpulan data yang berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Semua yang dikumpulkan yang

memungkinkan sebagai sumber atau kunci peneliti terhadap apa yang diteliti. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dari Basrowi, bahwa menurut Basrowi pendekatan penelitian yang dilakukan secara paradigma, strategi, implementasi model dalam kualitatif berusaha mengungkapkan berbagai hal menarik dalam kelompok, individu, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.²⁹

Dalam penelitian ini mencoba mempelajari beberapa masalah yang mengenai usahawan pada pengambilan pinjaman modal usaha PNM mekaar syariah namun tidak dipergunakan untuk membangun usaha melainkan kepentingan lain.

B. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ialah sasaran dari penelitian yang tidak bergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian.³⁰

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah tentang komunikasi dan faktor pengaruh ketertarikan usahawan terhadap Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah di Gampong Ie Masen serta ada kendala antara usahawan muda atau nasabah dengan PNM Mekaar Syariah dalam menggunakan usaha tersebut.

²⁹ Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta: 2008), hlm. 20-21.

³⁰ Burhan Bugin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)* (Jakarta: Kencana Prenada Media: 2011), hal. 78.

Subjek penelitian adalah sampel yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja dan menjadi informan yang akan menunjukkan informasi yang dipentingkan selama penelitian.³¹

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah satu kelompok di Gampong Ie Masen terdiri dari 10 usahawan Pemilihan subjek dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja.

C. Informan Penelitian

informan adalah subjek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian. informan pada penelitian kualitatif sepenuhnya ditentukan oleh peneliti dengan *purposeful sampling*, yaitu memilih kasus yang informatif berdasarkan strategi dan tujuan yang telah ditetapkan peneliti, informan juga sebagai orang yang mampu menguasai dan memahami data, informasi ataupun fakta dari objek penelitian. Sehingga dalam penelitian ini penulis memilih beberapa subjek sesuai tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta: 2012), hal. 171.

Informan	Jumlah In-forman	Kriteria informan
Usaha kue kering dan basah	2 Usahawan	Membuat usaha kue kering dan basah sudah selama empat tahun, kue dipasarkan ke tempat-tempat terdekat bahkan menerima pesanan di rumah. Menerima pinjaman modal usaha
Usaha kue kering dan basah	2 Usahawan	Menerima pinjaman modal usaha dari PNM namun menggunakan modal tersebut untuk membayar uang sekolah anak dan biaya lainnya untuk kebutuhan keluarga juga ketika penyetoran angsuran selalu meminjam kepada ketua kelompok untuk melunasi tiap mingguan. Memiliki usaha sudah sejak enam tahun membuat kue
Usaha kue kering dan basah	2 Usahawan	Mengambil pinjaman modal usaha PNM untuk melunasi kreditan, untuk membayar kembali angsuran menyalakan uang belanja dari suami untuk menyetor kembali angsuran. Dan membangun usaha sudah hampir satu tahun.
Usaha warung kelontong	1 Usahawan	Usahawan ini mengajukan pinjaman untuk membangun usaha kelontong seperti menjual beras, minyak goreng, tepung, gula dan sayuran-sayuran. namun usahawan ini menyerahkan datanya yaitu berupa KTP, KK atas nama dirinya sendiri dan modal usaha tersebut digunakan oleh suaminya untuk usaha kelontong karena program modal usaha PNM ini dikhususkan untuk wanita. Usaha kelontong sudah masuk selama lima tahun namun modal tidak menentu pada pendapatan.
Usaha kue kering/cemilan	1 Usahawan Muda	Pada awal peminjaman modal usaha digunakan untuk membuat usaha cemilan seperti keripik pisang, kacang tojin dan lainnya usaha cemilan ini di pasarkan dan ke berbagai tempat lainnya, namun ketika BBM melonjak msemakin mahal dan usaha cemilan mulai menurun berkembang lagi dan susah mendapatkan hasil juga terhambat membayar angsuran maka berhenti melanjutkan usaha namun modal usaha dari PNM tetap berjalan sampai masuk ke peminjaman tahap kedua untuk membayar angsuran usahawan ini mencari pekerjaan lain di Ulee Kareng toko yang menjual serba murah dan mendapatkan upah untuk membayar angsuran ke PNM. Usaha yang dijalankan hanya bertahan satu tahun saja selama pengambilan modal usaha.
Usaha kue basah	1 Usahawan	Ushawan ini meminjam modal usaha dari PNM namun tidak sanggup membayar kembali uang angsuran

		terkadang tidak cukup uang maka setiap anggota harus bersedia menanggung renteng, usahawan ini meminjam modal usaha tentunya memang memiliki usaha membuat kue tapi modal itu digunakan untuk melunasi hutang juga biaya kebutuhan hidup keluarga. Usaha yang dilakukan sudah masuk tujuh tahun.
Usaha kue kering dan basah	1 Usahawan	Modal usaha yang diambil awalnya untuk kebutuhan usaha yang dijalankan sebagaimana perihal ini dikatakan ketika pengajuan modal usaha tentunya menyerahkan data diri dengan lengkap, namun modal itu setelah didapatkan tidak digunakan untuk usaha tentunya perihal diluar usaha
Jumlah	10 usahawan	

Sumber: Data Ini Diolah Peneliti, 2023

D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Gampong Ie Masen Ulee Kareng, Kec. Ulee Kareng, Kota Banda Aceh.

E. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang didapatkan dari hasil studi lapangan dan beberapa kajian perpustakaan.

1. Data Primer

Data primer, data langsung yang diperoleh dari data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.³² Adapun data primer digunakan dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dengan informan kunci, dokumentasi dan hasil observasi lapangan.

³² Burhan, Bugin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)* (Bandung: PT Rineka Cipta: 2008.), hal. 132.

2. Data Sekunder

Data sekunder dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Adapun sumber sekunder terdiri dari berbagai bacaan seperti skripsi, jurnal ilmiah, majalah, artikel, dan situs internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data yang relevan dan lengkap pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi yaitu peneliti belajar dan mengamati tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.³³

Observasi juga merupakan kegiatan mengamati langsung dan melakukan pencatatan atas suatu objek yang diteliti. Dalam hal ini penulis melakukan observasi secara langsung terhadap objek yang diteliti, seperti ketika usahawan menghadiri pertemuan yang diadakan, ketika membayar angsuran sesuai kewajiban, dan ketika ada nasabah lain ingin mengajukan pinjaman untuk modal usaha.

2. Wawancara

Sebelum melakukan wawancara, maka terlebih dahulu penulis harus mengetahui permasalahan yang ingin diteliti dan terlibat langsung, maka penulis akan melakukan wawancara. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab atau

³³ Basuki Sukidi, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Perspektif Makro* (Surabaya: PT. Insane Cendikia: 2002), hal. 226.

percakapan antara dua orang atau lebih dan langsung antara narasumber dan pewawancara secara lisan untuk memperoleh informasi, ada dinyatakan dalam tulisan, atau direkam secara audio, visual, atau audio visual. Wawancara juga merupakan kegiatan utama dalam kajian pengamatan.

Teknik pengumpulan data melalui wawancara dapat dilakukan dengan dua bentuk, yaitu:

a) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur yaitu wawancara dalam pengumpulan data bila peneliti mengetahui dengan pasti dengan informasi yang akan diperoleh. Maka untuk melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrument peneliti berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

b) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dalam pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.³⁴

Berhubung dengan wawancara yang peneliti lakukan dalam skripsi ini, memilih bentuk wawancara yang kedua, yaitu wawancara tidak terstruktur. Peneliti beranggapan bahwa dalam bentuk wawancara yang kedua ini mudah untuk dilakukan prosesnya dan berjalan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, dilakukan beberapa wawancara kepada responden, wawancara bebas dan tidak berstruktur,

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: PT. Alfabeta: 2017), hal. 138-140.

artinya proses wawancara dilakukan sebagaimana percakapan antara dua orang yang saling bertukar pendapat, bejalan secara alami dan tidak kaku.

3. Data Dokumentasi

Peneliti juga menggunakan data dokumentasi yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Dokumentasi adalah suatu metode ilmiah dalam mengumpulkan data dengan cara mengumpulkan data baik itu data primer maupun data sekunder. Sumber utama metode adalah dari objek penelitian.³⁵

Dokumentasi tersebut berupa foto, rekaman, catatan maupun data-data yang berhubungan dengan objek penelitian. Setelah wawancara, pengamatan dan dokumentasi peneliti membuat penyusunan berdasarkan hasil wawancara atau dari pengamatan dan selanjutnya berdasarkan prinsip dan fungsi sampai peneliti mampu menganalisis dan menafsirkan data sebagaimana apa adanya.

G. Teknik Analisis Data

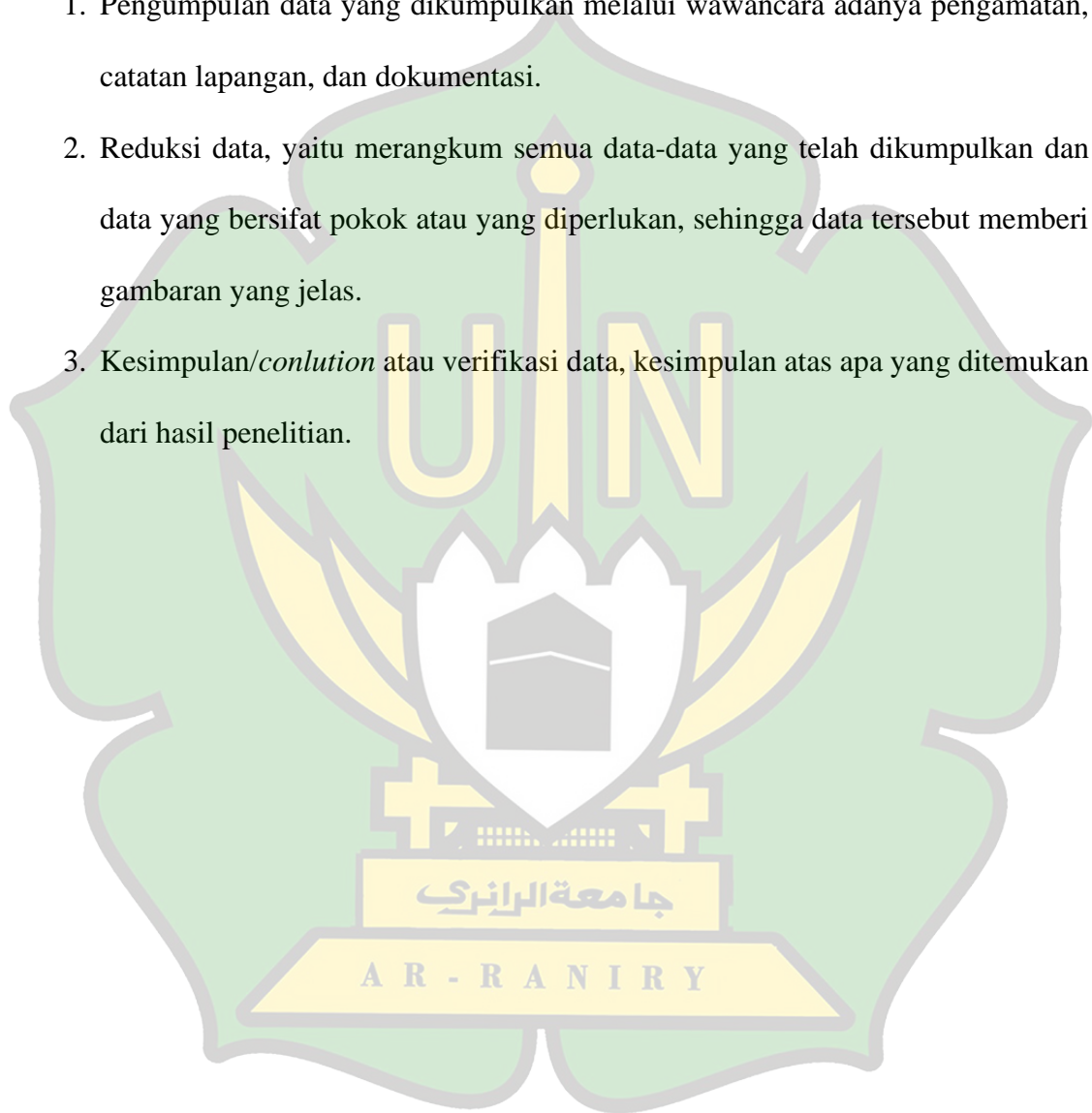
Analisis data merupakan bahan-bahan yang ditemukan di lapangan, metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan model analisis interaktif.

Data dikumpulkan dan disusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori.

³⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research, Jilid I Dan II* (Yogyakarta: PT. Nuansa,:2002), hal. 33.

Mengikuti pendapat sugiyono analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga langkah, yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan kesimpulan atau verifikasi.

1. Pengumpulan data yang dikumpulkan melalui wawancara adanya pengamatan, catatan lapangan, dan dokumentasi.
2. Reduksi data, yaitu merangkum semua data-data yang telah dikumpulkan dan data yang bersifat pokok atau yang diperlukan, sehingga data tersebut memberi gambaran yang jelas.
3. Kesimpulan/*conlution* atau verifikasi data, kesimpulan atas apa yang ditemukan dari hasil penelitian.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lokasi Penelitian

Sejarah Singkat Gampong Ie Masen artinya air asin, karena berada di sebelah utara Gampong terdapat sungai Krueng Lamyong. Gampong Ie Masen Ulee Kareng termasuk dalam kemukiman Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar kemudian Gampong Ie Masen tergabung dalam Syiah Kuala Kota Madya Banda Aceh, namun Syiah Kuala dimekarkan atau dipisahkan menjadi Syiah Kuala dan Ulee Kareng sehingga kini Gampong Ie Masen Ulee Kareng masuk lagi kedalam kemukiman Simpang Tujuh Kecamatan Ulee Kareng.³⁶

Dari sekian banyak penduduk warga Gampong Ie Masen tentunya ada sebagian warga yang tergolong pada garis ekonomi kebawah dan ada juga yang menengah, namun pada warga yang garis ekonomi keatas berasal banyak dari golongan penduduk luar daerah yang pindah ke Gampong Ie Masen dengan alasan tertentu seperti adanya pindahan pekerjaan di kota Banda Aceh.

Gampong Ie Masen tidak keberatan dengan adanya program pemodal yang akan membantu memberi modal usaha. Selain memberikan modal usaha pemodal berperan sebagai wadah ekonomi dan sosial, yaitu aktivitas pemodal tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi tetapi juga sebagai bentuk kepedulian sosial dengan ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat Ie Masen. Dengan adanya program ini membuat warga Gampong mudah untuk menjalankan

³⁶ Sejarah Singkat Gampong Ie Masen Ulee Kareng <https://iemasenuleekareng.Gampong.Id/Halaman/Sejarah-Gampong> (Diakses Pada Tanggal 4 April 2023).

usaha apalagi untuk biaya modal pembelian barang saja sudah sangat mahal hal ini membuat warga sangat kecewa dan kesusahan dengan kondisi seperti itu warga berminat dan tertarik dengan setiap pemodaln usaha.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usahawan Terhadap PNM Mekaar Syariah Ie Masen

Berikut ini adalah hasil penelitian dari “Komunikasi Persuasif dan Faktor Pengaruh Ketertarikan Usahawan Terhadap Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah Ie Masen”. Komunikasi mampu membuat jaringan semakin luas apalagi dalam komunikasi persuasif terdapat faktor pengaruh daya ketertarikan manusia terhadap apa yang ingin dimiliki.

Komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai suatu proses mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain secara verbal maupun nonverbal. Proses tersebut menunjukkan suatu perubahan sikap atau perlakuan secara terus-menerus. Secara mendalam komunikasi persuasif banyak dikemukakan oleh para tokoh komunikasi yang dikutip oleh Dedy Malik dalam kata pengantar bukunya “*Komunikasi Persuasif*” ialah, *Ronald L. Applbaum* dan *Karl W. E. Anatol* mengartikan persuasif adalah komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respons tertentu dari individu atau kelompok lain. Sedangkan *Bettinghous*, mengartikan persuasif adalah komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai atau sikap mereka. Komunikasi persuasif sudah mencakup dalam upaya PNM

Mekaar Syariah yang dengan sadar telah mengubah tingkah laku usahawan atau sekelompok usahawan lain melalui penyampaian beberapa pesan. Persuasi ini erat hubungannya dengan pengontrolan tingkah laku. Dengan kata lain, mengubah tingkah laku seseorang dengan cara memberi penjelasan-penjelasan yang memungkinkan orang lain (sebagai komunikan) dapat mengikuti PNM Mekaar Syariah dengan sadar tanpa paksaan.³⁷ Begitulah faktor pengaruh ketertarikan dalam komunikasi persuasif dimana usahawan terpengaruh dan tertarik terhadap PNM Mekaar Syariah.

Fakta lain terjadi pada pemodal usaha yang mengetahui beberapa dari anggota usahawan membuat rekayasa untuk mendapatkan modal usaha, dalam hal mengatakan memiliki usaha atau sedang membangun usaha, ada juga mengambil seluruh data tetangga atau saudaranya yang menjalankan usaha apa saja masih pada mikro menengah dikategorikan kurang mampu atau miskin, pemodal ini tidak memperdulikan data yang diserahkan oleh usahawan danya benar apa salah asalkan jelas kartu tanda penduduk dan terdaftar dalam kartu keluarga, cukup umur untuk mengambil modal usaha tersebut dan tepat waktu membayar kembali angsuran tiap mingguan atau bulanan. Selain PNM Mekaar Syariah juga ada pemodal koperasi yang sudah terdengar tidak asing karena PNM adalah pemodal baru yang dikhususkan untuk kaum perempuan maupun petugas yang bekerja atau anggota nasabah pengambil modal usaha tersebut.

³⁷ Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunikasi* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada: 2019), hal. 186-188.

Ada beberapa faktor pengaruh umum pada ketertarikan usahawan terhadap PNM Mekaar Syariah adalah faktor ekonomi, lingkungan, untuk pembiayaan hidup sehari-hari dan kebutuhan dalam pembiayaan pendidikan. Hal ini bisa termasuk pada penyebab kemiskinan, menjelaskan pemicu terjadinya kemiskinan di lingkungan masyarakat Gampong Ie Masen Ulee Kareng yaitu mahal nya biaya pendidikan, serta kurang lapangan kerja, meningkatnya harga barang yang mereka produksi, terkucilkan atau kurangnya keahlian, akses transportasi yang sulit namun ini juga dilihat pada sikap yang pasrah terhadap kehidupan dan kurang motivasi untuk bekerja keras.

Fungsi dan tujuan pemodal an PNM Mekaar Syariah adanya pinjaman modal usaha ini adalah untuk membantu masyarakat agar bisa memperbaiki perekonomian yang sulit dan bertujuan agar masyarakat tidak tergolong menjadi masyarakat miskin karena faktor ekonomi. PNM ini terbentuk setelah adanya Koperasi dan PNM ini dikhususkan untuk perempuan. Awalnya PNM ini ingin membantu mensejahterakan keluarga dan membantu masyarakat melakukan usaha atau yang tengah membantu usaha apalagi yang dikalangan orang miskin di Indonesia. Apabila atasan dan pemimpin PT. PNM tau bahwa ada beberapa masyarakat tidak menggunaka seperti yang ditunjukan oleh petugas PNM maka pinjaman modal usaha tidak diberlakukan lagi karena tidak sesuai dengan fungsi dan tujuan PNM Mekaar Syariah.

2. Kegunaan Modal Usaha Bagi Usahawan

Modal usaha sangat penting dan bagus adanya program ini namun banyak usahawan awal mulanya yakin dan konsisten ingin membangun usaha namun tidak dipergunakan sesuai apa yang dikonsistenkan. Modal usaha ini tidak membebakan para nasabah atau masyarakat di Indonesia khususnya di Ie Masen lokasi yang sudah diteliti oleh penulis karena untuk pembayaran angsuran tidak berat dan petugas PNM hanya mengutamakan angsuran saja dibayar tepat waktu.

3. Syarat Mengajukan Pinjaman Modal Usaha

Syarat mengajukan pinjaman Modal PNM yaitu: Berusia 18 sampai dengan 63 tahun, mempunyai usaha yang masih berjalan atau akan membangun usaha, memiliki KTP, daftar barang usaha yang diperlukan, membuat kelompok minimal 10 orang dengan satu ketua kelompok, fotokopi identitas diri, mau melakukan setoran rutin untuk membayar angsuran.

Keunggulan pinjaman modal PNM Mekaar Syariah juga membantu memberikan modal usaha biarpun ada beberapa usahawan tidak mempergunakan untuk usaha, pada pembiayaan untuk masyarakat tidak harus akses ke bank yaitu petugas PNM yang melakukan transaksi dengan bank dan usahawan hanya menerima langsung uang modal sesuai jumlah yang diperlukan. Keunggulan pinjaman juga adanya penagihan dengan sistem tanggung renteng bila nasabah tidak mampu menyeter angsuran dan juga syarat-syarat untuk pengajuan sangat mudah dan bisa diakses oleh masyarakat usaha mikro.

4. Hambatan Pinjaman Modal Usaha

Pada hambatan pada usahawan yaitu terkadang tidak mampu membayar angsuran tepat waktu karena pinjaman modal dari PNM tidak dikelola membangun usaha justru tidak ada pemasukan atau penambahan keuntungan untuk menyeter angsuran, usahawan mempergunakan uang belanjaan keluarga sebagai ganti untuk membayar angsuran dengan cara menyisihkan sebageaian setiap harinya. Hambatan pinjaman modal PNM Mekaar Syariah ialah harus membentuk kelompok agar bisa mengajukan pinjaman di PNM, pembayaran angsuran atau cicilan lewat pertemuan secara tunai dan punya resiko yang tinggi.

Dalam hasil penelitian berkaitannya dengan tiga aspek tersebut, ada beberapa indikator dari akibat atau hasil komunikasi yang mencakup model AIDA (*Attention, Interest, Desire Dan Action*). Model AIDA memberikan gambaran bahwa komunikasi yang terjadi pada usahawan setelah ia menerima pesan akan terkait teori dengan empat hal yang akan terjadi, yaitu: *attention* (perhatian) dalam kognitif kemudian meningkat ke tingkat afektif, yaitu *interest* dan *desire* (minat dan keinginan), selanjutnya meningkat ke *action*, yaitu tindakan, diasumsikan bahwa tindakan yang diambil pada dasarnya didorong oleh adanya perhatian, minat, dan keinginan.³⁸

Seperti usahawan sedang membangun usaha namun tidak memiliki banyak modal usaha, tentunya usahawan mengetahui di Gampong Ie Masen ada beberapa pemodal usaha yang memberi pinjaman modal namun setiap pemodal usaha tentunya juga berbeda peraturan atau punya persyaratan yang beda, diantaranya

³⁸ Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada: 2019), hal. 65-66.

yaitu pemodal usaha koperasi dimana dalam pembayaran angsuran dilakukan dalam sebulan sekali pembayaran dan sesuai dengan jumlah yang dipinjam tanpa adanya tanggung renteng juga tidak diperbolehkan bagi yang merekayasa mempunyai usaha atau ingin membangun usaha dan juga melakukan servey lapangan atau mendatangi rumah ataupun ke lokasi usaha, sedangkan PNM Mekaar Syariah hanya perlu tepat waktu saja pembayaran angsuran juga ada tanggung renteng bila ada nasabah terhambat atau berhalangan seperti adanya musibah atau sakit ataupun belum ada uang untuk menyetor itu diperbolehkan tanggung renteng bila ada kesepakatan dari nasabah lainnya dan juga melakukan servey ke lokasi rumah atau tempat usaha yang dibangunkan namun dilakukan sekali saja ketika pengambilan pertama modal usaha selanjutnya bila ada usahawan yang ingin melanjutkan lagi pengambilan modal usaha cukup menyerahkan atau melengkapi data yang diperlukan saja juga hasil rincian barang keperluan usaha, tanpa didatangi PNM ke rumah usahawan biarpun usahawan tersebut tidak mempergunakan modal untuk usaha melainkan untuk kepribadian lainnya namun tidak menjadi masalah bagi petugas PNM asalkan tepat waktu penyetoran angsuran mingguan.

Perihal ini terkait dengan teori AIDDA, gambaran hasil komunikasi PNM Mekaar Syariah dengan usahawan dalam kaitan teori yang digunakan ini, yaitu: Perhatian (*attention*) komunikasi antara komunikator dan komunikan membutuhkan perhatian antara keduanya maka dalam penelitian ini *Attention* yaitu bagaimana PNM memberi perhatian dan mengenali, menjelaskan tentang pemodalan kepada usahawan muda. Minat (*interest*) adalah menarik dihati, yang menjadikan minat sebagai persepsi usahawan muda untuk memberikan minat atau

ketertarikan usahawan muda terhadap PNM Mekaar Syariah dalam mengambil modal usaha. Keinginan (*desire*) adalah keinginan, harapan yang kuat setelah PNM melakukan ajakan pengambilan modal usaha kepada usahawan muda dan timbul rasa keinginan untuk bergabung menjadi nasabah PNM. Keputusan (*decision*) segala keputusan yang telah ditetapkan bagaimana banyaknya keputusan yang diambil oleh usahawan muda atas ajakan yang dilakukan oleh PNM Mekaar Syariah. Tindakan (*action*) tindakan yaitu hasrat untuk bergabung menjadi usahawan PNM Mekaar Syariah yang langsung bertindak untuk mengambil kesempatan peminjaman modal usaha, hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan beberapa usahawan atau anggota PNM Mekaar Syariah:

Wawancara bersama Rahmi, usahawan muda PNM mekaar syariah (kelompok melati ulka)

*"Pertama kali saya mengambil pinjaman modal usaha dari PNM usaha saya terus berjalan karena adanya tambahan modal. jadi saya bisa menambah usaha baru dan bisa membantu keluarga saya biarpun usaha kecil-kecilan membuat usaha kue kering. Kedua kalinya saya mengambil usaha itu bukan untuk saya tetapi keperluan untuk ibu saya membayar hutang serta digunakan untuk membiayai kebutuhan rumah juga bulanan sekolah adik saya dengan memakai seluruh data saya, nama saya dan atas tanda tangan saya agar pencairan bisa dilakukan. Petugas PNM seperti biasa mewawancarai saya namun tidak lagi mendatangi rumah karena sudah servei ke rumah pada pengambilan pinjaman modal pertama, asalkan membayar angsuran tepat waktu."*³⁹

Ungkapan di atas ialah usahawan muda penerima modal dari PNM mengatakan sangat membantu dalam menjalankan usaha biarpun hanya menjalankan usaha kue kering tapi pada pengambilan pinjaman modal kedua tidak lagi menggunakan untuk kepentingan usaha tapi untuk membayar hutang dan

³⁹ Wawancara Rahmi, usahawan muda PNM Mekaar Syariah, 07 April, 2023.

keperluan lainnya, namun usahawan ini menyerahkan data seperti pada waktu pinjaman modal pertama seolah-olah ingin membangun usaha lagi.

Wawancara bersama Siti, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelopomok melati ulka)

“Saya sudah lama menjalankan usaha namun selama tibanya Covid 19 semua usaha menjadi bangkrut, saya membuat kue bolu dan jenis kue lainnya usaha saya ini mulai berhenti selama Covid 19 dan membuat saya terhambat untuk membayar biaya sekolah anak saya juga anak saya ada yang tengah kuliah jadi butuh biaya besar sedangkan usaha saya tidak lancar seperti dulu. Jadi saya berminat mengambil pinjaman modal usaha dari beberapa modal usaha ada koperasi dan PNM Mekaar Syariah yang pemodal usaha baru dikhususkan untuk perempuan. Pemodalan koperasi saya mengambil untuk berhenti setelah sudah membayar semuanya angsuran di Koperasi dan melanjutkan peminjaman modal usaha di PNM Mekaar yang hanya bersyarat untuk bayar angsuran tepat waktu saja. Saya mengambil pinjaman dari Mekaar dari 2 juta hingga 5 juta untuk membayar uang sekolah anak saya, dan untuk menyetor angsuran tentunya saya menyisihkan uang belanja yang diberikan oleh suami saya perhari dan bila sudah seminggu tiba saya menyetor angsuran PNM.”⁴⁰

Ungkapan diatas mengatakan bahwa awalnya pernah mengambil pinjaman Koperasi, namun karena adanya PNM mekaar yang tidak banyak pembayaran angsuran maka usahawan ini tertarik untuk meminjam pada PNM Mekaar

Wawancara bersama Nursibah, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelopomok melati ulka)

“nama saya nursibah, saya salah satu nasabah yang baru di PNM Mekaar syariah dengan jumlah modal usaha sebesar empat juta rupiah untuk membayar kredit motor, namun adanya modal usaha PNM saya minat untuk mengambil karena faktor ekonomi, saya bekerja menjadi clening service selama usaha saya tidak berjalan lagi saya juga pernah mengambil pinjaman koperasi untuk pembangunan rumah semasa usaha saya berjalan namun saat ini saya bekerja ditempat orang lain sebagai cleanig service untuk membiayai anak-anak saya tanpa suami saya bekerja keras namun keterpaksaan saya mengambil kreadit motor

⁴⁰Wawancara Siti, usahawan PNM Mekaar Syariah, 07 April, 2023.

*agar saya bisa bekerja dengan meminjam modal usaha dari PNM Mekaar Syariah.*⁴¹

Ungkapan diatas mengatakan bahwa mengambil modal usaha dalam bentuk pinjaman uang membangun usaha kue pada awalnya, namun setelah usahanya tidak berlanjut lagi maka usahawan ini mengambil pinjaman PNM. Pernah ada pinjaman di Koperasi namun sangat berat untuk membayar bulanan.

Wawancara bersama Nurjani, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelopomok melati ulka)

*“Nama saya nurjani, saya membuat usaha kue kering dulu saya pernah berjualan di penayong didepan ruko orang berjualan nasi kuning saya mengambil uang pinjaman modal usaha dari mekaar karena saya tidak mampu dan tidak sanggup untuk melunasi uang pinjaman dari koperasi namun selama saya mengambil pinjaman dari PNM saya melunasi hutang saya atau sisa pinjaman di koperasi yang harus saya bayar tiap bulanan setelah lunas saya kembali menfokuskan lagi usaha saya berjualan di ulee kareng, Jl. Lamreung didepan tabarak resto arab namun beberapa minggu saya berjualan tiba-tiba dagangan saya menjual nasi kuning kurang berkembang apalagi saya tidak sanggup juga membayar angsruan mingguan di PNM jadi saya memutuskan untuk berhenti namun tetap mengambil uang pinjaman di PNM dengan jumlah sedikit dua juta rupiah agar tidak banyak membayar angsuran karena modal usaha saya ambil secara berkelanjutan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari dengan membayar kembali menyisihkan uang belanja dari suami saya, dan perihal ini juga saya dapatkan persetujuan dari suami karena ini menyangkut dengan faktor ekonomi yang sulit sekali sampai dagangan saya tidak lagi maju seperti dulu.”*⁴²

Ungkapan diatas mengatakan bahwa pernah melakukan usaha dengan mengambil modal usaha, namun setelah usahanya tidak berlanjut lagi maka usahawan ini tetap mengambil pinjaman PNM biarpun membayar angsuran dengan cara menyisihkan uang belanja.

⁴¹ Wawancara Nursibah, usahawan PNM Mekaar Syariah, 20 April, 2023.

⁴² Wawancara Nurjani, usahawan PNM Mekaar Syariah, tanggal 10 Juli, 2023

Wawancara bersama Maulidar, usahawan PNM mekaar Syariah (kelompok melati ulka)

”saya meminjam modal usaha namun modal usaha tidak saya gunakan untuk keperluan usaha membuat kue atau usaha cemilan yang mana tidak sesuai dengan penyerahan data pertama ketika PNM mendatangi rumah saya. Namun saya tidak sanggup membayar kembali uang angsuran terkadang tidak cukup uang terkadang saya meminta kepada anggota kelompok atau usahawan lain bisa bersedia menanggung renteng, selama ini saya meminjam modal usaha tentunya memang memiliki usaha membuat kue tapi modal itu saya gunakan untuk melunasi hutang juga biaya kebutuhan hidup keluarga saya.”⁴³

Ungkapan diatas mengatakan bahwa mengambil modal usaha dalam bentuk pinjaman uang membangun usaha kue pada awalnya, namun tidak digunakan untuk usaha melainkan untuk keperluan diluar usaha dan tidak mampu membayar sehingga anggota kelompok harus tanggung renteng karena selama ini modal usaha yang diambil untuk melunasi hutang.

Wawancara bersama Lisma, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelompok melati ulka)

”Modal usaha yang saya ambil awalnya untuk kebutuhan usaha yang saya jalankan sebagaimana perihal ini saya mengatakan ketika pengajuan modal usaha dan menyerahkan data diri saya dengan lengkap, namun modal itu setelah saya dapatkan tidak digunakan untuk usaha tentunya perihal diluar usaha.”⁴⁴

Ungkapan diatas mengatakan bahwa mengambil modal usaha dan menyerahkan data lengkap kepada PNM, namun modal usaha tidak digunakan untuk usaha melainkan untuk keperluan diluar usaha.

⁴³ Wawancara Maulidar, usahawan PNM Mekaar Syariah, tanggal 10 Juli, 2023

⁴⁴ Wawancara Lisma, usahawan PNM Mekaar Syariah, tanggal 10 Juli, 2023

Wawancara bersama Cut Delima, usahawan PNM Mekaar Syariah

(kelompok melati ulka)

“saya sangat kesusahan untuk memenuhi belanjaan baru suami saya dikarenakan keuntungan dari hasil jualan sudah habis saya gunakan untuk memenuhi apa yang saya butuhkan di rumah dan saya mengajukan pinjaman untuk membangun usaha kelontong seperti menjual beras, minyak goreng, tepung, gula dan sayuran-sayuran. namun saya menyerahkan datanya yaitu berupa KTP, KK atas nama diri saya sendiri dan modal usaha tersebut digunakan oleh suami saya untuk usaha kelontong karena program modal usaha PNM ini dikhususkan untuk wanita⁴⁵.”

Ungkapan diatas mengatakan bahwa mengambil modal usaha dikhususkan bagi kaum wanita dan menyerahkan data lengkap kepada PNM, namun modal usaha digunakan oleh pihak lain untuk membangun usaha.

Wawancara bersama Lia, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelompok melati ulka)

“Saya meminjam modal usaha namun modal usaha tidak saya gunakan untuk keperluan usaha membuat kue atau usaha cemilan dan saya mengajukan peminjaman dengan data milik tetangga saya. Namun PNM tidak mempermasalahkan yang penting saya membayar angsuran tepat waktu⁴⁶.”

Ungkapan di atas mengatakan bahwa mengambil pinjaman modal usaha menggunakan data milik tetangga tetapi tidak dipermasalahkan dari pihak PNM asalkan memenuhi persyaratan dari PNM, yaitu: hadir tepat waktu dan membayar angsuran.

⁴⁵ Wawancara Cut Delima, usahawan PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

⁴⁶ Wawancara Lia, usahawan PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

Wawancara bersama Mawarni, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelompok melati ulka)

“saya penerima pinjaman modal usaha dari PNM namun saya menggunakan modal tersebut untuk membayar uang sekolah anak dan biaya kebutuhan keluarga juga ketika penyeteroran angsuran saya selalu meminta pinjaman uang ketua kelompok untuk membayar angsuran mingguan⁴⁷.”

Ungkapan diatas mengatakan bahwa mengambil pinjaman modal usaha untuk membiayai sekolah anak dan kebutuhan keluarga setiap penyeteroran mencari tambahan uang untuk melunasi angsuran.

Wawancara bersama Suriyani, usahawan PNM Mekaar Syariah (kelompok melati ulka)

“Pinjaman modal usaha dari PNM saya gunakan untuk melunasi kredit saya, suami saya bekerja sebagai penjual ikan keliling jadi upah sebagian saya sisihkan untuk membayar angsuran setiap sekali pertemuan mingguan⁴⁸”

Ungkapan di atas mengatakan bahwa mengambil pinjaman modal usaha untuk melunasi kreditan dan ketika penyeteroran angsuran selalu menyisihkan upah dari usaha menjual ikan keliling.

Wawancara bersama salah satu petugas PNM Mekaar Syariah

“Kami tidak memperdulikan nasabah mengambil pinjaman ke PNM tetapi tidak digunakan untuk usaha dan ketika pengajuan harus berbohong menggunakan data lengkap milik orang lain seolah usaha itu memang benar milik si pengaju modal usaha, kami tidak pedulikan itu, yang terpenting bagi yang sudah meminjam harus tepat waktu membayar angsuran atau harus tanggung renteng dengan anggota kelompok, yang utama itu

⁴⁷ Wawancara Mawarni, usahawan PNM Mekaar Syariah, tanggal 10 Juli, 2023

⁴⁸ Wawancara Suriyani, usahawan PNM Mekaar Syariah, tanggal 10 Juli, 2023

adalah angsuran sudah lengkap ditangan kami petugas PNM⁴⁹”.

Ungkapan diatas bahwa PNM Mekaar Syariah mengatakan tidak memperdulikan apapun tentang usaha dari usahawan, terpenting pembayaran setoran angsuran dilakukan tepat waktu.

C. Analisis Penulis

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas maka penulis dapat menganalisis bahwa komunikasi dan faktor pengaruh ketertarikan usahawan terhadap (PNM) mekaar syariah Ie Masen sangat beragam.

Diantaranya, usahawan meminjam modal usaha dari PNM namun tidak dipergunakan untuk membangun usaha dan tidak menyanggupi untuk membayar angsuran kembali dikarenakan tidak ada pemasukan, penambahan keuntungan dari usaha yang dilakukan. Contohnya, seperti usahawan yang punya usaha sedikit keuntungan namun untuk memenuhi kebutuhan keluarga ia harus meminjam modal usaha dari PNM dan pada pembayaran angsuran dia tidak mampu membayar bahkan ingin membayar tapi tidak mencukupi jumlah angsuran makan dari perihal itu ia meminjam kesana dan kemari sehingga hasilnya usahawan ini tidak berhasil memperbaiki ekonomi keluarga.

Ada juga usahawan yang takut tidak memenuhi bayar angsuran karena kondisi kesehatan tidak baik dari itulah usaha menurun dan sedikit pemasukan juga tidak cukup untuk bayar angsuran biarpun ada sistem tanggung renteng dalam

⁴⁹ Wawancara petugas PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

kelompok. Namun faktor yang membuat usahawan tertarik pada modal usaha PNM yaitu faktor ekonomi, dari segi kebutuhan hidup, memenuhi pendidikan yang semakin mahal biaya.

Adapun kaitannya dengan teori AIDDA adalah untuk membantu masyarakat agar bisa mengembangkan usaha mereka biarpun usaha pertama memulai, teori ini membuat usahawan tertarik dengan program permodalan usaha dan juga PNM bertujuan untuk mensejahterakan keluarga.

Perihal ini terkait dengan teori AIDDA, gambaran hasil komunikasi PNM Mekaar Syariah dengan usahawan dalam kaitan teori yang digunakan ini, yaitu: Perhatian (*attention*) komunikasi antara komunikator dan komunikan membutuhkan perhatian antara keduanya maka dalam penelitian ini *Attention* yaitu bagaimana PNM memberi perhatian dan mengenali, menjelaskan tentang pemodalannya kepada usahawan muda. Minat (*interest*) adalah menarik dihati, yang menjadikan minat sebagai persepsi usahawan muda untuk memberikan minat atau ketertarikan usahawan muda terhadap PNM Mekaar Syariah dalam mengambil modal usaha. Keinginan (*desire*) adalah keinginan, harapan yang kuat setelah PNM melakukan ajakan pengambilan modal usaha kepada usahawan muda dan timbul rasa keinginan untuk bergabung menjadi nasabah PNM. Keputusan (*decision*) segala keputusan yang telah ditetapkan bagaimana banyaknya keputusan yang diambil oleh usahawan atas ajakan yang dilakukan oleh PNM Mekaar Syariah. Tindakan (*action*) tindakan yaitu hasrat untuk bergabung menjadi usahawan PNM Mekaar Syariah yang langsung bertindak untuk mengambil kesempatan peminjaman modal usaha.

Warga Ie Masen menerima program ini karena dalam pengajuan modal usaha sangat mudah bagi usahawan menggunakan data yang bukan milik diri sendiri dan warga sendiri yang setuju dengan PNM Mekaar menurut dari hasil wawancara usahawan, namun sebagian besar masyarakat berpikir banyak kerugian dan terbebani ketika membayar angsuran berakibat usahawan tidak benar-benar menggunakan modal usaha untuk keperluan usaha namun digunakan diluar usaha.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Peran Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah sangat besar dalam mengembangkan memberi pinjaman modal usaha kecil di Desa Ie Masen Ulee Kareng dan juga desa lainnya. Dengan memberikan pinjaman modal usaha bagi para perempuan prasejahtera untuk digunakan secara efektif, baik untuk memulai dan mengembangkan usaha sesuai dengan apa yang diinginkan. Dengan memberikan pelatihan maupun pengawasan kepada para usahawan, sehingga masyarakat mendapat ilmu untuk mengembangkan usahanya lewat perluasan skala usaha, menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan dan menambah lokasi usaha ditempat lain.
2. Pemanfaatan modal yang dilakukan para usahawan setelah mendapatkan pinjaman modal dari PNM mekaar syariah tidak dipergunakan untuk membangun usaha serta gagal memberdayakan perekonomian keluarga dengan cara menciptakan suasana yang memungkinkan potensi keluarga berkembang, memperkuat potensi ekonomi atau daya yang dimiliki keluarga, menciptakan keseimbangan serta, perihal ini dikarenakan usahawan tidak berhasil dengan tujuan mensejahterakan keluarga karena modal usaha digunakan untuk kebutuhan lain.

3. Kebersamaan dalam keluarga agar tercapainya kesejahteraan keluarga bagi usahawan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, maka peneliti menyarankan kepada pihak-pihak terkait, yaitu:

Pihak Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah diharapkan untuk terus meningkatkan peminjaman modal usaha kepada usahawan lainnya agar masyarakat pada umumnya mendapatkan kemudahan dalam menjalankan usahanya.

Diharapkan terus memanfaatkan modal usaha yang diberikan oleh Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah dengan baik, sehingga dapat meningkatkan peluang usaha untuk bisa memperoleh keuntungan yang lebih dari usahanya serta mensejahterakan keluarga nasabah.

Pembahasan mengenai Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Syariah dalam memberikan pinjaman modal usaha kepada masyarakat dalam skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis mengharapkan kekurangan-kekurangan tersebut dapat digunakan sebagai kajian-kajian untuk peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- Basuki Sukidi, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Perspektif Makro*. Surabaya: Insane Cendikia, 2002
- Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya)*
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007
- Dr. Hj. Roudhonah, M.Ag., *Ilmu Komunkasi (Edisi Revisi)*, Cet. 1, Depok: Rajawali Pers, 2019
- Dr. Salim Al Idrus, MM, *Kinerja Manajemen Dan Bisnis Koperasi (Peluang Dan Tantangan Manajemen Koperasi)*, ISBN: 979-24-3002-4, cetakan I: UIN-Malang Press, 2008
- Drs. Enjang As., M.Si., M.Ag., *Komunikasi Konseling Dari Wawancara, Seni Mendengar, Sampai Soal Kepribadian*, (Penerbit Nuansa, Komplek Suku Baru No. 23, Ujungberung-Bandung 40619, Cetakan 1, September 2009)
- Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Kencana Prenada Media Group, 2013
- Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2023)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 201
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research, Jilid I Dan II*. Yogyakarta: Andy Orset, 1989

Jurnal

Angga Adriano Mongkau, Desie M.D. Warouw, Elfie Mingkid, *Strategi Komunikasi Sales dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota Manado)*. E-Journal "Acta Diurna", Volume. VI, NO. 2, Tahun 2017

An-Nida, *Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Peluang dan Tantangan Media Massa di Era Cyber*, Volume 3, No 2. 2022

Ayu Indah Puspita, Diah Sri Rejeki S.Sos. M.Ikom, *Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi Melalui Cara Personal Selling Di Perpustakaan Sma Taruna Nusantara Magelang*, *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Volume 2, No. 2 Tahun 2013

Efendi Yanto, Amir Halid, Yanti Saleh. *Amalisis Pendapatan Usaha Produksi Industri Olahan Tahu di Desaharapan Kecamatanwonosari Kabupaten Boalemo*, *Journal Agronesia*, Volume. 6, No. 3, P-ISSN: 2597-7075, E-ISSN: 2541-6847. Juli. 2022

Fenny Oktavia, *Ilmu Komunikasi*. E-Journal, Volume 4, Nomor. 1, 2016

Indah suryati, *Jurnal, Pengaruh Ukuran Usaha dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry di Kecamatan Makasar*, vol.1, no.1, Januari 2021

Jurnal Ilmiah, Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA), Vol. 2, No. 2. 2022

Jurnal, Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, Volume 2, No 1. 2018

Lin soraya, *Jurnal Komunikasi*, volume VI, No 1. 2015

Rezhi Ade Indra Pratama, Sugandi, *Strategi Komunikasi Persuasif Model Aidda Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Samarinda Melalui Media Sosial*, *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, No. 3, 2022: 1-12

Zikri Fachrul Nurhadi, Achmad Wilda kurniawan, *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, ISSN: 2461-0836, Volume. 3 No. 1, April 2017

Skripsi

Ade Putri Utami, *Analisis Pengaruh Dana Desa Terhadap Penanggulangan Kemiskinan di Kota Banda Aceh, Studi Kasus di Kecamatan Ulee Kareng* (Skripsi, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2020.

Web

<https://emasenuleekareng.gampong.id/Halaman/Sejarah-Gampong>, Sejarah Singkat Gampong Ie Masen Ulee Kareng, (Diakses pada Tanggal 4 April 2023).

Informan

Hasil Data Buku Jadwal Angsuran Mingguan dan Wawancara dengan Petugas PNM Mekaar Syariah, Banda Aceh 05 April 2023.

Hasil Wawancara dengan Dinda Merry Utami, petugas PNM, Banda Aceh 20 Maret 2023.

Hasil Wawancara Rahmi, usahawan muda, PNM Mekaar Syariah, 03 April, 2023

Hasil Wawancara Siti, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 07 April, 2023

Hasil Wawancara Maulidar, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 05 2023

Hasil Wawancara Lia, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 07 April, 2023

Hasil Wawancara Nursibah, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 20 April, 2023

Hasil Wawancara Suriyani, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

Hasil Wawancara Nurjani, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

Hasil Wawancara Cut Delima, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

Hasil Wawancara Lisma, usahawan, PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

Hasil Wawancara Dinda Merry Utami,petugas PNM Mekaar Syariah, 10 Juli, 2023

جامعة الرانري

AR - RANIRY

LAMPIRAN-LAMPIRAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.3507/Un.08/FDK/KP.00.4/12/2020

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2020/2021

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Yusri, M. LIS.....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Fairus, S. Ag., M. A.....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Fitrun Nida

NIM/Prodi : 160401136/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul : *Strategi Komunikasi A Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekar Syariah Untuk Menarik Wirausahawan Muda (Studi Wirausahawan Muda Di Gampong Ie Masen Ulee Kareng)*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 11 Desember 2020 M
26 Rabi'ul Akhir 1442 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:

SK berlaku sampai dengan tanggal: 10 Desember 2021



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1257/Un.08/FDK-I/PP.00.9/04/2023
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
usahawan muda

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **fitrun nida / 160401136**
Semester/Jurusan : / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat sekarang : tanjung deah, darussalam, aceh besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **KOMUNIKASI DAN FAKTOR PENGARUH KETERTARIKAN USAHAWAN MUDA TERHADAP PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM) MEKAAR SYARIAH IE MASEN**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 05 April 2023

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 10 Juli 2023

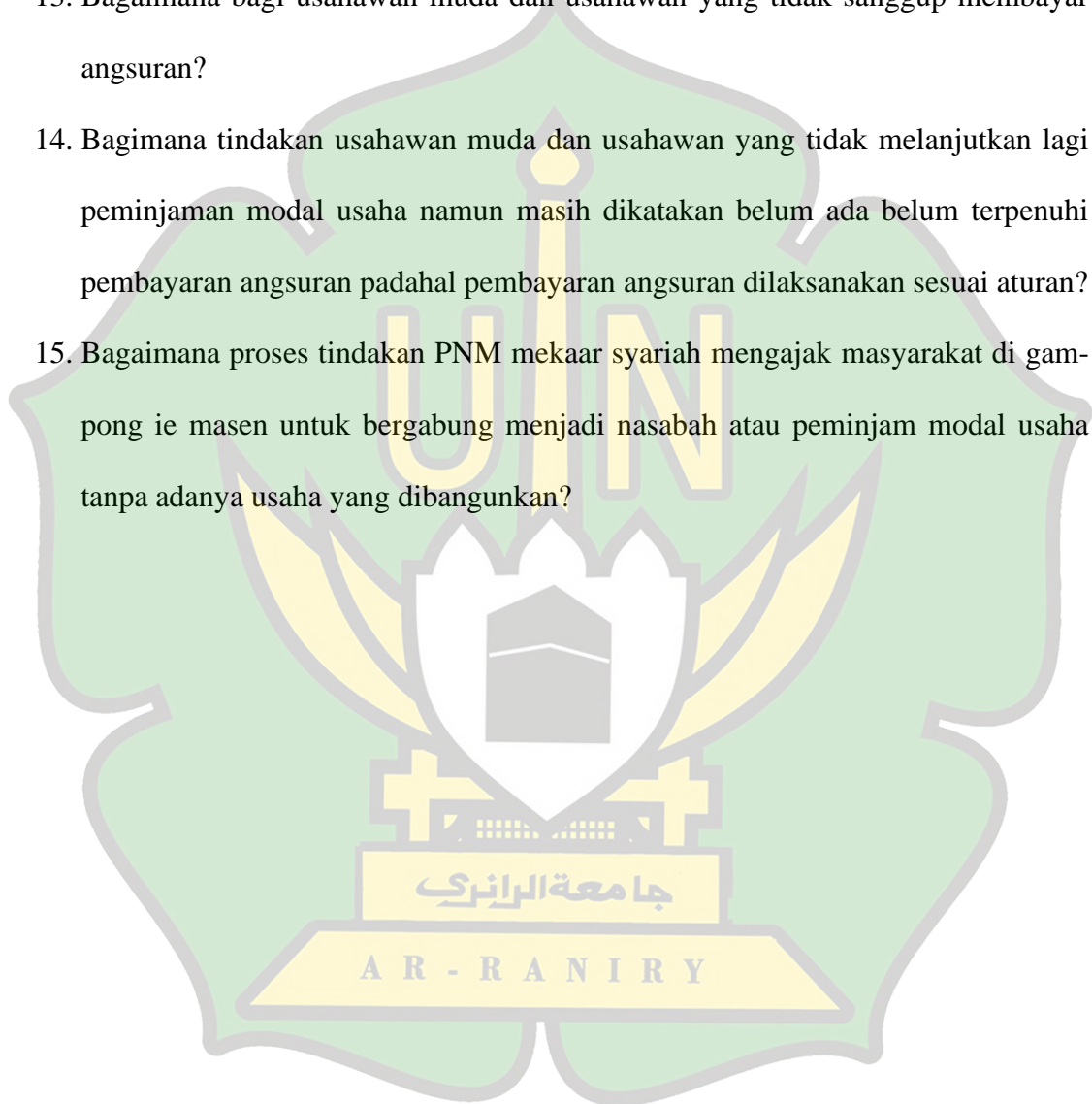
Dr. Mahmuddin, M.Si.

AR - RANIRY

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Bagaimana proses pengajuan peminjaman modal usaha kepada PNM Mekaar syariah?
2. Apa faktor yang membuat usahawan muda dan usahawan tertarik kepada PNM mekaar syariah diantara dengan pemodal lainnya?
3. Apakah PNM mekaar syariah mengetahui modal yang diambil oleh usahawan muda dan namun tidak dipergunakan untuk membangun usaha?
4. Siapa saja usahawan muda dan usahawan yang meminjam modal dengan menggunakan data rincian usaha milik orang lain?
5. Mengapa PNM mekaar syariah membiarkan usahawan muda dan usahawan mengambil modal usaha namun tidak digunakan untuk membangun usaha?
6. Apa saja kendala yang dihadapi usahawan muda dan usahawan dalam membayar angsuran?
7. Bagaimana usahawan muda dan usahawan menyeter kembali angsuran namun modal usaha tidak digunakan untuk membangun usaha?
8. Apakah keluarga dari usahawan muda/usahawan mendukung dalam meminjam modal usaha?
9. Mengapa dalam pengajuan meminjam modal usaha pada tahap kedua/melanjutkan pengambilan modal lagi tidak melakukan servey atau mendatangi rumah nasabah?
10. Apa saja yang diwawancarai oleh PNM mekaar syariah ketika pengajuan modal usaha pertama?

11. Apa kegunaan pemodal PNM mekaar syariah bagi usahawan muda dan usahawan?
12. Kapan saja waktu atau hari membayar angsuran ke PNM mekaar syariah?
13. Bagaimana bagi usahawan muda dan usahawan yang tidak sanggup membayar angsuran?
14. Bagaimana tindakan usahawan muda dan usahawan yang tidak melanjutkan lagi peminjaman modal usaha namun masih dikatakan belum ada belum terpenuhi pembayaran angsuran padahal pembayaran angsuran dilaksanakan sesuai aturan?
15. Bagaimana proses tindakan PNM mekaar syariah mengajak masyarakat di gampong ie masen untuk bergabung menjadi nasabah atau peminjam modal usaha tanpa adanya usaha yang dibangunkan?





**PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH
KECAMATAN ULEE KARENG
GAMpong IE MASEN ULEE KARENG**

Alamat : Jln. Masjid Tuha Telp. 081360161220 Kota Banda Aceh
email: iemasenu@gmail.com Kode Pos: 23117

SURAT KETERANGAN

Nomor: 070/279/IMUK/VII/2023

Sehubungan dengan surat Nomor. B.1257/Un.08/FDK-I/PP.00.9.04/2023 dari Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Tanggal 05 April 2023 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa.

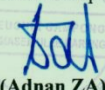
Keuchik Gampong Ie Masen Ulee Kareng Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fitrun Nida
NIM : 160401136
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Judul Skripsi : ***"KOMUNIKASI DAN FAKTOR PENGARUH KETERTARIKAN USAHAWAN MUDA TERHADAP PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM) MEKAAR SYARIAH IE MASEN "***

Benar yang namanya tersebut diatas melapor kepada kami bahwa ia telah melaksanakan Penelitian di Gampong Ie Masen Ulee Kareng, Kecamatan Ulee Kareng, Kota Banda Aceh pada Mulai Tanggal 7 April 2023 s/d 10 Juli 2023.

Demikianlah surat keterangan ini kami keluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 14 Juli 2023
Keuchik Gampong,


(Adnan ZA)

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

DOKUMENTASI



Salah satu nasabah membayar/menyetor angsuran ke petugas PNM Mekaar Syariah.



Seorang usahawan muda/nasabah PNM Mekaar Syariah, foto diambil setelah melakukan wawancara.



Salah satu nasabah anggota pemegang modal usaha PNM Mekaar Syariah, foto diambil setelah wawancara.



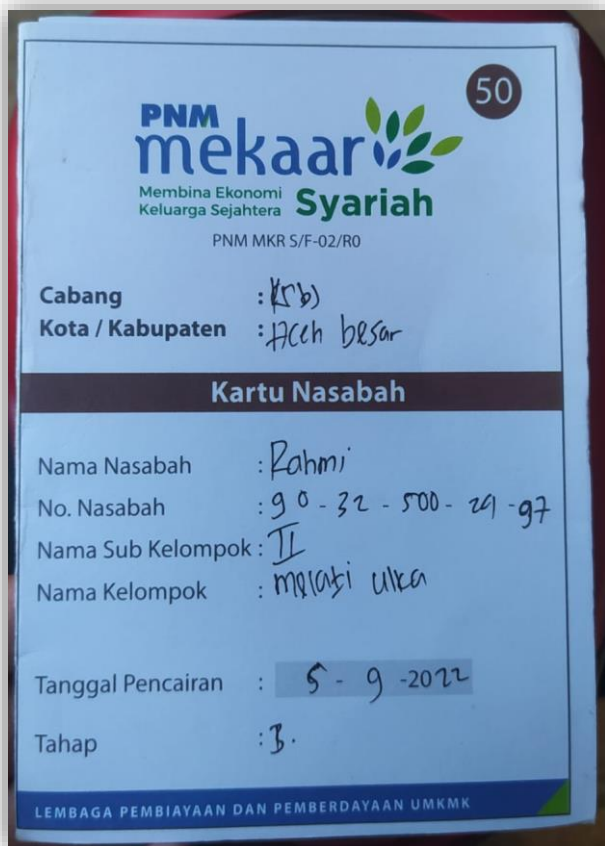
Ilustrasi seorang nasabah yang sedang melakukan aktivitas mengelola modal usaha dari PNM mekaar syariah dengan membangun usaha kecil.



Mendatangi rumah nasabah/usahawan yang sedang melakukan usaha dari meminjam modal usaha hingga ketiga tahap pengambilan modal PNM Mekaar Syariah.



Dua orang nasabah gampong Ie Masen, sedang melakukan proses pencairan pinjaman modal usaha



Salah satu cover depan buku nasabah peminjam modal usaha PNM Mekaar Syariah. Tertulis identitas nasabah dan sudah pengambilan tahap tiga pinjaman modal usaha.



Salah satu gambar petugas PNM Mekaar Syariah yang bertugas untuk mendatangi usahawan muda dan usahawan lain untuk mengambil setoran angsuran nasabah setiap mingguan di Gampong Ie Masen.

Daftar Riwayat Hidup

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fitrun Nida
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Banda Aceh, 09-02-1998, Kec. Ulee Kareng, Kab. Banda Aceh
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Agama : Islam
4. NIM : 160401136
5. Kebangsaan : Indonesia
6. Alamat : Dusun Ujong Blang
 - a. Kecamatan : Darussalam
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Provinsi : Aceh
7. No. Telp/Hp : 0895385783363

Riwayat Pendidikan

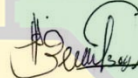
- Min 5 Ulee Kareng Banda Aceh, Tahun Lulus 2010
MTS Pesantren Modern Al-Manar, Aceh Besar, Tahun Lulus 2013
MA Pesantren Modern AL-Manar, Aceh Besar, Tahun 2016

Orang Tua/Wali

1. Nama Ayah : Sofyan
2. Nama Ibu : Khadijah M.Ilyas
3. Pekerjaan Orang Tua:
 - Ayah : Tukang Bangunan
 - Ibu : IRT
4. Alamat Orang Tua : Ie Masen Ulee Kareng

Banda Aceh, 28 Juli 2023

Peneliti,


Fitrun Nida

AR - RANIRY