

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini pelaku UMKM di Indonesia memiliki kontribusi sangat besar dalam menggerakkan roda perekonomian di Indonesia. Dengan memiliki jumlah unit dan jenis yang beranekaragam menjadi salah satu alasan mengapa hal tersebut dapat terjadi. Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) pada tahun 2020 mencatat bahwa terdapat setidaknya 64 juta UMKM di Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM juga mencatat bahwa terdapat 64,2 juta unit UMKM di Indonesia pada 2021. Jumlah tersebut terdiri dari sekitar 63,9 juta unit usaha mikro, 193,9 ribu unit usaha kecil, 44,7 ribu unit usaha menengah, dan 5,5 ribu unit usaha besar. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, pada 2022 UMKM menyumbang 61,9% terhadap Produksi Domestik Bruto (PDB) nasional yang mengakibatkan penyerapan tenaga kerja sebanyak 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.¹

Berdasarkan hal tersebut, UMKM menjadi tumpuan dalam ekonomi di Indonesia. Di Tengah perkembangan serta penggunaan ilmu teknologi dan informasi yang sangat massif saat ini membuat perubahan terjadi dalam berbagai bidang, salah satunya adalah digitalisasi. Kurangnya inovasi serta pengetahuan dalam teknologi menjadi beberapa persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia. Menurut Kementerian Keuangan (Kemenkeu) dalam surat kabar majalah yang berjudul Beraksi edisi febuari 2022 menyebutkan bahwa sebagian besar UMKM masih mengalami berbagai tantangan, seperti kesulitan naik kelas, minim akses digitalisasi, sulit menembus pasar global, belum produktif, hingga kekurangan layanan finansial². Untuk mengatasi hal tersebut maka salah satu cara

¹ Haryo. L, *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. 2021. Diakses dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dango-export-pemerintah-siapkanekosistem-pembiayaan-yangterintegrasi>. Pada tanggal 29/04/2024.

²Central Transformation Office. *Beraksi (Berita Aktual Transformasi) Fokus: Sinergi Pemberdayaan UMKM*. 2022. . Diakses dari https://media.kemenkeu.go.id/getmedia/404541f7-c878-409a-8c5b-c8ec09298d65/BERAKSI_Februari_2022.pdf. Pada Tanggal 29/04/2024.

yang dapat digunakan adalah dengan melakukan pemberdayaan.

Menurut Rappaport, pemberdayaan merupakan sebuah cara dengan mana rakyat, organisasi, serta komunikasi diarahkan agar mampu menguasai atau berkuasa atas kehidupannya³. Pemberdayaan dengan memberikan pendampingan dalam bentuk Pengetahuan dengan tujuan agar para pelaku UMKM dapat mempunyai keterampilan, kemampuan serta pengetahuan dalam mengembangkan sebuah usaha sehingga dapat mengembangkan usaha yang dimilikinya. Proses pemberdayaan dapat dilakukan dengan memberikan pendampingan eksklusif secara langsung seperti pada program *bestee Intership* yang dibuat oleh Bank Syariah.

Fachmy Achmad, Direktur Bank Syariah menyampaikan bahwa program *Bestee intership* telah berhasil memberdayakan lebih dari 49 ribu ibu-ibu nasabah. Setiap nasabah mendapatkan pendampingan secara eksklusif dari 1.821 mahasiswa untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya di lebih dari 827 kecamatan di Indonesia.⁴ Dalam hal ini Bank Syariah bekerja sama dengan Kampus Merdeka membuka kesempatan kepada para mahasiswa untuk magang (*intern*), dengan berbagai pilihan posisi, seperti: Fasilitator Pendamping Nasabah Pembiayaan, *Community Empowerment Officer, Project & Social Media Officer, Content Creator Coordinator, Project & Social Media Officer, Area Daya Specialist, Content Creator, Admin Platform, Community Activation, Penggerak Pasar Daya, Design & Communicarion*.⁵

³ Dwi Iriani Margayaningsih, *Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat di Desa*. Hal 73

⁴ Arifin. *Lewat Bestee, BTPN Syariah Terus Berjuang untuk Kesejahteraan Masyarakat Inklusi*. 2024. Diakses dari <https://timesindonesia.co.id/indonesia-positif/486459/lewat-bestee-btpn-syariah-terus-berjuang-untuk-kesejahteraan-masyarakat-inklusi>. Pada 21/06/2024

⁵ Web Resmi Bank Syariah. Diakses dari https://www.btpnsyariah.com/in_ID/web/guest/tentang-daya#:~:text=Bestee%20Platform.aplikasi%20yang%20dikembangkan%20secara%20bertahap. pada 29/04/2024.

Lokasi Magang : Kantor Pusat Jakarta	Lokasi Magang : Remote Site (Jawa, Kalimantan, Sumatera, Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara)
Posisi : <ul style="list-style-type: none"> • Community Empowerment Officer • Content Creator Coordinator • Project & Social Media Coordinator • Design & Communication Officer • Admin Platform 	Posisi : <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitator Pendamping • Content Creator • Project & Social Media Officer • Area Daya Specialist • Penggerak Pasar Daya • Community Activation

Gambar 1 Tabel Posisi dan penempatan bestee intership (Sumber: Web Bank Syariah.) Diakses pada 29/04/2024.

Dengan misi menciptakan kesempatan untuk bertumbuh dan Kembangan masa depan yang dapat mengubah hidup jutaan rakyat Indonesia lebih baik maka dibentuk sebuah program pemberdayaan *bestee intership*. Program Bestee merupakan sebuah singkatan dari Berdaya Bersama Sahabat Tepat Indonesia. Dengan mengusung slogan *bersama berdaya memberi makna* yang memiliki arti bersama-sama kita melakukan pemberdayaan dan memberikan makna kepada para nasabah pelaku UMKM diharapkan niat baik yang telah diusung dapat bermanfaat serta membantu mewujudkan suatu Impian. Namun dalam praktiknya Program pemberdayaan bestee diselenggarakan di seluruh wilayah di Indonesia, salah satunya di kecamatan Godean, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Program ini ditujukan untuk nasabah bank syariah yang merupakan para Ibu Tangguh pelaku UMKM.

Program *bestee Intership* menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah dalam mewujudkan niat baik untuk mengubah hidup jutaan masyarakat di Indonesia. Untuk mewujudkan hal tersebut, komunikasi persuaisf menjadi satu faktor terpenting dalam program pemberdayaan *bestee interhsip*. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh pihak bank syariah kepada nasabah melalui program pendampingan *bestee intership* yang dilakukan oleh mahasiswa untuk memberdayakan dan membantu nasabah dalam mengembangkan usaha menjadi dasar terpenting dalam program pemberdayaan. Agar nasabah dapat

bersedia untuk diberdayakan serta dibantu dalam mengembangkan usaha yang dimilikinya, diperlukan komunikasi dalam bentuk persuasif agar nasabah dapat menerima pesan yang ingin disampaikan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian tentang bagaimana komunikasi persuasif yang terjadi pada Bank Syariah melalui program pemberdayaan *bestee intership* yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap nasabah pelaku UMKM di kecamatan Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis menyimpulkan bahwa identifikasi Masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana komunikasi persuasif pada Bank Syariah dalam program pemberdayaan *bestee Intership* terhadap nasabah pelaku UMKM di kecamatan Godean, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak penulis capai dalam melakukan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Bagaimana komunikasi persuasif pada Bank Syariah dalam program pemberdayaan *bestee Intership* terhadap nasabah pelaku UMKM di kecamatan Godean, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

1.4 Manfaat penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat dan sumbangsih dalam pengetahuan baik secara teoritis dan praktis

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sumbangan yang berharga di dalam Ilmu Pengetahuan
2. Penulis berharap dengan penelitian yang penulis lakukan dapat menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi penulis sehingga penulis dapat mempunyai pengalaman untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Dapat memicu penelitian lainya dengan tema dan cakupan yang luas.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Untuk PT Bank Syariah diharapkan dapat memberikan kontribusi /

pedoman untuk perkembangan program agar menjadi lebih baik kedepannya.

2. Dapat digunakan sebagai bahan pedoman serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Secara umum, paradigma merupakan seperangkat kepercayaan atau keyakinan dasar yang menuntun seseorang dalam bertindak dalam kehidupan sehari-hari.⁶ Menurut Harmon (dalam Nurhadi 2015:7) Paradigma merupakan cara mendasar untuk melakukan sebuah persepsi, berfikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas.⁷ Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong 2004:30) Paradigma merupakan Kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang secara bersama, konsep atau proposisi yang mengarah kepada cara berfikir dan peneliti.⁸

Berdasarkan penjelasan tersebut, dengan kata lain dapat diartikan bahwa paradigma merupakan sebuah cara pandang atau gagasan dasar yang dimiliki manusia sebelum menentukan persepsi dalam berfikir dan menilai suatu hal. Paradigma digunakan sebagai cara pandang / dasar pemikiran peneliti dalam melihat persoalan masalah, memproses, dan memaparkan hasil temuan. Guba (Dalam Salim 2006: 68) menyebutkan terdapat empat paradigma dalam sebuah penelitian, salah satunya adalah paradigma Pos-positivisme

Paradigma Pos-Positivisme merupakan paradigma yang muncul untuk memperbaiki setiap kekurangan dari paradigma positivisme. Paradigma Pos-Positivisme merupakan sebuah

⁶ Salim. 2006. "*Teori & Paradigma Penelitian sosial*". Tiara Wacana. Hal 63.

⁷ Nurhadi. 2015. "*Teori-Teori Komunikasi*". Ghalia Indonesia, Cet. Pertama, Maret 2015. Hal 7.

⁸ Moleong. 2004. "*Motodologi Penelitian Kualitatif*". PT Remaja Rosdakarya- Bandung. Hal 30.

paradigam yang berpandang bahwa realitas benar adanya dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam. Namun dalam pandangan ini, mustahil bagi peneliti untuk melihat realitas secara benar sehingga dalam penelitian harus dilengkapi dengan metode *Triangulasi* yaitu penggunaan metode, sumber data, periset dan teori. Aliran pandangan Pos-Positivisme menekankan arti penting dalam hubungan interaktif antara periset dengan objek yang diteliti. Dimana sepanjang hubungan tersebut periset bisa bersifat netral sehingga dapat mengurangi Tingkat subjektivitas.⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka di dalam penelitian yang penulis lakukan kali ini, penulis menggunakan Paradigma Pos-Positivisme. Dalam menggunakan paradigam Pos-Positivisme, peneliti dapat mengkaji bagaimana Bagaimana Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Bank Syariah melalui program pemberdayaan *Bestee Intership* terhadap nasabah pelaku UMKM di kecamatan Godean, Kab Sleman, D.I Yogyakarta.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah metode ilmiah yang digunakan untuk pengumpulan data dengan tujuan tertentu. Sigiyono menyebut bahwa pada dasarnya metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan tertentu.¹⁰ Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong 2012:4) metode kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata yang diaplikasikan secara tertulis ataupun lisan dari pribadi dan perilaku yang dapat diamati.¹¹

⁹ Salim. 2006. "Teori & Paradigma Penelitian social". Tiara Wacana. Hal 69.

¹⁰ Sugiyono. 2013. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". Alfabeta. Bandung. Hal 2.

¹¹ Moleong. 2012. "*Metode penelitian kualitatif*". PT Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 2.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif berfokus pada makna daripada generalisasi; pengumpulan data dilakukan secara triangulasi dan analisis data bersifat induktif.¹² Metode Kualitatif berfungsi sebagai prosedur dalam sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari gagasan dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif terdapat cirikhas yang dapat membedakan dari jenis penelitian lainnya, ciri-ciri tersebut meliputi latar alamiah, manusia sebagai unsur utama dalam penelitian, terjalinnya hubungan langsung antara peneliti dengan informan, analisis data induktif, serta data yang disajikan secara deskriptif yang diperoleh melalui wawancara, catatan observasi, serta kajian yang kemudian menjadi sebuah data kongkrit untuk membentuk sebuah argumen.¹³

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi secara dalam dan terbuka pada berbagai tanggapan. Penelitian ini mencoba orang untuk mengemukakan berbagai pikiran mereka tentang suatu topik tanpa memberikan banyak pedoman atau arahan pada mereka. penelitian ini juga memiliki tujuan untuk menjabarkan serta menganalisa peristiwa, kegiatan sosial, maupun pemikiran dengan kata-kata maupun bahasa.

Alasan penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena penulis ingin memberikan pengertian yang mendalam secara detail mengenai bagaimana komunikasi persuasif pada Bank Syariah melalui *Bestee Intership* yang dilakukan oleh mahasiswa peserta magang dan studi independent bersertifikat (MSIB) terhadap

¹² Abdussamad. 2021. “*Metode Penelitian Kualitatif*”. CV Syakir Media Press. Hal 80

¹³ Hikmat. 2014. “*Metode Penelitian*”. Graha Ilmu. Yogyakarta. Hal 38.

nasabah Ibu Tangguh Bank Syariah pelaku UMKM.

1.5.3 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian merupakan hal yang menjadi focus perhatian dari penelitian. Menurut Suharsimi dan Arikunto (dalam Abubakar 2021:55) Objek penelitian atau disebut juga variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi perhatian peneliti.¹⁴ Variabel penelitian merupakan suatu atribut yang berbentuk sifat dan nilai dari objek penelitian yang mempunyai variasi tertentu yang kemudian akan diaplikasikan oleh peneliti serta akan dipelajari dan akan ditarik kedalam sebuah kesimpulan.¹⁵

Berdasarkan penjelasan tersebut, objek yang menjadi variable dalam penelitian ini adalah komunikasi persuasif dalam program pemberdayaan *bestee intership* yang dilakukan oleh mahasiswa peserta Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) *bestee intership* Bank Syariah yang posisi Fasilitator Pendamping yang memberikan pendampingan secara eksklusif terhadap nasabah pelaku UMKM dan mahasiswa peserta program *Bestee Intership* dengan posisi sebagai Area Daya Spesialis. Objek penelitian selanjutnya adalah nasabah dari bank syariah yang merupakan pelaku usaha yang menerima pendampingan oleh fasilitator pendamping agar dapat meningkatkan kemampuan, pengetahuan serta keterampilan yang nantinya diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha yang dimilikinya agar semakin maju dan berkembang.

1.5.4 Subjek Penelitian

Subjek dalam sebuah penelitian merupakan sumber yang

¹⁴ Abubakar. 2021. "Pengantar Metodologi Penelitian". SUKA-Perss UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta. Hal 55.

¹⁵ Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Alfabeta. Bandung. Hal 38.

memiliki kompetensi untuk mendapatkan data/ informasi yang berhubungan dengan topik penelitian. Di dalam penelitian yang penulis lakukan, kriteria Subjek dalam penelitian yang penulis lakukan adalah mahasiswa peserta magang program *bestee intership* yang terlibat langsung dalam melakukan komunikasi dengan nasabah untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya. Sebagai penunjang penulis juga akan memberikan analisis dari nasabah pelaku UMKM berdasarkan pengamatan dan pengalaman penulis selama menjadi *Sosial Media Officer* (SMO) yang dimana terlibat langsung dalam kegiatan pendampingan.

1.6 Jenis Data

Adapun penelitian yang penulis lakukan terdapat dua jenis sumber data penelitian yang digunakan untuk membuktikan penelitian yang penulis lakukan, diantaranya adalah data primer dan data sekunder.

1.6.1 Data Primer

Data primier merupakan data pertama yang diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek yang sedang diteliti. Data pertama diperoleh oleh peneliti melalui observasi yang telah dilakukan secara langsung. Dalam mengumpulkan data, peneliti dapat menggunakan alat pengambil data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang sedang diteliti. ¹⁶Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa data primer merupakan data dari tangan pertama yang diperoleh melalui narasumber secara langsung (dalam hal ini adalah objek penelitian) dengan cara melakukan observasi secara langsung. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primer dari observasi yang dilakukan secara partisipan dengan terlibat langsung kedalam kegiatan program pemberdayaan *bestee intership*.

¹⁶ Azwar. 1998. "*Metode Penelitian*". Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI). Yogyakarta. Hal 91.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti melalui pihak lain. Data sekunder merupakan data dari tangan kedua yang dimana diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti dari subjek penelitian yang diteliti. Data diperoleh dari suatu otoritas atau pihak yang berwenang.¹⁷ Dengan kata lain data sekunder dapat diperoleh dari orang lain dan dokumen-dokumen (seperti karyawan dan peserta magang *bestee intership* yang berbeda posisi) ataupun dokumen berupa jurnal, artikel dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah penelitian). Pada dasarnya data sekunder merupakan data yang digunakan untuk mendukung data primer dalam melakukan sebuah penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi data mengenai penjelasan program *bestee intership* dari Bank Syariah.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh/ mendapatkankantkn data untuk membuktikan penelitian, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Diantaranya adalah

1.7.1 Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan sebuah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dengan terjun langsung kedalam lapangan kemudian mengamati secara langsung gejala yang sedang dialami terhadap subjek penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar peneliti bisa mendeskripsikan masalah yang sedang terjadi dengan dihubungkan teknik pengumpulan data yang lain seperti kuesioner atau wawancara dan hasil yang diperoleh dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu.¹⁸ Nasution mengungkapkan (dalam Hikmat 2014:73) Teknik observasi dapat

¹⁷ *Ibid.* Hal 92.

¹⁸ Sahir. 2021. “*Metodologi Penelitian*”. KBM Indonesia. Jogjakarta. Hal 30.

menerangkan secara besar dan terstruktur mengenai masalah-masalah yang dihadapi. Hal ini terjadi karena data pengamatan berupa deskriptif secara factual, cermat dan terperinci mengenai situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan berupa kegiatan subjek penelitian dan sistem yang terjadi.¹⁹

Pada pengamatan partisipan, peneliti menjalankan dua peran yang berbeda, yang pertama sebagai pengamat dan yang kedua sebagai anggota dari kelompok yang sedang diamati.²⁰ Berdasarkan hal tersebut, dalam observasi untuk mendapatkan data dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan Teknik observasi partisipan. Yang dimana pada pelaksanaannya, penulis terlibat langsung dalam program *bestee intership* Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) dalam melakukan pendampingan secara langsung terhadap nasabah Bank Syariah pelaku UMKM.

Pada program *bestee intership*, penulis berposisi sebagai *Sosial Media Officer* (SMO) yang dimana memiliki tugas utama untuk melakukan dokumentasi kegiatan pendampingan, yang dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh fasilitator pendamping kepada nasabah Ibu tangguh Bank Syariah pelaku UMKM. Penulis merupakan peserta *bestee intership* MSIB sehingga penulis terlibat langsung dalam kegiatan pendampingan dengan nasabah Ibu Tangguh. Setiap harinya, penulis mengikuti, membantu, dan mendampingi fasilitator pendamping dalam melakukan kegiatan pendampingan.

1.7.2 Wawancara

Pada penelitian ini penulis juga memilih untuk menggunakan Teknik pengumpulan data melalui wawancara.

¹⁹ Hikmat. 2014. "*Metode Penelitian*". Graha Ilmu. Yogyakarta. Hal 73.

²⁰ Djamal. 2017. "*Paradigma Penelitian Kualitatif*". Mitra Pustaka. Yogyakarta. Hal 70.

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti. Menurut Soeharto (dalam Hikmat 2014:80) mengungkapkan wawancara merupakan sebuah kegiatan pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden yang dilakukan oleh peneliti serta kemudian jawaban dari responden dicatat atau direkam.²¹

Wawancara adalah sebuah bentuk percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak secara langsung yang terdiri dari pewawancara (interviewer) atau yang memberikan pertanyaan dan terwawancara (interview) atau yang memberikan jawaban.²² Berdasarkan hal tersebut, agar dapat memperoleh data yang kongkrit dari subjek penelitian, dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan. Wawancara dilakukan untuk mengatasi keterbatasan dalam pengamatan yang tidak dapat dijangkau oleh peneliti dalam mendalami pikiran dan perasaan pada subjek yang diteliti.²³

Dengan demikian berdasarkan Kriteria Informan yang telah penulis sampaikan, Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan mahasiswa peserta program pemberdayaan *bestee intership* yang berposisi sebagai Fasilitator pendamping Bernama Aditia Pranugroho Muslim. Serta mahasiswa yang memiliki tugas untuk melakukan pendataan dan sosialisasi terkait program pemberdayaan terhadap nasabah pelaku UMKM, yakni Area Daya Spesialis (ADS) bernama Faza Ahimsa Abrar. Penulis juga mendapatkan narasumber dari mantan fasilitator pendamping program pemberdayaan *bestee intership*, yakni Kurnia Fitria Nugraheni.

1.7.3 Dokumentasi

²¹ Hikmat. 2014. "Metode Penelitian". Graha Ilmu. Yogyakarta. Hal 80.

²² Moleong. 2012. "Metode Penelitian Kualitatif". PT Remaja Rosdakarya. Hal 186.

²³ Djamel. 2017. "Paradigma Penelitian Kualitatif". Mitra Pustaka. Yogyakarta. Hal 75.

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan sebuah bukti-bukti dari kegiatan pengamatan yang dilakukan secara langsung dengan disertai penjelasan kongkrit. Nasution menyebut (dalam Hikmat 2014:83) dalam sebuah penelitian dokumen menjadi penting dikarenakan dapat menambah pengetahuan apabila dilakukan analisis secara mendalam.²⁴ Salah satu tujuan dokumentasi adalah untuk memberikan penggambaran secara nyata. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari dokumen pribadi atau arsip yang digunakan sebagai data pendukung penelitian yang dilakukan. Data dokumentasi difokuskan pada masalah dalam penelitian, diantaranya mengenai Sejarah kelembagaan, daerah penyebaran, kewilayahan, kependudukan, agama dan hal lainnya yang berhubungan dengan objek suatu penelitian.²⁵

1.8 Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian yang penulis lakukan, penulis menggunakan Teknik analisis data menggunakan tehnik mode analisis Interaktif Milles & Huberman. Dalam penelitian ini, analisis data dilaksanakan secara bersamaan



Gambar **Error! Bookmark not defined.** Alur model analisis interaktif Milles & Huberman.

dengan proses pengumpulan data²⁶, dengan teknis sebagai berikut:

Berdasarkan hal tersebut, maka proses analisis data dalam penelitian ini melalui empat tahapan, yaitu Pengumpulan data, Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

²⁴ Hikmat. 2014. “*Metode Penelitian*”. Graha Ilmu. Yogyakarta. Hal 83.

²⁵ Hikmat. 2014. “*Metode Penelitian*”. Graha Ilmu. Yogyakarta. Hal 83.

²⁶ Sirajuddin S. 2017. “*Analisis Data Kualitatif*”. Pustaka Ramadhan”, Bandung. Hal 95.

1.8.1 Pengumpulan data

Data didapatkan dari hasil wawancara, Observasi dan dokumentasi baik dalam bentuk dokumen, foto, video ataupun jurnal dan penelitian terdahulu. Peneliti juga dapat memberikan data berdasarkan apa yang dilihat, dirasakan, didengar ataupun dialami oleh peneliti ketika melakukan observasi.

1.8.2 Reduksi Data

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya penulis akan melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses penyederhanaan temuan data dengan memilih data yang sesuai dengan permasalahan. Data yang telah disederhanakan akan digunakan sebagai analisa penemuan dalam memecahkan masalah yang sedang diteliti. Dalam proses reduksi data, hanya data yang relevan atau berkaitan dengan penelitian yang akan digunakan. Untuk data yang tidak berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti akan dibuang. Dengan kata lain reduksi data merupakan sebuah proses pengerucutan data agar memudahkan peneliti dalam mengambil Kesimpulan.²⁷

1.8.3 Penyajian Data

Data yang disajikan dapat bentuk tulisan, gambar, video, table ataupun diagram. Penyajian data digunakan untuk memberikan gambaran dari hasil penelitian ataupun observasi yang telah dilakukan. Selain itu penyajian data juga berguna untuk menyatukan informasi sehingga dapat memberikan informasi mengenai keadaan

²⁷ Sirajuddin S. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung. Hal 95.

yang terjadi. ²⁸Hal tersebut juga memudahkan peneliti dalam memahami dan menguasai data sehingga sebelum penenliti membuat dan menentukan kesmipulan, dapat mempertimbangkan dari segala aspek dari data yang diperoleh.

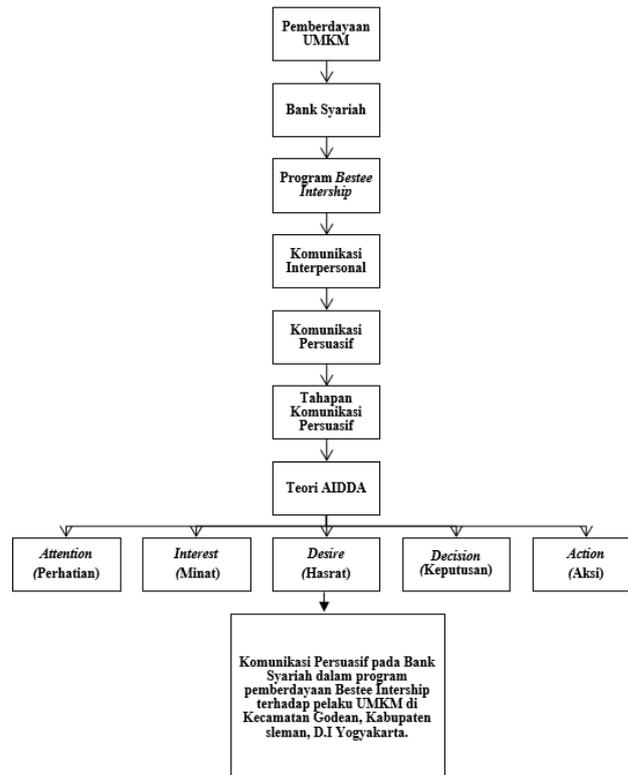
1.8.4 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan sebuah perumusan data dari hasil penelitian yang disajikan dengan kalimat atau narasi yang mudah dipahami oleh pembaca. Kesmipulan yang disajikan merupakan gagasan yang dikemukakan oleh peneliti sesuai dengan hasil data yang telah ditemukan melalui wawancara dan observasi secara langsung dengan narasumber (dalam hal ini adalah objek penelitian). Data yang telah disimpulkan merupakan kesimpulan sementara. Nantinya setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul, maka selanjutnya peneliti dapat menentukan kesimpulan akhir.

²⁸ *Ibid.* Hal. 19.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Bagan 1 Kerangka Konsep Penelitian

1.9.2 Definisi Konsep

Manusia merupakan makhluk sosial yang dimana akan selalu membutuhkan bantuan orang lain dalam menjalankan kehidupan. Habermas menyebutkan Sebagai makhluk sosial, komunikasi adalah salah satu kebutuhan dasar manusia. Dengan komunikasi, hubungan antarmanusia bisa terjalin dan interaksi sosial terjadi.²⁹ Menurut Everett M. Rogers, Komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dilahirkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku

²⁹ Milyane. Umiyati. Putri. Juliastuti. Akib. Daud. 6th edn. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Widna Bakti Persada Bandung. Hal 80.

mereka.³⁰ Edwin Neuman menyebutkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi.³¹ Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi kepada satu pihak kepada pihak yang lainya.

Dalam proses komunikasi, terdapat dua pihak yang terlibat di dalamnya, yakni Komunikator sebagai penyampaian pesan dan komunikan sebagai penerima pesan. Komunikator adalah orang yang mengirimkan/ menyampaikan informasi atau pesan, sedangkan komunikan adalah orang yang menerima informasi atau pesan. Dalam proses komunikasi, komunikator memiliki sesuatu ide atau pesan yang masih ada dalam pikirannya dan akan disampaikan kepada komunikan, sehingga ide atau pesan tersebut sampai dan dapat dipahami oleh komunikan sebagaimana maksud komunikator. Selanjutnya komunikan memberikan respons, sebagai efek dari komunikasi efektif tersebut.³²

Dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan, salah satunya adalah dengan menggunakan komunikasi interpersonal. Menurut Sari dan Yulianti (dalam Tonasis 2021:51) Komunikasi interpersonal merupakan interaksi yang diaplikasikan dari seseorang kepada orang lain serta memiliki dua arah yang bersifat verbal dan non verbal, saling berbagi informasi serta memiliki rasa antar manusia atau antara individu dalam suatu kelompok yang kecil.³³ Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-

³⁰ Cangara.2000 “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, PT. Raja Grafindo Persada. Hal 1.

³¹ Razali, Retu, Rifai, Zumiarti, Hanika, Mandiri. 6th edn. “*Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi elektronik*” CV Media Sains Indonesia. Hal 4.

³² Yulyuswarni. 2021. “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”. DOTPLUS Publiser Bengkalis-Riau. Hal 34.

³³ Tonasih. 2021. “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”. DOTPLUS Publiser Bengkalis-Riau. Hal 50.

orang secara tatap muka, yang dimana memungkinkan setiap pesertanya menangkap setiap reaksi secara langsung baik verbal maupun non verbal. Selain itu, kualitas atau intimitas komunikasi interpersonal atau antar pribadi ini ditentukan oleh peserta komunikasi³⁴. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal (komunikasi antarpribadi) merupakan sebuah proses penyampaian pesan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara verbal maupun non verbal dengan tujuan untuk mendapatkan timbal balik secara langsung.³⁵

Dalam proses menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan, agar pesan yang hendak disampaikan dapat diterima dan mengubah sikap dari penerima pesan, diperlukan Teknik dalam menyampaikan pesan. Salah satu Teknik yang dapat digunakan dalam proses penyampaian pesan adalah dengan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan teori dalam komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang agar dapat bersikap seperti apa yang diinginkan oleh penyampai pesan.³⁶ Mulyana menyebutkan (dalam Hendri 2019:66) bahwa komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi manusia yang mengarah kepada perubahan perilaku dan Tindakan.³⁷

Dalam menyampaikan dan membentuk pesan persuasif, terdapat tahapan dengan prinsip teori kerangka AIDDA. Menurut Schramm (dalam Effendi 2009:49) dalam komunikasi persuasif terdapat sebuah teori yang bernama teori AIDDA, AIDDA merupakan singkatan dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat),

³⁴ Aestetika, N. M. 2021. “*Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*”. Umsida Press. Hal 10.

³⁵ Ngalimun. 2022. “*Komunikasi Interpersonal*”. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hal 3.

³⁶ *Ibid.* Hal 58.

³⁷ Hendri. 2019. “*Komunikasi persuasive pendekatan dan strategi*”. PT Remaja Rosdakarya. Hal 66.

Desire (Hasrat), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Kegiatan). Model AIDDA sering disebut dengan *A-A Procedure* (From *Attention* to *Action*) yang maksudnya agar terjadi tindakan (*Action*) pada komunikan, terlebih dahulu harus dibangkitkan oleh komunikan melalui perhatian (*Attention*)³⁸

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Teori AIDDA merupakan sebuah pendekatan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk menarik minat penerima pesan. Proses awal komunikasi dimulai dari sebuah usaha untuk menumbuhkan perhatian komunikan (*Attention*) kemudian menumbuhkan rasa minat (*Interes*) sehingga komunikan mempunyai hasrat dan rasa tertarik (*Desire*), lalu Komunikan akan menentukan Keputusan (*Decision*) dan melakukan sebuah Tindakan (*Action*) sesuai dengan apa yang disampaikan oleh komunikator.

1. *Attention* (Perhatian)

Pada bagian awal, dapat diuraikan ide pokok yang menarik perhatian dan manfaat bagi audiens. Perhatian merupakan tahap pertama yang dilakukan Komunikator untuk memulai tahap komunikasi dengan membuat perhatian agar dapat membangkitkan minat dan menumbuhkan perhatian komunikan. Perhatian dilakukan dengan cara menguraikan ide pokok yang dapat menarik perhatian dan manfaat bagi audiens (komunikan).³⁹

2. *Interest* (Minat)

Setelah komunikan mendapatkan perhatian, maka tahap selanjutnya yang dilakukan komunikator adalah menumbuhkan

³⁸ Effendy. 2009. "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*". PT Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 49.

³⁹ Ngalimun. 2022. "Komunikasi Interpersonal". Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hal 69.

rasa minat dari komunikan. Pesan yang disampaikan harus mampu membangkitkan minat dan keterterikan audiens (Komunikan).⁴⁰ Agar dapat menumbuhkan minat komunikan, cara yang dapat digunakan komunikator dengan memberikan penawaran berupa sesuatu hal yang dapat membuat komunikan tertarik.

3. *Desire* (Hasrat)

Dalam tahap ini kemudian akan mendorong pertumbuhan kebutuhan komunikan.⁴¹ Setelah Komunikator dapat menarik perhatian serta menumbuhkan minat dari komunikan dengan penawaran yang diberikan, maka akan mendorong pertumbuhan kebutuhan yang dimiliki oleh komunikan.

4. *Decision* (Keputusan)

Dalam tahap ini, akan muncul Keputusan audiens (Komunikan) untuk mengambil Langkah.⁴² Setelah tumbuhnya kebutuhan dari komunikan, kemudian komunikan akan mengambil sebuah Keputusan untuk Langkah selanjutnya.

5. *Action* (Tindakan)

Dalam tahap ini diharapkan muncul sebuah Tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Istilah lainya dalam teori AIDDA adalah *A-A Procedure* yang dimana merupakan *attention, action, procedure* yang artinya adalah agar komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan baik, maka terlebih dahulu dilakukan dengan menumbuhkan minat komunikan.⁴³ Tahap ini merupakan tahapan terakhir yang merupakan sebuah hasil dari Keputusan yang ditentukan oleh komunikan. Hasil Keputusan tersebut berupa sebuah tindakan

⁴⁰ Ngalimun. 2022. "*Komunikasi Interpersonal*". Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hal 69.

⁴¹ *Ibid.* Hal 69.

⁴² *Ibid.* Hal 69.

⁴³ *Ibid.* Hal 69.

yang dilakukan oleh komunikator dalam menerima pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator.

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Berdasarkan penjelasan tersebut jika diturunkan kedalam pengoperasian konsep dalam penelitian ini adalah dalam proses komunikasi yang terjadi dalam penelitian ini terdapat dua pihak yang melakukan proses komunikasi. Pihak pertama adalah Fasilitator pendamping dan Area Daya Spesialis sebagai komunikator dalam melakukan komunikasi interpersonal dengan Teknik persuasi. Lalu pihak kedua adalah nasabah dari Bank Syariah yang dimana berperan sebagai penerima pesan persuasi atau komunikan.

Untuk memberdayakan pelaku UMKM serta mewujudkan visi dan misi Perusahaan dalam mengubah hidup jutaan Masyarakat Indonesia, Bank Syariah hadir melalui program *Bestee intership*. Program ini merupakan program kemitraan antara Bank Syariah dengan Universitas sebagai bentuk nyata dalam memberdayakan nasabah pelaku UMKM. Mahasiswa memiliki tugas untuk melakukan pendampingan secara langsung dengan nasabah sehingga dapat diartikan bahwa mahasiswa merupakan orang yang menyampaikan pesan persuasif secara antarpribadi kepada nasabah. Pesan yang disampaikan bertujuan agar nasabah dapat mengenal, mengetahui, tertarik, dan membuat Keputusan untuk mengikuti program pemberdayaan *bestee intership*. Dalam hal ini Teknik komunikasi persuasif yang digunakan adalah menggunakan teori AIDDA, sehingga jika diturunkan kedalam operasionalisasi konsep adalah sebagai berikut:

1. *Attention* (Perhatian)

Di dalam program pemberdayaan *Bestee Intership*

yang dibuat oleh Bank Syariah, Mahasiswa dengan posisi Fasilitator Pendamping berperan sebagai komunikator dalam melakukan pemberdayaan dengan memberikan pendampingan secara eksklusif kepada nasabah Bank Syariah pelaku UMKM. Dalam hal ini, nasabah berperan sebagai Komunikan.

Perhatian terletak pada saat fasilitator menemui nasabah dan menjelaskan maksud dan tujuan yang mereka lakukan. Demi mewujudkan Visi dan Misi Bank Syariah dalam mewujudkan niat baik dalam mengubah hidup jutaan masyarakat di Indonesia, Bank Syariah berkolaborasi bersama dengan Mahasiswa untuk melakukan pemberdayaan melalui Program *Bestee Intership*.

2. *Interest* (Minat)

Untuk menumbuhkan rasa minat kepada nasabah, Fasilitator pendamping yang merupakan mahasiswa peserta program *bestee intership* memberikan penjelasan kepada nasabah terkait keuntungan yang didapatkan oleh nasabah ketika mengikuti program pendampingan *bestee intership*. Keuntungan tersebut diantaranya adalah dapat meningkatkan pengetahuan, wawasan, kemampuan dan keterampilan serta bantuan dalam beberapa bentuk. Hal tersebut digunakan oleh fasilitator pendamping untuk menumbuhkan minat Nasabah.

3. *Desire* (Hasrat)

Setelah menjelaskan kedua hal tersebut kepada nasabah, selanjutnya akan tumbuh Hasrat dari dalam diri nasabah untuk mengikuti program pendampingan *bestee intership*. Hasrat tersebut tumbuh karena nasabah melihat perhatian, minat dan tujuan program pemberdayaan agar dapat mengembangkan usaha yang dimiliki oleh nasabah.

Hal tersebut ditambah oleh faktor pendukung yang lainnya seperti keuntungan yang didapatkan ketika nasabah berminat mengikuti program pemberdayaan *bestee intership*

4. *Decision* (Keputusan)

Nasabah akan mengambil Keputusan untuk mengikuti program pendampingan yang akan dilakukan oleh fasilitator pendamping yang merupakan mahasiswa dalam melakukan pendampingan secara eksklusif.

5. *Action* (Tindakan).

Setelah nasabah bersedia untuk dilakukan pemberdayaan, maka fasilitator pendamping akan melakukan pendampingan secara eksklusif dengan memberikan materi dan juga praktik kepada nasabah Ibu Tangguh pelaku UMKM secara eksklusif. Pendampingan berlangsung selama satu bulan dan setiap nasabah akan mendapatkan empat kali pertemuan yang dilakukan setiap satu minggu sekali.