

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya serta mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya efektivitas sosialisasi produk yang diterapkan oleh BMT UGT Nusatara Cabang Banjarmasin pada masa pandemi Covid-19 adalah dengan menggunakan sistem jemput bola atau pendekatan cara datang langsung ke tempat untuk menyakinkan nasabah menggunakan produk di BMT UGT Nusatara Cabang Banjarmasin dengan menentukan lokasi yang strategis untuk menarik minat nasabah menggunakan produk-produk di BMT serta memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah dan memfokuskan terhadap lokasi yang strategis yaitu pasar tradisional sebagai pangsa pasar yang bagus dalam menarik minat nasabah menggunakan produk di BMT UGT Nusatara Cabang Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 selama 2020-2021.
2. Faktor pendukung sosialisasi produk di BMT UGT Nusatara Cabang Banjarmasin dalam masa pandemi covid-19 adalah BMT merupakan yang dapat memposisikan perannya sebagai lembaga keuangan syariah yang dimana BMT dalam membantu pelaku

usaha untuk memenuhi modal dengan menawarkan bantuan modal usaha dengan mudah dan cepat kepada nasabah dikarenakan aspek yang dijalankan oleh BMT ditempuh dengan jalan kesederhanaan dan lebih menyentuh terhadap kaum masyarakat menengah ke bawah sehingga secara perlahan dapat mampu memberikan pertumbuhan ekonomi.

Faktor penghambat dari sosialisasi produk yang dilakukan oleh BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin pada masa pandemi covid-19 adalah kinerja SDM yang masih perlu diperbaiki terhadap praktek lapangan yang perlunya melakukan pembenahan untuk bisa berkembang dan lebih maju lagi, karena dalam realitisnya masih belum berbanding lurus dengan pemahaman nasabah soal Baitul Maal Wat Tamwil sehingga menimbulkan kurangnya kepercayaan nasabah menggunakan produk di BMT yang beranggapan bahwa mempunyai kesamaan dengan bank konvensional. Serta diperlukan inovasi produk untuk memudahkan akses untuk nasabah dan perlunya melakukan edukasi terhadap masyarakat untuk menggunakan produk BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin pada dikondisi covid-19 selama 2020-2021.

3. Nasabah terhadap sosialisasi yang dilakukan belum ada, akan tetapi nasabah menilai bahwa produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin cukup inovatif dan kontribusi

nyata dalam memudahkan masyarakat khususnya nasabah untuk membantu nasabah terhadap permodalan usaha di masa pandemi covid-19.. Adapun dari sisi pelayanan BMT terhadap nasabah juga cukup bagus serta mengutamakan kenyamanan dan kesopanan agar nasabah bisa nyaman dan aman untuk menabung dan meminjam dana di BMT.

Maka dapat dikatakan dari kesimpulan diatas sosialisasi yang masih dikatakan belum efektif dikarenakan belum adanya pegerakan dari BMT menyosialisasikan produk kepada nasabah, walaupun BMT melakukan upaya pendekatan kepada nasabah secara langsung dan terdapat beberapa faktor-faktor sosialisasi yang dilakukan yaitu faktor internal dan faktor eksternal, sehingga perlunya evaluasi rutin pada hal-hal yang dirasa masih perlu untuk dibenahi seperti pelayanan, profesionalisme karyawan, dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu diperlukan inovasi produk dari BMT dan kemudahan akses, agar memudahkan masyarakat dalam menggunakan produk BMT.

B. Saran

Berdasarkan hasil peneliti lakukan terhadap lembaga keuangan syariah BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin terdapat beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan guna meningkatkan

kinerja dan memberikan saran-saran yang bermanfaat untuk kearah yang lebih baik, sebagai berikut:

1. Bagi Pihak BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin
 - a. Untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk, sebaiknya BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin lebih gencar lagi terhadap sosialisasi agar dapat memberikan edukasi kepada nasabah yang masih belum mengetahui produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin.
 - b. Pihak BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin sebaiknya memperkuat lagi terhadap kinerja dan perlunya melakukan evaluasi rutin untuk melakukan pembenahan terhadap skill terhadap karyawan khususnya terhadap karyawan AO yang secara langsung turun kelapangan.
 - c. Menghilangkan rasa minder untuk menjalin kerja sama dengan lembaga lainnya dan perlu inovasi produk serta kemudahan akses agar memudahkan nasabah menggunakan produk di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin.

2. Bagi Nasabah

Dapat menjadikan mitra bisnis bagi BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin dengan saling kerja sama dan support

dalam menumbuhkan ekonomi khususnya di kota Banjarmasin pada masa pademi Covid-19.

3. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna hasilnya, oleh sebab itu peneliti selanjutnya menyarankan kepada pembaca agar dapat meneliti lebih lanjut mengenai penelitian penulisan skripsi ini dengan mencari lebih dalam terhadap sosialisasi di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin, karena penulis mempunyai keterbatasan terhadap jumlah sampel sehingga belum mampu mengungkap permasalahan-permasalahan sosialisasi dilapangan yang lebih kompleks dengan membandingkan sosialisasi dimasa sekarang dengan masa pandemi.