

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah sebuah organisasi keuangan mikro Islam yang mempromosikan kegiatan ekonomi di kalangan usaha kecil dan menengah, khususnya di Indonesia. Berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, BMT menawarkan layanan keuangan yang bebas dari riba, gharar, dan perilaku yang tidak melanggar hukum Islam (Naheri et al., 2024).

Kepercayaan nasabah, yang merupakan mitra utama dalam kelangsungan operasional BMT, memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan BMT untuk menjalankan tugasnya dengan baik. Namun banyak BMT mengalami hambatan yang signifikan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah, terutama dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan konvensional dan syariah lainnya (Halimah, 2017).

BMT menggunakan berbagai strategi untuk membangun kepercayaan nasabah. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dengan mengutamakan kejujuran dan profesionalisme, memperkenalkan keterbukaan dalam pemasaran produk, dan menciptakan struktur manajemen yang jelas dan transparan (Roykhan, 2023).

Menerapkan pendekatan yang tepat untuk menciptakan kepercayaan nasabah tidak hanya membantu BMT meningkatkan loyalitas nasabah, tetapi juga menambah stabilitas keuangan dan meningkatkan reputasi lembaga. Nasabah yang mempercayai BMT akan lebih loyal, yang berujung pada peningkatan volume transaksi, partisipasi dalam program-program lembaga, dan promosi melalui referensi dari mulut ke mulut (Izza et al., 2024).

Jika gagal menciptakan kepercayaan, lembaga tersebut dapat kehilangan kepercayaan publik, mengalami penurunan jumlah nasabah, dan mungkin menghadapi keruntuhan finansial. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan strategis yang ketat dan implementasi yang berkesinambungan sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen (Izza et al., 2024).

Dampak penerapan strategi dalam membangun kepercayaan nasabah tidak hanya dirasakan oleh BMT secara internal, tetapi juga oleh masyarakat. Dengan kepercayaan yang tinggi, lembaga keuangan seperti BMT dapat lebih berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan, mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta memperkuat jaringan ekonomi berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi BMT dalam membangun kepercayaan nasabah dan dampak penerapannya menjadi penting untuk dilakukan, agar dapat memberikan rekomendasi komprehensif bagi pengembangan BMT ke depan.

**Tabel 1.1 Data jumlah anggota BMT Insan Mandiri
Jeruksing Ponorogo**

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	213
2020	253
2021	265
2022	287
2023	300

Sumber: Ibu Tia Marsela Selaku AO BMT Insan Mandiri Ponorogo

Dari data diatas menunjukkan bahwa anggota BMT Insan Mandiri Ponorogo pada setiap tahun mengalami peningkatan. Selain itu, adanya BMT yang tutup tidak berdampak signifikan pada BMT Insan Mandiri Ponorogo. Kepercayaan anggota tidak menurun, Dari tahun ke tahun, kepercayaan anggota dan jumlah anggota BMT Insan Mandiri terus meningkat. Ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan cukup untuk memastikan bahwa anggota tidak terpengaruh oleh kondisi di luar BMT karena mereka telah memperoleh kepercayaan. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan serta keberhasilan BMT Insan Mandiri dalam meningkatkan jumlah anggota, peneliti bermaksud untuk melakukan kajian mengenai strategi yang diterapkan oleh BMT Insan Mandiri dalam membangun kepercayaan nasabah.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, peneliti berminat untuk mengkaji dan menganalisis lebih mendalam isu tersebut melalui penelitian yang berjudul “Strategi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dalam Membangun Kepercayaan Nasabah” (Studi Kasus Di BMT Insan Mandiri Ponorogo).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada pemaparan konteks penelitian yang sudah disajikan diatas, maka fokus penelitian ini antara lain:

1. Apa strategi yang digunakan di BMT Insan Mandiri Ponorogo dalam membangun kepercayaan nasabah ?
2. Bagaimana dampak penerapan strategi dalam membangun kepercayaan nasabah di BMT Insan Mandiri Ponorogo ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan analisis konteks penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, peneliti akan meneliti masalah-masalah berikut ini:, maka tujuan dari penelitian yakni:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis apa strategi yang digunakan di BMT Insan Mandiri Ponorogo dalam membangun kepercayaan nasabah.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana dampak penerapan strategi dalam membangun kepercayaan nasabah di BMT Insan Mandiri Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari penegasan judul di atas, diharapkan memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang membutuhkan yang mana kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua:

1. Manfaat Teoritis

Untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman dalam bidang lembaga keuangan syariah, khususnya yang berhubungan dengan strategi membangun kepercayaan nasabah terhadap BMT.

2. Manfaat Praktis

Bagi pihak BMT Insan Mandiri Ponorogo

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap BMT Insan Mandiri Ponorogo.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa jenis pendekatan penelitian, yaitu studi kasus, *historical research*, etnografi, studi dokumen atau teks, wawancara terpusat, fenomenologi dan *grounded theory* (Milasari et al., 2021). Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dalam penelitian ini. Studi kasus adalah metode penelitian yang mempelajari satu kasus secara menyeluruh, dengan fokus pada satu objek, kelompok, peristiwa, atau kegiatan tertentu (Ridlo 2023). Menurut Creswell, studi kasus adalah strategi penelitian untuk menyelidiki suatu hal dengan cermat dengan cara mengumpulkan informasi dari berbagai sumber menggunakan prosedur pengumpulan data (Jelahut, 2022).

Dalam penelitian ini, studi kasus dilaksanakan dengan objek penelitian yaitu Baitul Maal Wat Tamwil Insan Mandiri Ponorogo tentang strategi BMT dalam membangun kepercayaan nasabah dan

dampak penerapan strategi dalam membangun kepercayaan nasabah. memilih isu dan kasus yang akan diteliti merupakan langkah awal dalam melakukan penelitian, yang kemudian diikuti dengan mengembangkan fokus dan kesulitan penelitian. Setelah menentukan fokus penelitian, peneliti mengumpulkan data yang diperlukan. sumber data diperoleh dari pihak BMT Insan Mandiri Ponorogo berupa arsip dan dokumen tentang BMT Insan Mandiri Ponorogo dan nasabah serta data pendukung yang diperoleh melalui buku, jurnal, serta sumber lainnya. Setelah data terkumpul secara komprehensif, peneliti melaksanakan analisis data dengan melakukan seleksi dan reduksi data menjadi informasi yang lebih spesifik. Selanjutnya, data tersebut diolah dan dianalisis untuk menarik kesimpulan yang menjadi hasil akhir dari penelitian ini (Hidayatullah, 2023).

F. Definisi Istilah

Untuk mencegah kesalahan atau interpretasi yang ambigu dalam penelitian ini, berikut adalah definisi istilah yang direkomendasikan:

Strategi

Istilah “strategi” berasal dari kata Yunani stratogos, yang berarti jenderal dalam lingkungan militer. Secara umum, strategi dapat didefinisikan sebagai rencana yang lengkap, terkoordinasi, dan mencakup semua hal yang bertujuan untuk memenuhi tujuan organisasi (Abdurrahman, 2015).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi memainkan peran penting dalam mencapai tujuan. Strategi adalah konsep atau pendekatan utama untuk melaksanakan kegiatan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.

Baitul Maal Wat Tawmil

Baitul Maal wa al-Tamwil, atau BMT, terdiri dari dua konsep utama: Bait al-Maal dan Baitul Tamwil. Bait al-Maal berkonsentrasi pada upaya untuk mengumpulkan dan menyebarkan dana nirlaba, seperti zakat, sedekah, dan infaq. Sementara itu, Baitul Tamwil membantu dalam pengumpulan dan penyaluran dana dengan fokus pada keuntungan dengan menggunakan sistem bagi hasil seperti pembiayaan murabahah dan mudharabah (Melina, 2020).

Jadi dapat disimpulkan Baitul Maal wa al-Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan syariah yang menggabungkan pengelolaan dana nirlaba melalui Bait al-Maal dan pengelolaan dana untuk keuntungan dengan sistem bagi hasil melalui Baitul Tamwil, bertujuan untuk memberdayakan ekonomi umat sesuai prinsip syariah.

Kepercayaan Nasabah

Sumarwan menggambarkan kepercayaan nasabah sebagai keyakinan terhadap atribut produk tertentu, yang dikenal dengan hubungan atribut-objek. Konsep ini menyangkut persepsi nasabah tentang kemungkinan korelasi antara fitur-fitur utama dan objek yang diminati (Indrawati et al., 2024).

Jadi dapat disimpulkan kepercayaan nasabah adalah keyakinan terhadap atribut suatu produk, yang mencerminkan persepsi mereka tentang keterkaitan antara fitur utama

