

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah dan profil BMT-UGT Nusanatara Indonesia Cabang

Banjarmasin

Koperasi Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan sebuah lembaga keuangan syariah yang berorientasi tidak hanya kepada profit (keuntungan) tetapi menggunakan sistem bagi hasil, sehingga dapat menumbuhkan perekonomian terhadap usaha mikro dan kecil untuk mengangkat derajat serta martabat dalam membela kepentingan fakir miskin yang berorientasi kepada kegiatan sosial, baik produktif maupun konsumsif penghimpun dan pemberdayaan ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah).

BMT merupakan Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000M di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dan kanwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor.09/BH/KWK.13/VII/2002 pada tanggal 22 Juli 2000.

BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam suatu kegiatan Urusan Guru Pondok Pesantren Sidogiri (Urusahan GT PPS), yang didalamnya terdapat orang-orang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni pondok pesantren sidogiri dan para simpatisan yang membayar di Wilayah Jawa Timur. Setiap tahun koperasi UGT Nusantara

diharapkan dapat membuka unit pelayanan untuk anggota di kabupaten/kota yang dinilai profesional.

Pengurus berusaha melakukan perbaikan dan pengembangan secara berkesinambungan pada semua bidang baik organisasi maupun bidang usaha. Untuk menunjang hal tersebut, maka anggota koperasi dan penerimaan amanat, shidiq, tabligh dan fatanah.

Di Banjarmasin didirikan kantor cabang baru sejak tahun Agustus 2012 dengan izin dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro kecil dan Menengah kota Banjarmasin Nomor 280/412/Koperasi-Lembaga Bilu 21 RT 21 No, 167, awal pertama menjalankan kegiatan operasional diberikan sumber modal dari kantor pusat sebesar Rp.180.000.000

Pada tahun 2021 BMT UGT Sidogiri diganti dengan BMT UGT Nusantara, dan logo baru Koperasi BMT UGT Nusantara secara resmi diluncurkan saat seremonial RAT 20 Tahun Buku 2020 pada Ahad 2 Februari 2021 di aula Koperasi BMT UGT Nusantara. Adapun untuk perubahan logo di tahun 2020 warna merah dihilangkan sehingga dominan menjadi warna hijau dan nama Koperasi BMT UGT Sidogiri Indonesia berubah menjadi Koperasi UGT Nusantara.

Alasan pergantian nama tersebut, dikarenakan menurut K.H Fuad Noerhasan yang disampaikan, bahwasanya nama Koperasi BMT UGT Indonesia itu kurang tepat karena mempunyai persamaan dengan pesantren di sidogiri maka untuk membedakan menjadi nusantara, sehingga awal mula

nama Koperasi BMT UGT Sidogiri diubah menjadi Koperasi BMT UGT Nusantara.

2. Visi dan Misi

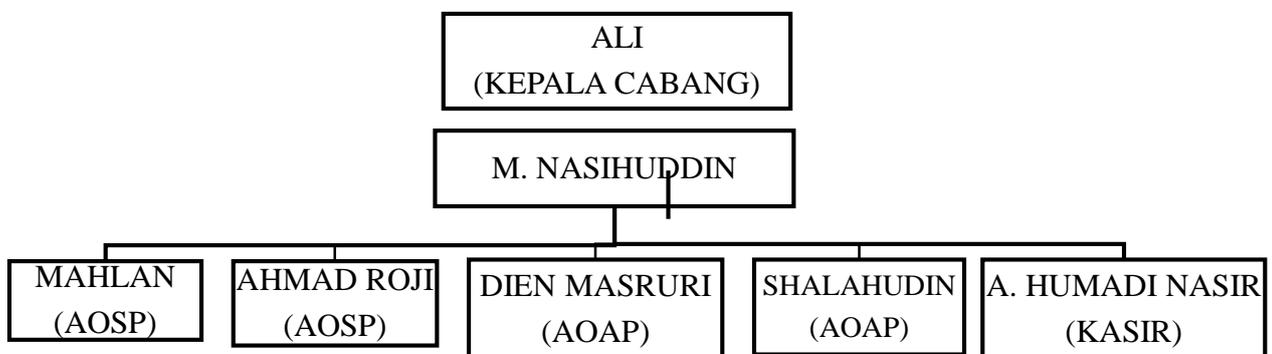
VISI

- a. Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariah islam
- b. Terwujudnya budaya ta'awun dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi

MISI

- a. Menerapkan dan memasyarakatkan syariah islam dalam aktivitas ekonomi
- b. Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah dan maslahah
- c. Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota
- d. Melakukan aktivitas ekonomi dan budaya (*Sidiq/jujur, Tabligh/komunikatif, Amanah/dapat dipercaya, dan Fathanah/Profesional*)

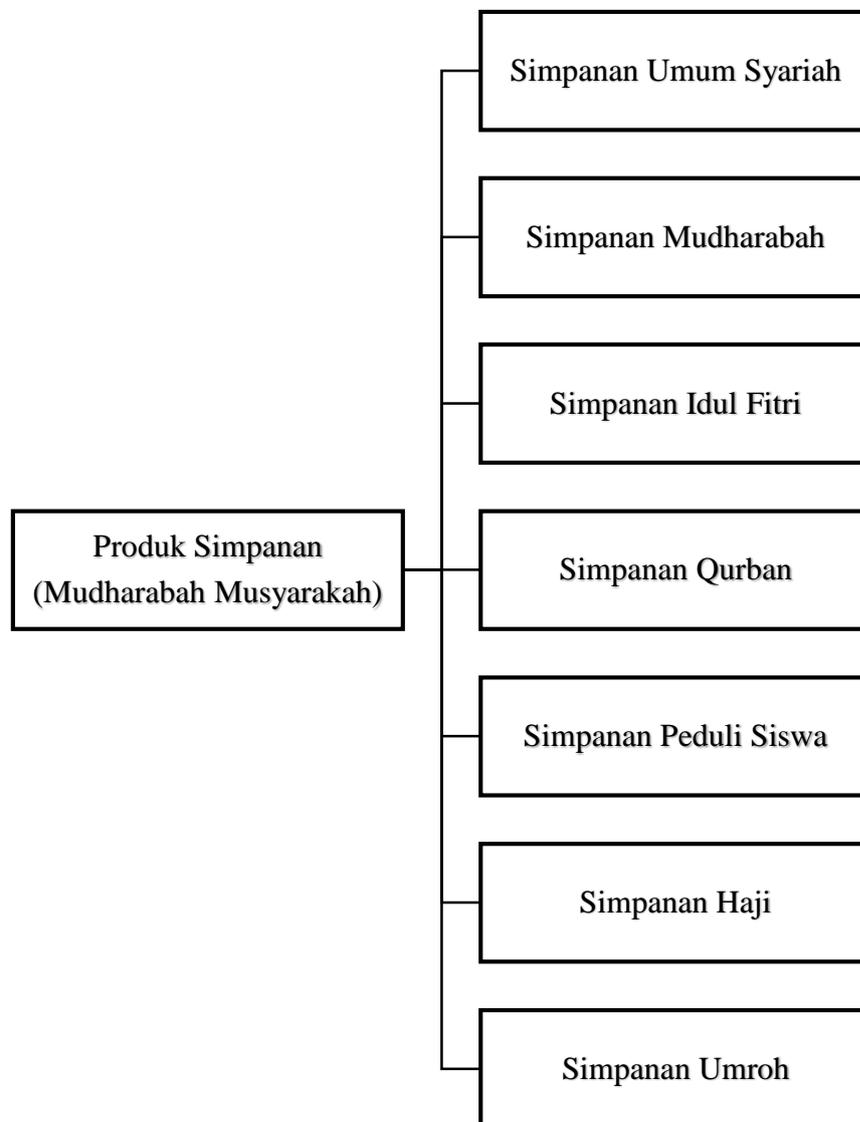
3. Struktur Organisasi

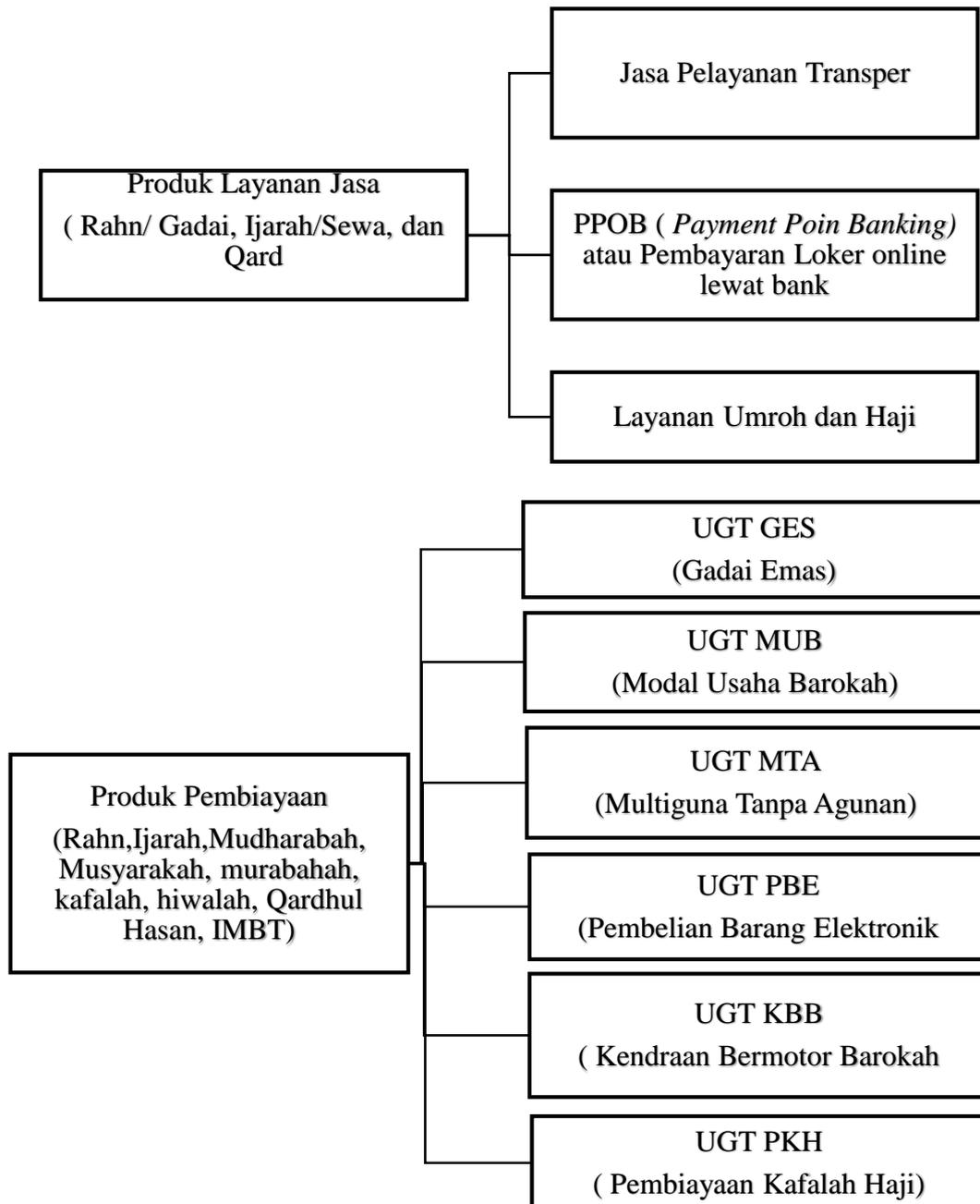


Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPS BMT UGT Nusantara Banjarmasin

Sumber: Hasil wawancara, Bapa Ali, 29 Mei 2022, Jam 10.00

4. Bidang Produk Usaha





Gambar 4.1 Produk dan Akad yang digunakan di KSPS BMT UGT Nusantara

Sumber : KSPS BMT UGT Nusantara yang dirincikan oleh penulis

5. Paparan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan data yang didapat dari hasil wawancara pada pihak informan BMT Banjarmasin. kemudian peneliti akan menggunakan data dan informasi yang di dapat tersebut untuk dianalisis lebih lanjut yang dilakukan oleh peneliti.

Peneliti ini dilakukan terhadap efektivitas sosialisasi yang dilakukan BMT-UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, yang dimaksud hal ini untuk mendapatkan informasi tentang upaya-upaya, faktor pendukung dan penghambat sosialisasi produk oleh BMT Banjarmasin kepada nasabah, dengan tujuan peneliti ini akan menabuh pehaman bagi pembaca.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh penulis melalui penelitian dengan mencari informasi melalui wawancara dengan cara melakukan observasi secara langsung ketempat BMT Banjarmasin di Jl. Veteran Sungai Bilu No.101, Melayu, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70236, ataupun wawancara dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Informan Kepala Cabang BMT Banjarmasin Bagaimana Efektivitas Sosialisasi Produk Kepada Nasabah Pada Masa Pandemi

Berdasarkan apa yang telah peneliti kumpulkan dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyajikan analisis data tentang efektivitas sosialisasi produk-produk di Baitul Maal Wat Tamwil UGT Nusantara Cabang Cabang Banjarmasin (Ali, komunikasi pribadi, 29 Mei 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dari observasi sebagai berikut:

1) Identitas Informasi dari BMT Banjarmasin

Nama : Ali S.Pd.
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan Terakhir : S1
Alamat : Jl. Kelayan A II Gang. Al Amin
Posisi Jabatan : Kepala Cabang

Bapak Ali selaku ketua cabang BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin menjelaskan terkait jumlah nasabah yang bergabung dan produk apa saja yang diminati nasabah di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin di masa Pandemi covid-19, berikut penjelasan Bapa Ali:

“nasabah yang masih aktif sekarang ini sekitar 500 orang mencakup dari UMKM termasuk anggota tidak aktif, untuk produk yang diminati nasabah yaitu produk pembiayaan jaminan emas (JAS), modal usaha barokah dan KBB (jaminan kendaraan bermotor)”

Bapak Ali memberikan penjelasan terkait bagaimana sosialisasi yang dilakukan BMT UGT Nusantara Banjarmasin kepada nasabah di masa Pandemi Covid-19, berikut penjelasan Bapak Ali:

“ Untuk sosialisasi yang kami lakukan melalui mulut ke mulut, dan meinformasikan melalui media sosial . Arti mulut kemulut yaitu AO langsung turun kelapangan mensosialisasikan produk BMT dilakukan setiap hari setiap transaksi kepada nasabah tujuannya didaerah dekat-dekat, seperti difokuskan di daerah pasar dan juga meminta bantuan kepada tokoh masyarakat disana untuk

mengarahkan nasabah menggunakan produk di Banjarmasin, tetapi sekarang ini menggunakan media browser jarang dibagikan kepada nasabah karena kebanyakan nasabah tidak dibaca”

Bapak ali juga memaparkan media sosial yang digunakan oleh pihak BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin untuk mensosialisasi produk kepada nasabah selama masa pandemi Covid-19, berikut penjelasan Bapa Ali:

“ Untuk media sosial sering menggunakan WA menyebarkan broadcast ke grub nasabah karena dirasa cukup efisien untuk nasabah dan dapat nomor nasabah dari karyawan di BMT saat setiap melakukan transaksi meminta nomor nasabah dan memasukan digrub khusus nasabah, sehingga memudahkan untuk saling menghubungi sekaligus mempromosikan kepada nasabah, selain WA juga ada Fecbook, tetapi lebih efektif menggunakan WA”

Bapak Ali juga menjelaskan peluang mensosilisasikan dan bagaimana strategi yang digunakan kepada nasabah untuk menggunakan produk BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin kepada nasabah pada masa pandemi Covid-19:

“Peluang sosialisasi secara langsung di masa pandemi covid-19 membuat nasabah yang belum menggunakan produk BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin berminat dan menabung dengan menerapkam 4 strategi promosi (produk,tempat,harga dan promosi)

pendekatan dengan pasar dan promosi, awal mula BMT Banjarmasin buka di tahun 2012 yang awalnya itu tidak ada nasabah, sehingga meminta bantuan kepada kepercayaan pasar untuk membantu mengajak nasabah bergabung dan melakukan pendekatan dengan mengunjungi ke rumah-rumah nasabah untuk melakukan sosialisasi”

Bapak Ali juga menjelaskan terkait kendala atau tantangan dalam mensosialisasikan produk dan aplikasi kepada nasabah saat terjadi pandemi Covid-19, berikut penjelasan Bapak Ali:

“Kendala pandemi covid 19 pada jam buka operasinya tidak ada masalah di masa pandemi covid-19, kecuali kendala terhadap pembayaran transaksi nasabah, dikarenakan nasabah tidak bisa membayar dan menabung, disebabkan pasar yang tutup sehingga sulit melakukan transaksi kepada nasabah, bukan hanya itu adapun kendala lainnya yaitu masih sangat sulit memperkenalkan aplikasi UGT terutama kepada orang tua karena di BMT Banjarmasin kebanyakan yang menggunakan produk yaitu ibu-ibu dan bapak-bapak, sehingga sulit untuk memperkenalkan aplikasi tersebut dan juga sulitnya mensosialisasikan ke lembaga-lembaga memperkenalkan dan mengajak kerja sama masih tidak ada dikarenakan masih kurang percaya diri untuk memperkenalkannya, karena nasabah perkantoran berpendapat bahwa produk di BMT digunakan untuk kalangan menengah ke bawah dan mempunyai

persamaan dengan koperasi simpan pinjam, bank konvensional dan terutama di masa pandemi covid-19 nasabah masih kurang percaya untuk menabung di BMT karena takut membawa kabur uang nasabah dan masih kurangnya SDM juga karena sulit untuk membagi tugas bertemu nasabah yang ingin bertransaksi”

Bapak Ali menambahkan penjelasan terkait kerja sama yang di jalankan di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, berikut penjelasan Bapa Ali:

“Kerja sama dengan bank dan BMT Banjarmasin menjalin kerja sama dengan Bank Sinarmas Syariah untuk tabungan haji saja, karena untuk menyimpan dana nasabah disana, sedangkan untuk penghimpun dana di Bank Syariah Indonesia dikarenakan untuk menyimpan tabungan yang liquid, untuk kerja sama di BSI ini sudah di lobby dari pusat”

Bapak Ali menjelaskan terkait perbedaan BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dengan lembaga keuangan non bank dan apakah BMT merasa tersaingi dengan BMT lainnya di masa pandemi Covid-19, berikut penjelasan Bapa Ali:

“Perbedaan BMT dan lembaga keuangan, jelas beda karena BMT merupakan koperasi dengan cara mengambil hasil yang berbeda dengan lembaga keuangan, BMT juga memberikan hasil tabungan, pembiayaan dan dopisito dengan memberikan keuntungan yang banyak untuk nasabah, juga untuk akad berbeda karena BMT UGT

Nusanantara Cabang Banjarmasin menggunakan akad Murabahah, Wadiah dan Rahn dan mungkin disini ada disana tidak ada begitu juga sebaliknya dan untuk persaingan sesama BMT tidak merasa tersaing karena merupakan satu satu kesatuan dari produk dan karyawan dan sekarang ini BMT di Banjarmasin mempunyai 5 cabang”

Bapak Ali memaparkan terkait respon BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin atas keluhan disampaikan nasabah dan strategi yang digunakan BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin untuk meningkatkan keunggulan yang kompetitif, berikut penjelasan Bapa Ali:

“Keluhan nasabah di masa pandemi Covid-19, karena pembayaran macet sehingga tidak bisa menabung dan melakukan pembayaran, ada juga karena membuat alasan sendiri karena tidak ingin bayar, sehingga BMT mengambil langkah untuk memberikan keringanan pembayaran kepada nasabah di masa pandemi”

Bapak Ali menjelaskan terkait perubahan BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin di masa pandemi dan dimasa sekarang, berikut penjelasan Bapa Ali:

“Perubahan pasti ada, yaitu peningkatan terhadap transaksi, dengan secara bertahap melihat kondisi dari segi ekonomi pendapatan nasabah, dikarenakan 2 tahun BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin pernah mengalami kesulitan terhadap pembiayaan yang

kurang berkembang dan masih sulit mensosialisasikan kepada nasabah”

Dari Penjelasan narasumber diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin mempunyai 500 nasabah yang mencakup UMKM dan anggota tidak aktif, bukan hanya itu BMT juga mempunyai produk unggulan yang diminati nasabah seperti pembiayaan jaminan emas (JAS), modal usaha barokah dan KBB (jaminan kendaraan bermotor) untuk menarik nasabah dengan cara mensosialisasikan secara langsung dari mulut ke mulut mulut dengan memberikan penjelasan secara langsung datang ke rumah atau tempat usaha (pasar) yang dilakukan setiap hari atau dapat juga dengan meminta bantuan terhadap tokoh masyarakat disana untuk menyakinkan masyarakat menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin.

Bukan hanya metode secara langsung BMT juga memanfaatkan media sosial seperti Whatsap dan Fecbook, tetapi BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin lebih menggunakan WA untuk memudahkan berkomunikasi dengan nasabah. Walaupun di masa pandemi covid 19 bukan menjadi halangan untuk BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin mensosialisasikan dengan menggunakan metode secara langsung untuk memperkenalkan produk kepada nasabah, akan tetapi kendala yang dihadapi di masa Covid-19 yaitu terhadap pembayaran transaksi nasaabah, karena suitnya ekonomi nasabah menjadikan pembayaran terkendala disebabkan

faktor *social distancing* atau penutupan terhadap pasar, maka dengan itu BMT Banjarmasin memberikan keringanan pembayaran terhadap nasabah.

Kendala lainnya BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin juga memperkenalkan aplikasi UGT kepada nasabah dan mensosialisasikan dan berkerja sama ke lembaga-lembaga karena kurangnya rasa percaya diri dengan perspektif bahwa produk di BMT digunakan untuk kalangan menengah ke bawah dan mempunyai persamaan dengan bank konvensional dan koperasi serta masih kurangnya , yang jelas BMT Banjarmasin mempunyai perbedaan dengan lembaga keuangan dari segi bagi hasil dan akad dan BMT telah menjalin kerja sama dengan Bank Sinarmas Syariah dan Bank Syariah Indonesia.

b. Infroman Nasabah Atas Sosialisasi Yang Dilakukan Oleh BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin Pada Masa Pandemi

Pendapat nasabah terkait sosialisasi terhadap efektivitas dalam memperkenalkan produk BMT UGT Nusantara di masa pandemi Covid-19 sebagai evaluasi serta repon nasabah yang dapat di jadikan penilaian tersendiri kepada nasabah lain agar tidak ragu dalam menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Banjarmasin di Jl Sulewesi Gg.Maluku.

Untuk mengetahui pendapat nasabah yang pernah menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, maka peneliti langsung observasi dan wawancara secara langsung beberapa nasabah yang pernah menggunakan produk BMT dari segi tabungan,peminjaman dan layanan di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin:

- 1) Nama : Ibu Odah
Usia : 42
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Distributor Penjualan Susu Herbalife

Pertama peneliti menanyakan terkait respon awal mula mengetahui BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dan dari mana mengetahui BMT sehingga memilih menggunakan produk tersebut, apakah sebelumnya BMT pernah melakukan sosialisasi (Odah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Odah:

“ Mengenal BMT sejak lama sekitar 2 tahun lalu, ketika BMT awal mula ada di pasar Sulawesi, awalnya masih belum ada menawarkan produk, pihak BMT dan kenal BMT juga dari mengikuti menabung dikenalkan dari konsumen Herbalife yang merupakan nasabah dan untuk sosialisasi sendiri dari pihak BMT belum pernah ada”

Selanjutnya peneliti menanyakan, apa saja produk yang digunakan nasabah, dan apakah dengan produk dipilih merasa terbantu dengan usaha yang dijalankan menggunakan produk BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dan mengapa memilih menabung di BMT (Odah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Odah:

“Produk yang dimiliki di BMT yaitu tabungan usaha, alasan menabung di BMT karena lebih mudah soalnya penagih (AO) sering datang kesini untuk melakukan transaksi untuk tabungan, sehingga tidak ribet harus datang kesana dan alasan menabung di BMT, karena untuk menabah modal usaha dengan menabung dapat terbantu untuk keperluan modal, dan memilih menabung di BMT juga memudahkan untuk pengambilan uang tabungan, misalnya saat keadaan mendesak bisa langsung menarik tabungan tetapi sebelum itu bisa memberi tahu dengan menghubungi AO melalui telepon atau memberitahu sebelum H-1 untuk melakukan penarikan uang”

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai repon anggota selama transaksi menabung apakah ada kendala di pandemi Covid-19 dan selain menabung apakah menggunakan produk lain seperti tabungan, pinjaman dan pembiayaan (Odah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Odah:

“Untuk kendala tidak ada selama transaksi menabung, saat pandemi covid-19 pihak BMT menghimbau menggunakan masker dan menjaga protokol selama pandemi Covid-19, dan selain menabung ada mempunyai tabungan Qurban yang baru mulai bulan ini dan bekerja sama dengan konsumen herbalife, awal mula tabungan Qurban ini mengajak konsumen dengan

menyisihkan uangnya untuk membuka tabungan qurban ini dengan budget 10.000-20.000 tergantung kemampuan konsumen herbalife, dan tabungan Qurban ini sudah disetor ke BMT Banjarmasin dengan total uang 1.500.000”

Pertanyaan terakhir peneliti selanjutnya saat nasabah melakukan transaksi kepada BMT UGT Nusantara Banjarmasin apakah ada mensosialisasikan produk lain seperti tabungan haji, membuka pembiayaan modal usaha, tabungan lembaga peduli siswa atau tabungan berjangka, dan kalau ditawarkan apakah anda berminat (Odah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Odah:

“Untuk menawarkan produk lain itu ada dari pihak BMT untuk menambah modal usaha melalui pembicaraan langsung. Tetapi masih belum minat kesana, karena masih ada keperluan yang lain”

- 2) Nama : Ibu Sarofah
Usia : 38 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pedagang Sebako

Pertama peneliti menanyakan terkait respon awal mula mengetahui BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dan dari mana mengetahui BMT sehingga memilih menggunakan produk

tersebut, apakah sebelumnya BMT pernah melakukan sosialisasi (Sarofah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022) . Berikut Penjelasan Ibu Sarofah:

“Awal mula mengenal BMT sejak 2 tahun lalu yang kantornya ada di Pasar Sulewesi, untuk mensyosialisasikan menawarkan produk diajak apakah mau menabung diBMT, pendekatan melalui pembicaraan langsung dan dijelaskan dulu jadi saat itu juga tertarik menabung di BMT”

Selanjutnya peneliti menanyakan terkait produk yang digunakan nasabah, dan selama menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, dan apakah nasabah mempunyai kendala dalam pembayaran di masa pandemi Covid-19 (Sarofah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Sarofah:

“Produk yang digunakan di BMT tabungan dan peminjaman modal usaha dan selama Covid-19 untuk pembayaran menabung dan peminjaman modal tidak ada kendala, karena Penagih (AO) rutin datang langsung ketempat dan misalnya ingin meambil uang tabungan untuk keperluan dengan jumlah banyak bisa memberitahu sebelumnya ke pihak BMT agar dari pihak BMT bisa membawakannya esok harinya”

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai berapa peminjaman modal awal dan alasan apa nasabah meminjam dana, selama meminjam dana apakah ada kendala untuk pengembaliannya

selama Covid-19 (Sarofah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022).

Berikut penjelasan Ibu Sarofah:

“Peminjaman dana sekitar 2 bulan yang lalu digunakan sebagai peminjaman modal usaha (UGT MUB), awal pinjaman sekitar 83.000.0000 dan kesulitan setoran transaksi pembayaran tidak ada saat covid 19. Tetapi apabila penagih (AO) tidak datang untuk melakukan setoran pembayaran, dapat di potong melalui tabungan, dengan perjanjian sebelumnya, akan tetapi untuk pembayaran selanjutnya pihak BMT akan bertanya terlebih dahulu untuk pemotongan tersebut apakah dipotong tabungan atau melakukan pembayaran langsung apabila tidak datang agar tidak memotong tabungan untuk pembayaran peminjaman”

Pertanyaan terakhir peneliti selanjutnya saat nasabah melakukan transaksi kepada BMT UGT Nusantara Banjarmasin apakah ada mensosialisasikan produk lain seperti tabungan haji, membuka pembiayaan modal usaha, tabungan lembaga peduli siswa atau tabungan berjangka, dan kalau ditawarkan apakah anda berminat (Sarofah, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Sarofah:

“Menawarkan produk pernah secara langsung, untuk sosialisasi belum ada dan yang ditawarkan seperti pembiayaan emas untuk menambah modal usaha melalui pembicaraannya

saja tanpa diberikan browser, untuk berminat tidaknya sekarang masih belum berminat karena masih ada pinjaman”

- 3) Nama : Ibu Mihda Sari
Usia : 50 Tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pedagang bumbu siap saji

Pertama peneliti menanyakan terkait respon awal mula mengetahui BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dan dari mana mengetahui BMT sehingga memilih menggunakan produk tersebut, apakah sebelumnya BMT pernah melakukan sosialisasi (Sari, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Mihda Sari:

“Awal mula menabung di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, sekitar 8 bulan lalu itu dan mendaftar jadi anggota menggunakan KTP keponakan yang berusia 30 tahun bernama Nurul Ainani dan mengetahui BMT karena melihat tetangga seberang melakukan transaksi menabung, dan tanya ke pihak BMT bagaimana proses menabung dengan penjelasan dari pihak BMT, maka tertarik ikut menabung di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin. memberikan kemudahan untuk menabung tanpa harus datang ke ke kantor. Alasan menggunakan nama keponakan karena sebelumnya mempunyai tabungan di BMT lain dengan nama sendiri,

tetapi di BMT disana jarang kesini untuk menabung jadi menggunakan KTP keponakan agar bisa nabung di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin”

Selanjutnya peneliti menanyakan, produk apa yang digunakan nasabah, dan apakah ada pendaftaran awal menabung, selama menabung di BMT apakah merasa terbantu dalam meningkatkan usaha dan apakah mempunyai kendala saat menabung di masa pandemi Covid-19 (Sari,komunikasi pribadi, 6 Mei 2022).

Berikut penjelasan Ibu Mihda Sari:

“Produk digunakan Tabungan, pendafran membuka tabungan 65.000 untuk biaya admin dan menunjukkan KTP, selama menabung di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin terbantu yang nyata soalnya mudah untuk diambil tabungannya dari pihak BMT AO langsung mengambil tabungan di tempat, walaupun kisaran menabung cuma 20.000 kadang kalau penjualan lagi lagi banyak bisa 50.000, untuk kendalanya selama tidak ada”

Pertanyaan terakhir peneliti selanjutnya saat nasabah melakukan transaksi kepada BMT UGT Nusantara Banjarmasin apakah ada mensosialisasikan produk lain seperti tabungan haji,membuka pembiaayana modal usaha, tabungan lembaga peduli siswa atau tabungan berjangka, dan kalau ditawarkan apakah anda berminat

(Sari, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Ibu Mihda Sari :

“ Untuk menawarkan atau mensosialisasikan belum ada, kalau ditawarkan mungkin belum tertarik karena mau fokus sekarang ini tabungan aja, tapi kalau ada tawaran tabungan tabungan umroh mungkin berminat menabung sedikit demi sedikit, tapi sekarang masih belum ada tawaran”

- 4) Nama : Bapak Mahlan
 Umur : 39
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Pedagang sembako dan pengajar TPA

Pertama peneliti menanyakan terkait respon awal mula mengetahui BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dan dari mana mengetahui BMT sehingga memilih menggunakan produk tersebut, apakah sebelumnya BMT pernah melakukan sosialisasi (Mahlan, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Bapak Mahlan:

“ Awal Mula jadi nasabah BMT ada di Pasar Sulewesi sekitar tahun 2020 masih dekat sini, untuk pendekatannya sosialisasi awal mulanya dari pihak BMT silahturahmi ke rumah sambil menawarkan membukan tabungan, alasan memilih BMT karena percaya menabung di BMT UGT Nusantara cabang Banjarmasin, karena pertama BMT dipimpin dari

seorang Alim Ulama, dan juga sebelum menabung meminta saran dari guru, maka dari itu membuat hati terbuka untuk menabung di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin”

Selanjutnya peneliti menanyakan, produk yang digunakan nasabah, dan selama menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin apakah nasabah mempunyai kendala dalam pembayaran di masa pandemi Covid-19, berikut penjelasan Bapak Mahlan:

“produk yang digunakan di BMT Tabungan dan pembiayaan modal usaha (UGT MUB), untuk kendala covid 19 soal tabungan tidak ada kendala selama Covid-19, soalnya untuk penagih sering datang ketempat jadi memudahkan dalam menabung, kecuali dari BMT libur untuk menabung libur juga”

Selanjutnya peneliti menanyakan kepada nasabah, tentang berapa pinjaman modal usaha (UGT MUB) kepada BMT dan untuk apa peminjaman tersebut, saat melakukan pelunasan peminjaman apakah nasabah mengalami kesulitan saat pengembalian dana di saat Covid-19 (Mahlan, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022).

Berikut penjelasan Bapak Mahlan:

“Pinjaman awal sekitar 1.000.000 dalam hitungan 2 bulan, untuk pembayaran pinjaman setorannya 25.000 perhari meminjam tersebut dikarenakan untuk menambahkan modal

usaha membeli minyak, gula dan lain-lain. selama pandemi Covid 19 untuk pembayaran peminjaman, ada kendala saat libur operasional covid-19, pernah pada saat itu penagih tidak datang untuk menagih, maka dari itu setor pembayaran peminjaman tetap jalan dan tidak ada pemberitahuan sama sekali dari pihak BMT saat libur kemarin, tetapi sudah dibereskan dengan kesepakatan bersama dari pihak penagih BMT libur maka pembayaran pinjaman dapat dipotong dari tabungan”

Pertanyaan terakhir, yang diajukan peneliti kepada nasabah selanjutnya saat nasabah melakukan transaksi kepada BMT UGT Nusantara Banjarmasin apa ada menawarkan produk lain seperti tabungan haji, membuka pembiayaan modal usaha, tabungan lembaga peduli siswa atau tabungan berjangka dan dengan menawarkan tersebut apakah nasabah tertarik untuk menggunakannya di masa pandemi Covid-19 (Mahlan, komunikasi pribadi, 6 Mei 2022). Berikut penjelasan Bapak Mahlan:

“ Untuk menawarkan belum ada untuk sekarang, tetapi yang sebelumnya awal mula meminjam modal itu ditawarkan dari pihak BMT untuk menambah usaha modal, maka dari itu dari ditawarkan itu langsung berminat untuk menambah usaha modal, dan apabila ditawarkan produk lagi untuk sekarang

belum berminat untuk penggunaan produk lainnya, tetapi untuk dua tahun belakang dari pihak BMT bercerita sekarang nasabah lebih banyak meminjam dari pada menabung”

Dari penjelasan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa efektivitas sosialisasi produk yang dilakukan BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin kepada nasabah di masa pandemi Covid 19 yaitu menggunakan teknik media secara langsung ke tempat (pasar/rumah) tanpa adanya penggunaan browser, dengan melalui pendekatan pembicaraan secara langsung kepada nasabah untuk mengajak nasabah menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin.

Bukan hanya melalui pendekatan BMT juga megedepankan pelayanan kepada nasabah untuk mempermudah nasabah betransaksi secara langsung ke tempat tanpa harus datang ke kantor, dengan adanya pelayanan tersebut dapat memberikan peluang bagi BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin untuk menarik nasabah menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin.

Berdasarkan data lapangan yang telah peneliti kumpulkan dari berbagai macam pengumpulan data, baik secara observasi, wawancara dan dokumentasi di BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin, maka dapat disimpulkan:

- 1. Informan karyawan BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dalam efektivitas sosialisasi produk kepada nasabah**

- a. Sosialisasi primer yang dilakukan BMT Banjamasin untuk menarik nasabah yaitu menggunakan media secara langsung turun kelapangan serta meminta bantuan kepada tokoh masyarakat untuk menarik minat nasabah, dengan menggunakan 4 strategi promosi yaitu produk, tempat, harga dan promosi yaitu menggunakan media Whatsapp dan Fecbook, tetapi lebih efektif menggunakan media Whatsapp karena nasabah.
- b. Produk yang tinggi peminatnya nasabah di BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin yaitu pembiayaan jaminan emas (JAS), Modal Usaha Barokah dan Jaminan Kendraan Bermotor (KBB).
- c. Kendala BMT pada selama pandemi Covid-19 terhadap jam operasional tidak berlaku di BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin, adapun kendala yang ditemui yaitu terhadap macetnya pembayaran transaksi nasabah disebabkan tempat usaha yang ditutup, masih sulitnya memperkenalkan aplikasi UGT kepada nasabah dan masih kurang percaya diri BMT Banjamasin untuk mengajak kerja sama ke lembaga-lembaga atau perkantoran karena persfektif masyarakat yang masih kurang percaya, serta kurangnya SDM yang belum memadai di BMT Banjamasin.

- d. Setelah pandemi Covid-19 BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin merasakan perubahan terhadap pemabayaran transaksi nasabah.

2. Respon Nasabah Atas Sosialisasi Dalam Memperkenalkan Produk Di Masa Pandemi Oleh BMT UGT Nusantara Cabang Banjamasin Untuk Menarik Minat Nasabah

- a. Nasabah berpendapat apabila BMT melakukan sosialisasi dalam memperkenalkan produk akan diterima dengan positif.
- b. Pelayanan karyawan yang dilakukan oleh BMT Banjamasin memudahkan bagi nasabah untuk pengambilan pembayaran transaksi ke tempat nasabah sangat bagus dan membantu nasabah tanpa harus datang ke kantor dan pelayanannya cukup bagus dan baik.
- c. Sosialisasi produk masih banyak yang belum direalisasikan oleh pihak BMT, sehingga membuat nasabah masih belum mengetahui produk di BMT Banjaramasin

B. Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang di dapatkan oleh peneliti di lapangan, maka temuan penelitian tersebut dapat dijelaskan dan dibahas secara lebih terperinci dan detail dengan memaparkan letak keterkaitan dan letak yang tidak terkait data dengan kajian teori yang dipaparkan sebelumnya. Pembahasan tersebut antara lain:

1. Upaya Sosialisasi Produk Yang Dilakukan Oleh BMT Banjarmasin Menarik Minat Nasabah di Masa Pandemi Covid-19 selama 2020-2021

Baitul Maal Wat Tamwil merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi ganda, tidak hanya berperan sebagai *baitul tamwil* sebagai lembaga pengumpul dana dan investasi yang melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif untuk meningkatkan kualitas para usaha nasabah dengan mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan untuk perkembangan usaha, adapun *baitul maal* sebagai lembaga untuk mengoptimalisasikan kegiatan seperti zakat, i nfaq dan sadaqoh (ZIS) yang bergerak dibidang sosial dan bisnis..

Maka disinilah peran BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin bertugas untuk meningkatkan aktivitas ekonomi kepada nasabah dengan menawarkan berbagai produk, untuk membantu usaha kecil dalam menyalurkan dana pengembangan usaha kepada anggota. Terlebih di masa pandemi covid-19 seperti yang terjadi sekarang ini, menjadikan *Baitul Maal Wat Tamwil* dapat melaksanakan perannya secara maksimal, yang dimana dana tersebut dapat membantu pemulihan ekonomi kepada masyarakat di Banjarmasin. Seperti peranan yang tergambar dalam Firman Allah SWT yaitu Q.S. Al-Baqarah/2: 119 yang berbunyi:

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ (١١٩)

Artinya:

“sungguh kami telah mengutusmu (Muhammad) dengan kebenaran, sebagai pembawa berita gembira dan pemberi peringatan. Dan engkau tidak akan di minta (pertanggungjawaban) tentang penghuni-penghuni neraka)”

Jika pihak lembaga keuangan sudah melakukan sosialisasi yang baik sehingga bisa membuat nasabah puas dan nasabah memiliki lembaga keuangan tersebut untuk segala kepentingan mereka jika kesulitan masalah keuangan sehingga mereka mengajukan pembiayaan di BMT tersebut yang tujuannya untuk kesejahteraan dan kepentingan kebutuhan mereka. karena dapat dikatakan efektif jika bisa menunjang pertumbuhan ekonomi dan akhirnya menciptakan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

Perlunya sosialisasi dalam menarik minat nasabah menggunakan produk di *Baitul Maal Wat Tamwil*, dalam dunia perekonomian nasabah bisa mempunyai minat jika pihak lembaga keuangan yang bertugas memberikan jasa mampu mengerakkan hati nasabah mungkin dengan merangsang pikirannya agar tertarik dengan produk-produk yang pihak BMT berikan, walaupun BMT merupakan lembaga yang dikenal dengan jalur kesederhanaan serta memberikan kemudahan transaksi bagi nasabah,

Apabila menginginkan sesuatu yang efektif, maka harus mengupayakan hal sesuai apa yang telah direncanakan dan harus berhasil. efektifitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran

seberapa jauh target yang akan dicapai, sehingga perlunya upaya dilakukan BMT untuk menjaring nasabah dengan sistem jemput bola yang dilakukan oleh pengelola BMT Banjarmasin khususnya bagian pemasaran yang aktif mencari nasabah disekitar lokasi BMT.

Dengan cara pengelola datang langsung kepada calon-calon nasabah, untuk berusaha menyakinkan nasabah menabung dan melakukan pembiayaan di BMT dengan tingkat operasionalnya yang mudah maka dengan cara tatap muka dengan para nasabah dan tetap harus mematuhi protokol kesehatan agar dapat bersosialisasi secara maksimal dan terhindar dari paparan COVID19 selama 2020-2021, tatap muka disini yang di maksud apabila ada seorang nasabah yang membutuhkan dana atau ingin complain atau mengeluhkan apa yang dirasakan pihak BMT bisa menjelaskan dengan detail agar dapat diterima oleh nasabah. Nasabah merasa lebih nyaman dan lega terhadap apa yang mereka keluhkan

Peluang inilah yang ditangkap BMT dengan memanfaatkan kondisi nasabah golongan menengah kebawah yang ingin melakukan peminjaman modal untuk usahanya dengan prosuder yang praktis dan tidak ada bunga, maka dengan prosuder yang diberikan BMT secara sederhana, cepat dan mudah dipahami maka nasabah merasa terbantu, Selain itu juga pihak lembaga keuangan bisa membaca karakteristik nasabah tersebut jika bertatap muka akan lebih muda mengenalinya.

Meskipun variasi produk yang dimiliki BMT berbeda dibandingkan lembaga keuangan formal lainnya, namun sebagian masyarakat masih menganggap penting peran BMT sebagai salah satu alternatif pembiayaan bagi nasabah. BMT sesungguhnya mempunyai kekuatan dalam bersaing karena BMT mempunyai karakteristik dan ciri khas sebagai lembaga keuangan non bank yang menawarkan transaksi-transaksi bisnis dengan penawaran beberapa produk yang meningkatkan kualitas dan kuantitas kepada Allah.

BMT juga mempunyai sektor rill yang menjadi primadona bagi pengembangannya maka dengan adanya fenomena ini menunjukkan bahwa kemampuan BMT dalam memberikan kemudahan terhadap dana pada sektor rill, untuk memberikan kontribusi yang cukup besar dalam permodalan usaha. Ada dua dampak yang akan terjadi dengan adanya tambahan usaha sektor rill yaitu, pertama memberikan keuntungan kepada BMT akan meningkatkan kesejahteraan dalam pengelola. Kedua bagi hasil dapat diberikan kepada nasabah dengan meningkatkan kuantitas usaha pada sektor rill. Hal ini tentunya menjadikan salah satu kekuatan positif bagi BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin untuk menjaring nasabah sebanyak-banyaknya.

2. Faktor Pengambat Dan Faktor Pendukung Terhadap Efektivitas Sosialisasi Produk Di BMT Pada Masa Pandemi 2020-2021 Di Banjarmasin

Maka BMT perlunya melakukan pensosialisasian dalam menarik minat nasabah menggunakan produk di Baitul Maal Wat Tamwil, dalam dunia perekonomian nasabah bisa mempunyai minat jika pihak lembaga keuangan yang bertugas memberikan jasa mampu mengerakkan hati nasabah mungkin dengan merangsang pikirannya agar tertarik dengan produk-produk yang pihak BMT berikan, walaupun BMT merupakan lembaga yang dikenal dengan jalur kesederhanaan serta memberikan kemudahan transaksi bagi nasabah,

Sehingga masih banyak masyarakat sekitar yang menimbulkan perspektif atas kurangnya kepercayaan nasabah kepada BMT Banjarmasin yang menjadikan sosialisasi belum terlaksanakan, adapun beberapa faktor penghambat sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran yang hanya berorientasi di daerah lokal yang berdampak pada lemahnya upaya BMT dalam mensosialisasikan produk-produk BMT diluar, yang dimana masyarakat BMT itu berada.
- b. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan, sehingga masyarakat sering mempunyai persepsi keliru mengenai BMT. Ada sebagian masyarakat dengan ekstrem mensejajarkan BMT dengan posisi renternir yang banyak beroperasi di pasar, yang berdampak kepada kepercayaan nasabah di pasar sehingga cenderung berpaling dari BMT yang dianggap sebagai lembaga kecil yang tidak meyakinkan keberadannya,

sehingga juga sulitnya memperkenalkan penggunaan aplikasi UGT kepada nasabah untuk mempermudah dalam bertransaksi.

- c. Mayoritas nasabah kota mempunyai rasa gengsi untuk menabung dan melakukan peminjaman di BMT.
- d. Mempunyai SDM yang kurang memadai yang kebanyakan berkolerasi dari tingkat pendidikan dan pengetahuan. Karena BMT dituntut untuk meningkatkan sumber daya melalui pendidikan formal dan non formal untuk menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan atau bisnis islami.

Oleh karena itu jika BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin mampu bersosialisasi kepada masyarakat dengan memberikan edukasi tentang apa itu lembaga keuangan yang berpola syariah, maka akan lebih mudah untuk mengambil hati nasabah dan kemungkinan nasabah agar menggunakan produk tersebut. Walaupun pengelolaan BMT menyadari bahwa kondisi pasar sangat lah terjangkau pada wilayah tertentu saja.

Apabila pihak BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin sudah melakukan sosialisasi yang baik, sehingga membuat nasabah merasa puas dengan mempunyai produk di Baitul Maal Wat Tamwil. Maka akan menarik minat nasabah bisa datang ketika nasabah tersebut puas dengan hasil kinerja di BMT tetap bisa memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah tanpa khawatir terpapar virus COVID-19. Maka perlunya beberapa faktor pendukung sosialisasi yang harus dimiliki BMT UGT

Nusantara Cabang untuk menarik minat nasabah di Banjarmasin pada masa pandemi Covid-19, sebagai berikut:

- a. Mampu memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah dengan menjunjung tinggi terhadap kesopanan dan keramahan dan BMT juga memberikan kemudahan kepada nasabah dengan mendatangi langsung konsumen baik untuk mengambil simpanan nasabah atau mengambil kewajiban dari nasabah peminjam
- b. Memberikan kemudahan untuk nasabah yang ingin melakukan transaksi menabung dan membutuhkan pembiayaan dengan prosedur secara intens dan cepat.
- c. Membantu nasabah untuk meningkatkan usaha mikro untuk meningkatkan taraf hidup melalui mekanisme kerja sama ekonomi dan bisnis.

Dengan adanya faktor pendukung tersebut dapat mendorong BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan untuk nasabah dalam memperkenalkan produk dengan harapan agar dapat membantu nasabah untuk menjalankan usahanya dimasa pandemi Covid-19.

3. Respon Nasabah Terhadap Efektivitas Sosialisasi Produk Yang Dilakukan BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin Pada Masa Pandemi

Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada nasabah mengenai persepsi apabila BMT melakukan sosialisasi produk di masa pandemi Covid-19, yaitu pendapat nasabah sosialisasi tersebut cukup efektif dan bagus dan akan diterima oleh nasabah, karena nasabah ingin mengetahui produk apa saja yang dapat digunakan untuk menambah perekonomian di masa akan datang, terlebih BMT meutamakan masyarakat ekonomi menengah ke bawah yang ada di kota Banjarmasin.

Selain itu nasabah berpendapat memilih produk di BMT merupakan pilihan yang sangat efektif membantu perkembangan usaha yang terkena dampak pandemi Covid-19, sehingga peran BMT sangat diperlukan sebagai pemberdayaan masyarakat, dikarenakan semua aspek yang dijalankan oleh BMT ditempuh melalui jalan kesederhanaan dan lebih menyentuh kaum masyarakat ekonomi menengah ke bawah yang terkena dampak covid-19.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari responden sebagai nasabah memilih menggunakan produk di BMT Banjarmasin, dikarenakan merasa terbantu terhadap kebutuhan permodalan untuk usaha yang dijalankan nasabah, secara perlahan memberikan pertumbuhan ekonomi, dengan konsep perekonomian terhadap pemberdayaan masyarakat kecil yang tengah mengalami kesulitan terhadap modal usahanya untuk melakukan pembiayaan.

Penilaian masyarakat terhadap pelayanan BMT bagi masyarakat dan nasabah dinilai memuaskan. Hal ini juga bisa dilihat dari karyawan BMT yang mengedepankan kesopanan dan keramahan agar nasabah dan masyarakat bisa nyaman dan aman untuk menabung atau meminjam dana dari BMT. Serta mengedepankan kesopanan, keramahan dan kemudahan, seperti: penyetoran tabungan dengan sistem jemput bola atau mengambil tabungan dari nasabah secara langsung ditempat, memberikan pelayanan jasa BMT untuk melayani nasabah dengan melakukan transaksi secara langsung ditempat, memberikan kemudahan dan keamanan selama menabung dan meminjam dana dari BMT.

Hanya saja dalam sosialisasi menurut pendapat nasabah masih belum adanya pergerakan yang dilakukan, sehingga perlun adanya pembenahan agar bisa berkembang lebih maju lagi untuk menumbuhkan minat menggunakan produk-produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dengan memberikan edukasi yang tepat untuk nasabah yang masih belum banyak mengetahui produk di BMT untuk memperkuat perekonomian lokal yang didominasi oleh masyarakat ekonomi menengah ke bawah.