

Accepted: April 2026	Revised: Mei 2026	Published: Juni 2026
--------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

PERSEPSI DAN MOTIVASI MASYARAKAT TERHADAP PRAKTIK MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

Agus Makinuddin

Institut Agama Islam Faqih Asy'ari Kediri, Indonesia

email: makinuddinagus@gmail.com

Abstract

This study aims to explore the public's perception and motivation in choosing to save in Islamic financial institutions, focusing on BMT UGT Nusantara Ngoro Branch. Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews with BMT members from various social and economic backgrounds. The results of the study indicate that public perception of Islamic principles, trust in fund management, and conformity with religious values are the main factors in shaping savings decisions. In addition, economic motivations such as fund security and ease of transactions are also important considerations. Social values and the role of religious figures also strengthen public confidence in choosing Islamic financial institutions. These findings indicate that savings decisions are not solely based on financial aspects, but are also influenced by ideological, emotional, and social factors. This study provides insight for BMT managers to understand customer mindsets and design a more contextual and value-based service approach.

Keywords: *public perception, motivation, saving, Islamic finance, BMT*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi dan motivasi masyarakat dalam memilih menabung di lembaga keuangan syariah, dengan fokus pada BMT UGT Nusantara Cabang Ngoro. Menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan anggota BMT dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap prinsip syariah, kepercayaan terhadap pengelolaan dana, serta kesesuaian nilai religius menjadi faktor utama dalam membentuk keputusan menabung. Di samping itu, motivasi ekonomi seperti keamanan dana dan kemudahan transaksi juga menjadi pertimbangan penting. Nilai-nilai sosial dan peran tokoh agama turut memperkuat keyakinan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan berbasis syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan menabung tidak semata-mata berdasarkan aspek finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor ideologis, emosional, dan sosial. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola BMT untuk memahami pola pikir nasabah serta merancang pendekatan pelayanan yang lebih kontekstual dan berbasis nilai.

Kata kunci: persepsi masyarakat, motivasi, menabung, keuangan syariah, BMT

Pendahuluan

Pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang konsisten seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem ekonomi Islam. Lembaga keuangan syariah tidak hanya menawarkan alternatif sistem keuangan yang bebas dari unsur *riba*, *maisir*, dan *gharar*, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan kemitraan. Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berkembang di tingkat komunitas adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). yang secara aktif mendorong praktik keuangan inklusif berbasis syariah.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang bertujuan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam (Muhammad, 2002).

Dalam praktiknya, menabung di lembaga keuangan syariah tidak semata-mata merupakan keputusan finansial, tetapi juga mencerminkan sistem nilai, persepsi individu, serta motivasi yang beragam. Persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip syariah, reputasi institusi, hingga pengalaman personal dalam bertransaksi. Di sisi lain, motivasi masyarakat untuk menabung dapat berasal dari berbagai faktor, seperti dorongan *spiritual*, kebutuhan ekonomi, atau keinginan untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan yang dianggap lebih etis dan adil.

BMT UGT Nusantara Ngoro, sebagai salah satu lembaga keuangan syariah di tingkat lokal, menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut karena posisinya yang dekat dengan masyarakat serta perannya dalam mendorong perilaku ekonomi berbasis nilai-nilai Islam. Namun demikian, tingkat partisipasi masyarakat dalam praktik menabung masih sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka memaknai peran dan fungsi BMT tersebut dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana persepsi dan motivasi masyarakat terbentuk dalam konteks sosial, budaya, dan religius mereka masing-masing. Studi ini berupaya memahami realitas sosial dari sudut pandang subjek penelitian, serta menjelaskan secara deskriptif bagaimana makna menabung di lembaga keuangan syariah dipahami dan dijalani oleh masyarakat di sekitar BMT UGT Nusantara Ngoro.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kontekstual yang lebih mendalam, yang tidak hanya berguna bagi pengembangan literatur keuangan syariah, tetapi juga bagi pengelola lembaga keuangan mikro dalam menyusun strategi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan serta persepsi masyarakat.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Sugiyono, 2011). Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang ilmiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil kualitatif peneliti lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Lexy J. Moleong, 2002).

Sumber Data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data sendiri terbagi menjadi dua macam, yaitu; Sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer penelitian ini dapat diperoleh dari para nasabah, pengurus BMT UGT Nusantara Ngoro dan masyarakat sekitar. Data sekunder dapat berupa informasi atau data tambahan yang bermanfaat bagi data primer, atau dapat juga berupa data yang dijadikan sumber data.

Metode Pengumpulan data menggunakan tehnik Observasi dan dokumentasi terhadap fenomena yang diteliti (Koentjaraningrat, 1991). Penulis penelitian ini mengkaji persepsi dan motivasi masyarakat terhadap praktik menabung di BMT UGT Nusantara Ngoro. Dalam penelitian ini, penulis mengamati persepsi dan motivasi masyarakat terhadap praktik menabung di BMT. Selain itu juga menggunakan wawancara (Interview). Metode pengumpulan data ini melibatkan pengajuan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai secara langsung, namun mereka juga dapat dikirim daftar pertanyaan sebelumnya untuk dijawab di lain waktu. Data dari laporan yang sudah tersedia dapat dilihat atau dicatat untuk tujuan dokumentasi. Tulisan, ilustrasi, atau karya-karya monumental seseorang semuanya bisa dijadikan bentuk dokumentasi (Sugiyono, 2007). Jika demikian maka hasil wawancara dan observasi akan lebih reliabel atau dapat dipercaya.

Teknik Analisis Data Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dan pendekatan deskriptif analitis. Induksi merupakan teknik yang digunakan untuk mengkaji fakta tertentu berdasarkan temuan penelitian mengenai persepsi dan motivasi masyarakat terhadap praktik menabung di BMT UGT Nusantara Ngoro sebelum menarik kesimpulan yang lebih luas. Teknik deskriptif analitis adalah untuk mengkarakterisasi sesuatu sebagaimana adanya dan sejalan dengan kenyataan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menyajikan, memperjelas, dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan, yang kemudian dirangkai dan diperiksa guna diambil kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi Masyarakat

Pengertian Persepsi Masyarakat

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia. Persepsi mengandung pengertian yang luas, yang menyangkut intern dan ekstern. Pengertian persepsi dari kamus psikologi adalah berasal dari bahasa inggris, Perception yang memiliki arti persepsi, penglihatan atau tanggapan, adalah proses seseorang yang menjadi sadar akan lingkungannya.melalui indera–indera yang dimilikinya yang diperoleh melalui interpretasi data (Supiani, 2020). Definisi dari berbagai ahli telah memberikan yang beragam tentang persepsi, meskipun pada prinsipnya mengandung makna yang sama.

- a. Menurut Gipson persepsi merupakan proses kognitif yang di pergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia di sekitarnya (Wibowo et al, 2020).
- b. Menurut Jalaludin Rakhmat persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan–hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rahmany, et al. 2020).

Beberapa pandangan di atas bisa di simpulkan bahwa persepsi adalah suatu tindakan yang di pergunakan oleh individu untuk memahami tentang objek peristiwa maupun hubungan dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan. Sedangkan, masyarakat dalam kamus bahasa inggris disebut society yang dimana asal katanya socius yang mempunyai arti kawan. Maksud dari

arti tersebut bahwa masyarakat merupakan kesatuan sosial yang mempunyai kehidupan jiwa seperti adanya ungkapan-ungkapan jiwa rakyat, kehendak rakyat, kesadaran masyarakat dan sebagainya.

Pengertian persepsi masyarakat dapat disimpulkan adalah tanggapan atau pandangan lingkungan sekitar dari kumpulan individu-individu yang saling berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma, yang diterima melalui interpretasi data indra.

Macam-Macam Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsang melalui panca indra yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun dalam diri individu. sumarti membabgi dua macam persepsi, sebagai berikut :

- a. *External Perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar individu.
- b. *Self Perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri (Hendi, 2017).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang di kelompokkan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor external.

a. Faktor *Internal*

1) Pengetahuan (*Kognitif*)

Pengetahuan pada hakikatnya merupakan segenap apa yang kita ketahui tentang suatu objek tertentu. Menurut Suhartono pengetahuan merupakan hasil keingin tahuan manusia tentang apa saja melalui cara-cara dan dengan alat-alat tertentu. Pengetahuan ini ada berbagai macam jenisnya dan juga sifatnya, ada yang langsung dan juga tidak langsung, ada juga yang bersifat tidak tetap (berubah-ubah) subyektif dan khusus, dan adapula yang bersifat tetap obyektif dan umum.

2) Motivasi

Hal yang membangkitkan hasrat seseorang mendasari sikap dan perilaku yang dilakukannya.

3) Minat

Yaitu hal lain yang memberukan perbedaan penilaian seseorang pada suatu objek tertentu.

4) Pengalaman masa lalu

Yaitu dapat memberikan pengaruh terhadap pendapat seseorang karena akan mengambil keputusan yang sesuai pada yang ia pernah dilihat dan juga di dengar.

5) Sikap

Pengaruh positif dan negatif pendapat yang akan di berikan kepada seseorang

6) Harapan

Mempengaruhi persepsi dalam membuat keputusan berdasarkan tawaran yang di tetapkan (Imran et al, 2017).

b. Faktor *External*

Adapun faktor *external* diantaranya:

- 1) Intensitas: Prinsip dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, layaknya semakin besar pula hal-hal itu dapat dipahami.

- 2) Ukuran: Faktor ini menyatakan bahwa semakin besar ukuran sesuatu objek, maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami.
- 3) Keberlawanan: Prinsip keberlawanan ini menyatakan bahwa stimulus luar yang penampilannya sangat berlawanan dengan latar belakang atau sekelilingnya akan menarik banyak perhatian.
- 4) Pengulangan: Dalam prinsip ini dikemukakan bahwa stimulasi yang diulang dari luar akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan hanya sekali dilihat.
- 5) Gerakan: Orang yang memberikan banyak perhatian terhadap objek yang bergerak dalam jangkauan pandangan dibandingkan objek diam.
- 6) Kebaruan: Prinsip ini menyatakan bahwa baik situasi external yang baru maupun yang sudah di kenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian (Payabadar et al, 2022).

Motivasi

Pengertian Motivasi

Perilaku Manusia pada hakikatnya adalah berorientasi pada tujuan, dengan kata lain bahwa perilaku seseorang itu pada umumnya dirangsang oleh keinginan untuk mencapai beberapa tujuan. Motivasi, kadang-kadang istilah ini dipakai silih berganti dengan istilah-istilah lainnya, seperti misalnya kebutuhan, keinginan, dorongan, semangat dan masih banyak istilah lain untuk menggantikan kata motivasi. Banyak para ilmuwan yang mendefinisikan pengertian dari motivasi.

Robbins mendefinisikan motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi beberapa kebutuhan individual. Sementara menurut Sopiah, Motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seorang anggota mau dan rela untuk menggerakkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan, tenaga, dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menukar kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang ditentukan sebelumnya.

Setiadi mendefinisikan Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan yang hendak dicapai, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi kebutuhan individual. American Encyclopedia, Motivasi adalah kecenderungan dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan atau tindakan (Etta Mamang Sangadi, 2013).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi

Dalam berperilaku seseorang tentunya terdapat hal-hal yang mempengaruhi, demikian juga terhadap motivasi seseorang yang tidak dapat dipungkiri bahwa motivasi dapat bersifat positif maupun negatif. Oleh karena itu motivasi seseorang sangat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu :

- a. Faktor *Internal* adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu, terdiri atas:
 - 1) Persepsi individu mengenai diri sendiri seseorang termotivasi atau tidak untuk melakukan sesuatu banyak tergantung pada proses kognitif berupa persepsi. Persepsi seseorang tentang dirinya sendiri akan mendorong dan mengarahkan perilaku seseorang untuk bertindak
 - 2) Harga diri dan prestasi faktor ini mendorong atau mengarahkan individu (memotivasi) untuk berusaha agar menjadi pribadi yang mandiri, kuat, dan memperoleh kebebasan serta mendapatkan status tertentu dalam lingkungan masyarakat serta dapat mendorong individu untuk berprestasi
 - 3) Harapan adanya harapan-harapan akan masa depan. Harapan ini merupakan informasi objektif dari lingkungan yang mempengaruhi sikap dan perasaan subjektif seseorang. Harapan merupakan tujuan dari perilaku.

- 4) Kebutuhan manusia dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjadikan dirinya sendiri yang berfungsi secara penuh, sehingga mampu meraih potensinya secara total. Kebutuhan akan mendorong dan mengarahkan seseorang untuk mencari atau menghindari, mengarahkan dan memberi respon terhadap tekanan yang dialaminya.
- b. Faktor *Eksternal* adalah faktor yang berasal dari luar diri individu, faktor itu terdiri atas:
 - 1) Situasi lingkungan pada umumnya setiap individu terdorong untuk berhubungan dengan rasa mempunya dalam melakukan interaksi secara efektif dengan lingkungannya.
 - 2) Sistem imbalan yang diterima; imbalan merupakan karakteristik atau kualitas dari objek pemuas yang dibutuhkan oleh seseorang yang dapat mempengaruhi motivasi atau dapat mengubah arah tingkah laku dari satu objek ke objek lain yang mempunyai nilai imbalan yang lebih besar. Sistem pemberian imbalan dapat mendorong individu untuk berperilaku dalam mencapai tujuan; perilaku dipandang sebagai tujuan, sehingga ketika tujuan tercapai maka akan timbul imbalan (Etta Mamang Sangadi, 2013).

Menabung

Pengertian Menabung

Menabung dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dan sebagainya). Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang Muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan (M. Syafi'i Antonio, 2001).

Menabung merupakan cara yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Sejak kanak-kanak seseorang sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang di bawah bantal atau di dalam celengan dan disimpan di rumah. Namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan. Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung dari rumah beralih ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bunga (Kasmir, 2015).

Manfaat Menabung

Dalam kegiatan menabung, terutama di bank, pemilik rekening tabungan atau masyarakat dapat menikmati banyak manfaat yang akan dirasakan saat awal menabung dan di masa yang akan datang. Kegiatan menabung memang sering dirasakan sulit untuk dilakukan oleh sebagian orang, padahal jika kita mengetahui manfaat menabung ini, tidak ada alasan untuk tidak melakukannya, seperti berikut ini:

- a. Belajar hidup hemat. Kegiatan menabung yang dilakukan secara rutin setelah gaji misalnya, akan membuat seseorang menyalakan pendapatannya sehingga menghindari jajan-jajan yang kurang berguna. Uang tersebut sudah dialokasikan untuk menabung.
- b. Ketersediaan uang disaat mendesak. Seseorang tidak pernah mengetahui apa yang akan terjadi di masa depan, salah satunya ketika jatuh sakit. Saat sakit tentu saja kita membutuhkan pengobatan, uang tabungan ini bisa dipergunakan untuk mengantisipasi keadaan mendadak yang bisa saja datang tiba-tiba.
- c. Mencegah berhutang. Keadaan yang mendesak seperti sakit yang membutuhkan perawatan namun, tidak memiliki ketersediaan dana mau tidak mau jalan berhutanglah yang ditempuh. Berhutang kepada bank contohnya, akan berbunga dan malah akan memperberat saat pembayaran. Dengan menabung kita tidak perlu mengalami hal tersebut.
- d. Investasi. Salah satu syarat dalam melakukan investasi adalah dengan menabung, tidak mungkin anda dapat memikirkan investasi tanpa menabung dari awal (Irawati, 2025).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa secara umum, menabung merupakan salah satu kunci kesuksesan dimasa yang akan datang. Manfaat menabung ini akan sangat dirasakan di masa yang akan datang ketika seseorang mendapati kebutuhan yang mendesak.

Lembaga Keuangan Syariah

Pengertian Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.729 Tahun 1990 adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan perhimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.

Dahlan Siamat mendefinisikan Lembaga keuangan adalah suatu badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk asset keuangan (financial assets) atau tagihan-tagihan (claim) Lembaga keuangan memberikan pembiayaan/kredit kepada nasabah dan menanamkan dananya dalam surat-surat berharga (Irham Fahmi, 2014). Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya dengan berlandaskan prinsip syariah Islam. Lembaga keuangan syariah terdiri dari lembaga keuangan bank dan non bank yaitu Asuransi, Pegadaian, Reksa dana, Pasar modal, BPRS, dan BMT.

Peran Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan syari'ah sebagai pendukung kegiatan ekonomi masyarakat dengan berlandaskan islam, mempunyai beberapa perananan penting, diantaranya yaitu :

- a. Sebagai lembaga penyimpan dana (tempat menabung).

Lembaga Keuangan Syari'ah menerapkan sistem bagi hasil (mudhorobah) kepada nasabah yang menabungkan uangnya di Lembaga keuangan syari'ah. Artinya nasabah tidak akan bisa menghitung dengan pasti berapa jumlah uangnya yang akan bertambah setiap bulannya bila mereka telah menabung dalam jumlah tertentu. Namun, nasabah dapat mengetahui porsi atau bagian yang menjadi haknya dan berapa porsi yang menjadi hak Lembaga. Menabung di Lembaga Keuangan Syari'ah akan membangun secara perlahan-lahan perekonomian bangsa karena masyarakat mulai bersama-sama belajar bagaimana melakukan kegiatan bisnis dan ekonomi yang adil dan sama sama saling menguntungkan dengan menggunakan sistem bagi hasil ini.

- b. Sebagai lembaga pembiayaan (investasi).

Lembaga Keuangan syari'ah tidak hanya menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan penghimpun dana, namun sebagai lembaga tempat masyarakat dapat memperoleh pembiayaan untuk keperluan peningkatan usaha ataupun untuk pemenuhan kebutuhan yang sifatnya konsumtif seperti rumah dan kendaraan bermotor. Dalam hal ini, Lembaga keuangan syari'ah berperan sebagai lembaga pembiayaan atau investasi kepada masyarakat.

- c. Sebagai lembaga pemberi jasa

Lembaga keuangan syari'ah sebagai lembaga keuangan tidak hanya sebagai tempat menyimpan atau melakukan memperoleh pembiayaan saja. Lembaga keuangan syari'ah juga melayani beberapa keperluan nasabah yang berkaitan dengan kebutuhan nasabah akan jasa lembaga keuangan syari'ah (Vitzhal Rivai, 2010).

BMT UGT Nusantara

Pengertian BMT

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usahausaha produktif dan investasi dalam

meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, *baitul mal wa tamwil* juga bisa menerima titipan zakat, infak dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya (A. Djazuli, 2002).

Fungsi BMT

Baitul maal memiliki fungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat. Sebagai lembaga ekonomi ia juga berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan, industri, dan pertanian. selain berfungsi sebagai lembaga keuangan BMT juga memiliki fungsi sosial yaitu kegiatan pada sektor ini mengelola zakat, infak, dan *zadaqah*, baik berasal dari *dompet dhuafa* maupun yang berhasil dihimpun sendiri oleh BMT. Sektor ini merupakan salah satu kekuatan BMT karena juga berperan dalam pembinaan agama bagi para nasabah sektor jasa keuangan BMT. Dengan demikian pemberdayaan yang dilakukan BMT tidak terbatas pada sisi ekonomi, tetapi juga dalam hal agama. Diharapkan pula para nasabah BMT tersebut akan turut memperkuat sektor sosial BMT ini dengan menyalurkan ZIS nya kepada BMT (Hertanto Widodo, 1999).

Sejarah BMT UGT Nusantara

Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah BMT Unit Usaha Terpadu (UGT) Nusantara kalau dulu awalnya dengan nama BMT UGT Sidogiri (*Baitul Maal wat Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu) didirikan oleh beberapa pengurus BMT-MMU dan orang-orang yang berada dalam satu kegiatan UGT-PPS (Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri) yang didalamnya terdapat PJGT, Pimpinan Madrasah, Guru, Alumni dan partisipan PPS yang tersebar di Jawa Timur. KJKS BMT-UGT Sidogiri mulai beroperasi di Surabaya pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H/ 6 Juni 2000 M.

Koperasi *Baitul Mal wat-Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat "BMT UGT Sidogiri" mulai beroperasi pada tanggal 5 Robi'ul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan hukum koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor : 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. BMT UGT Sidogiri berkantor Pusat di Jl. Sidogiri Barat RT 03 RW 02 Kraton Pasuruan 67151 Propinsi Jawa Timur.

Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Ngoro memiliki persepsi yang sangat positif terhadap BMT UGT Nusantara, terutama karena pelayanan yang ramah, cepat, dan berbasis nilai-nilai syariah. Salah satu strategi utama yang membuat masyarakat tertarik untuk menabung adalah sistem jemput bola, di mana petugas BMT mendatangi langsung rumah atau tempat usaha calon nasabah. Strategi ini mempermudah masyarakat, terutama yang sibuk atau tinggal jauh dari kantor BMT. Dari sisi motivasi, masyarakat merasa lebih yakin dan nyaman menabung karena adanya kejelasan akad, transparansi dalam pengelolaan dana, serta keyakinan bahwa uang mereka dikelola secara halal. Selain itu, faktor religius, kenyamanan pelayanan, dan kepercayaan menjadi pendorong kuat mereka memilih lembaga keuangan syariah. Secara keseluruhan, BMT UGT Nusantara Ngoro dinilai berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas masyarakat dengan menghadirkan layanan yang mendekatkan diri kepada nasabah dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Daftar Pustaka

- Antonio, M. Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Djazuli, Prof. H. A. *Lembaga-lembaga Perekonomian Ummat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Fahmi, Irham. *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Hermawan, Bambang dan Imran. *Journal of Business Administration*, Volume 1, Nomor 2, September 2017.
- Hendi, Prihanto. *Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Provita, I, April 2017.
- Irawati. *Prosedur Pelayanan Tabungan Britama Junio Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Kalibutih Surabaya*. Skripsi. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Koentjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia, 1991.
- Mamang Sangadi, Etta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Muhammad. *Manajemen Dana Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Payabadar, Fitri dan Husni Thamrin. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perkembangan Produk Perbankan Dan IKNB Syariah Di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, No. 1 (2022): 12-23.
- Rahmany, S., & Asnita, Y. *Pengaruh Pendidikan, Profesi Dan Bagi Hasil Terhadap Persepsi Masyarakat Pada Perbankan Syariah*. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 2020: 69–84.
- Rivai, Vitzhal. *Islamic Banking*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Supiani, dkk. *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 1 No. 1.
- Widodo, Hertanto. *Panduan Praktis Operasional BMT*. Bandung: Mizan IKAPI, 1999.
- Wibowo, A., & Hariyati, N. *Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis*. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 2020: 29–42.

Journal Salimiya: Vol. 7, No.2, Juni 2026, e-ISSN; 2721-7078

Copyright rests with the authors

Copyright of **Jurnal Salimiya** is the property of **Jurnal Salimiya** and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>