

**IMPLEMENTASI ISLAMIC BRANDING PADA TINGKAT KEPERCAYAAN
NASABAH DI BMT UGT NUSANTARA CABANG SUMBERMANJING WETAN
(STUDI PADA PRODUK SIMPANAN MDA BERJANGKA)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



**UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT**

Disusun oleh:
DEFA ANANDA NUR AMALIA
(20612061002)

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
MALANG 2024**

**IMPLEMENTASI ISLAMIC BRANDING PADA TINGKAT KEPERCAYAAN
NASABAH DI BMT UGT NUSANTARA CABANG SUMBERMANJING WETAN
(STUDI PADA PRODUK SIMPANAN MDA BERJANGKA)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



**UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT**

Disusun oleh:
DEFA ANANDA NUR AMALIA
(20612061002)

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
MALANG 2024**

TANDA PERSETUJUAN



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
Instansi yang Excellen & Humilit

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Islamic Branding Pada Tingkat Kepercayaan Nasabah
di BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan (Studi Pada
Produk Simpanan MDA Berjangka)

Disusun oleh : Defa Ananda Nur Amalia
NIM : 20602021008
Prodi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Lembaga Keuangan Syariah

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Malang, 4 Mei 2024

Mengetahui & menyetujui

Kaprodi Ekonomi Syariah

(A.FAHRURROZI, S.H.I.M.H.I)

NIDN. 0727098606

Pembimbing,

(A.FAHRURROZI, S.H.I.M.H.I)

NIDN. 0727098606

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Lantai 1, Gedung K.H. Mahmud Zuhdi, Jalan Raya Mporon 02, Kecamatan - Malang Jawa Timur
Telp (0341) 799066 - Kode Pos: 65163 Email: library@uniramalang.ac.id Website: <http://www.uniramalang.ac.id>

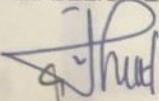
TANDA PENGESAHAN

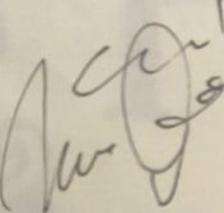
TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG:

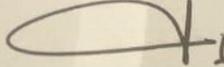
NAMA : Defa Ananda Nur Amalia
NIM : 20602021008
HARI : Sabtu
TANGGAL : 25 Mei 2024
JUDUL : Implementasi islamic branding pada tingkat kepercayaan nasabah di BMT UGT Nusantara cabang Sumbermanjing Wetan (Studi Pada Produk Simpanan MDA Berjangka)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

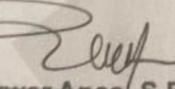

Ana Nurwakhidah, M.El
NIDN. 0715118602


Hari Basuki, M.A
NIDN. 2128046301


A. Fahrurrozi, M.HI
NIDN. 0727098606

MENGESAHKAN,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Raden Rahmat Malang
Dekan,




Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Halaman Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kasih sayang dan tiada terhingga kepada orang tua tercinta, Bapak Edy Sutikno, Ibu Suprianingsih, yang telah menemani saya, merawat, membimbing, melindungi dimanapun dengan penuh ketulusan dengan penuh keikhlasan mencurahkan segala kasih sayang serta cintanya melalui segala dukungannya, doanya, dan semangat, dengan sepenuh hati.

Karya ini juga saya persembahkan kepada adik saya tercinta yaitu Azka Adnan Malik, seluruh keluarga besar, kerabat, keponakan, sahabat, dan teman seperjuangan, yang selalu menjadi penyemangat serta penghibur bagi peneliti, yang memberikan dukungan secara moral maupun material, tak lupa untuk diri saya sendiri apresiasi sebesar besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai dengan berbagai proses suka dukanya.

“ Apapun ceritanya pulanglah sebagai sarjana”



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya dan pasal 70 yang berbunyi: lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

Malang,

Yang menyatakan,

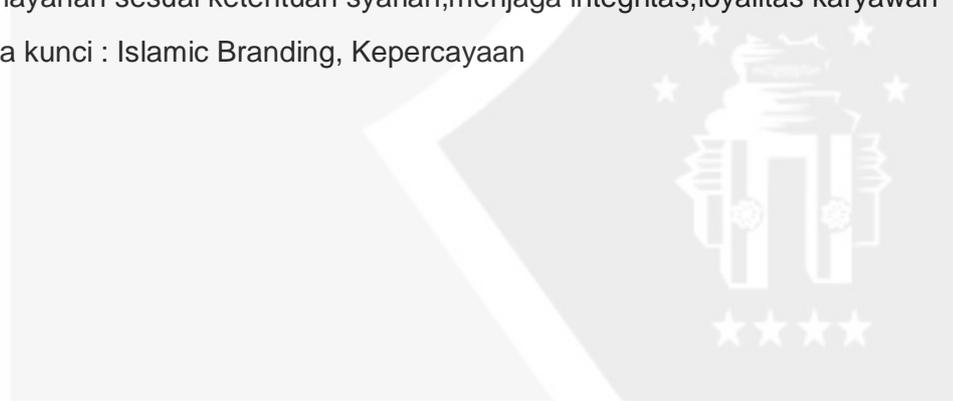


Defa Ananda Nur
Amalia

Abstrak

Islamic Branding yaitu menggunakan label islam sebagai identitas produk baik dari segi nama yang mengarah pada unsur islam yang berupa label halal guna mendapatkan nasabah muslim dan menjaga kepercayaan nasabah dalam lembaga keuangan Syariah. Permasalahan ini merujuk bagaimana kepercayaan nasabah akibat islamic branding, bagaimana implementasi islamic branding terhadap kepercayaan nasabah produk MDA berjangka di BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan . Untuk memperoleh hasil penelitian, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun oleh peneliti. Pada penelitian ini melibatkan Kepala cabang, kepala operasional, kasir, dan nasabah umum juga nasabah pada produk MDA berjangka sebagai data primer yang diperoleh. Sedangkan data pendukung yang diperoleh berdasarkan analisa pribadi dari peneliti selama penelitian dan juga praktek kerja lapangan yang dilaksanakan di BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa islamic branding sangat by origin dan by compliance efektif untuk saat ini dalam membangun kepercayaan nasabah utamanya pada produk mda berjangka. Penerapan islamic branding pada BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan meliputi pemahaman nilai-nilai islam karyawan, penyusunan identitas brand yang mencerminkan keislaman, produk dan layanan sesuai ketentuan syariah, menjaga integritas, loyalitas karyawan

Kata kunci : Islamic Branding, Kepercayaan



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat baik jasmani maupun rohani, penulis mampu mempersembahkan sebuah karya tulis ilmiah (Skripsi) ini. Tidak lupa sholawat serta salam tiada henti-hentinya penulis curahkan pada Nabi Muhammad SAW yang selalu membimbing dan menunjukkan jalan yang benar bagi umatnya.

Skripsi ini di susun guna memenuhi persyaratan kelulusan Program Studi S1 Ekonomi Syari'ah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Rahmat, sebagai penulis pemula tidak akan mudah untuk menulis sebuah karya tulis yang bermutu tinggi maka dengan rendah hati penulis akan menyajikan sebuah karya tulis atau skripsi dengan judul " Implementasi Islamic Branding Pada Tingkat Kepercayaan Nasabah di BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan (studi pada produk simpanan MDA Berjangka)

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, dukungan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak yang turut serta membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak H. Imron Rosyadi Hamid, S.E, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang.

2. Bapak M.Yusuf Azwar Anas, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
3. Bapak A.Fahrurrozi, M.HI, selaku Ka.Prodi Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti ditengah kesibukan beliau sehingga peneliti bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Ana Nurwakhidah, M.E.I selaku sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah serta dosen wali peneliti yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti mulai dari awal mula masuk kuliah sampai penulisan skripsi ini dibuat.
5. Bapak/Ibu Dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya program studi Ekonomi Syariah yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmunya mulai dari semester satu sampai penulisan skripsi ini selesai.
6. Ayah tercinta “Bapak Edy Sutikno”, terimakasih karena selalu mengusahakan pendidikan putri kecilmu ini, terimakasih karena sudah selalu mendukung putrimu dengan kasih sayang, dan terimakasih sudah menjadi cinta pertama bagi putrimu.
7. Ibu tercinta “Ibu Suprianingsih” terimakasih karena selalu mendoakan dan memberi semangat serta ruang untuk berbagi keluh kesah, sehingga peneliti (putrimu) bisa menyelesaikan penelitian ini sesuai target peneliti
8. Saudara kandung saya satu- satunya Azka Adnan Malik yang selalu peduli dan memberikan kasih sayang yang hangat untuk peneliti.

9. Seluruh keluarga besar beserta para keponakan yang selalu memberikan motivasi dan juga menjadi penghibur bagi peneliti
10. Kakek nenek saya Alm. Bapak Sumiran, Almh. Ibu Budiayah utamanya kepada Kakek saya juga Bapak Alm. Munawar dan Almh. Nenek saya tercinta Ibu Suryati beliau yang telah berkontribusi dalam merawat saya sewaktu saya berada dibangku Sekolah Dasar. Segala impianmu saya upayakan saya wujudkan satu persatu. Seluruh kebaikanmu saat masih berada disamping peneliti tetap berjasa hingga skripsi ini selesai
11. Sahabat seperjuangan, Ulil Mayasari Musfiroh, Yanuangi Wanda terimakasih atas segala dukungan, motivasi, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Uacapan syukur terhadap Allah SWT karena telah mempertemukan sahabat yang baik seperti kalian, see you on top, semoga setelah perkuliahan ini kita menjadi manusia yang sukses dunia dan akhirat.
12. Seluruh teman – teman Program Studi Ekonomi Syariah, khususnya Angkatan 2020 yang telah menemani, baik senang maupun susah.
13. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri Defa Ananda Nur Amalia karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan selama penyusunan skripsi, terimakasih tidak menyerah atas apapun proses selama penyusunan, hal ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan dan dibanggakan untuk diri sendiri

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan maupun kesalahan. Maka dari itu, saran dan kritik yang relevan peneliti harapkan demi kesempurnaan dimasa mendatang.

Demikian kata pengantar yang dapat peneliti sampaikan, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semuanya dan semoga Allah SWT selalu menunjukkan ke jalan yang lurus dan melimpahkan ridhoh – Nya kepada kita semua. Aamiin.

Defa Ananda Nur Amalia



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Tanda Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Pernyataan Orsinalitas	vi
Abstrak	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Empiris	9
2.2 Kajian Teori	16
2.2.1. Brand.....	16
2.2.2 Islamic Branding	19
2.2.3. Kepercayaan	23
2.2.4. Membangun kepercayaan nasabah dengan Islamic Branding	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Lokasi Penelitian	38
3.3 Sumber Data	39
3.4 Pengumpulan Data.....	40
3.5 Instrumen Penelitian.....	42
3.6. Analisis Data.....	43
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian Wawancara.....	66
4.3 Pembahasan dan hasil.....	76
BAB V	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
Daftar Pustaka	109

Daftar Tabel

Tabel Penelitian Terdahulu 9
Tabel Rumus Acting With Integrity 28

Daftar Gambar

Gambar Logo BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan 49
Gambar Stuktur Organisasi 66
Gambar Dokumentasi Wawancara 121



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Baik pada negara maju atau negara berkembang pertumbuhan ekonomi dunia pada saat ini juga didukung oleh perbankan yang mana pada hal ini perbankan adalah pusat keuangan dunia (Aisyah dkk., 2021) terdapat dua jenis mode perbankan yang berkembang yaitu perbankan konvensional dan perbankan yang syariah, Negara Indonesia juga termasuk ke dalam Negara yang mulai berkembang dalam dunia perbankan termasuk dalam perbankan syariah. Dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan maka di situlah menjadi tombak berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia. (Salim dkk., 2022) Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Berdasarkan data yang dilansir dari salah satu, tahun 2016 sebanyak 222 juta penduduk muslim di Indonesia atau sekitar 87% dari total populasi. Pencapaian Indonesia sebagai negara muslim terbesar tahun 2016 diproyeksikan meningkat di tahun 2020 mencapai 229,62 juta jiwa (Aisyah dkk., 2021).

Tentunya adanya lembaga keuangan syariah seharusnya menjadi berita gembira bagi masyarakat muslim Indonesia, meskipun tidak jarang juga masyarakat muslim Indonesia yang mengkonsumsi jasa keuangan konvensional. Mayoritas umat muslim pasti paham akan hukum haramnya sesuatu yang mengandung riba tapi justru juga banyak umat muslim di Indonesia yang belum paham akan penerapan riba dalam lembaga keuangan, mereka kemungkinan hanya dapat memahami sistem riba pada suatu perdagangan padahal sudah jelas bahwa masyarakat muslim pada saat ini pasti mengkonsumsi jasa lembaga keuangan. Pemahaman masyarakat akan keuangan syariah akan lebih sempurna dengan adanya literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah sangat

penting karena membantu masyarakat dalam memahami prinsip-prinsip dan mekanisme keuangan syariah serta mengenali produk-produk keuangan syariah yang tersedia. Ini akan membantu mereka dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, literasi keuangan syariah juga penting untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap produk-produk keuangan syariah yang berkualitas dan meningkatkan pengembangan pasar keuangan syariah.

Hal ini akan membantu dalam meningkatkan inklusi keuangan dan memperkuat stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan (Ernayani, 2023) Terdapat 4 indikator dari literasi keuangan syariah sendiri yaitu pengetahuan, sikap, kemampuan, kepercayaan. (Ruwaidah, 2020) Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh lembaga keuangan syari'ah agar produk nya bisa diterima baik dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat adalah dengan membranding lembaganya sesuai dengan ketentuan ketentuan keuangan syari'ah, baik dari segi pelayanan, akad yang dijalankan dan juga proses penanganan masalah

Semakin tinggi pengetahuan masyarakat maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat terhadap produk produk pada lembaga keuangan syariah, karena sudah jelas bahwa sekarang sudah banyak lembaga keuangan syari'ah yang berdiri di Negara Indonesia salah mulai dari perbankan ataupun koperasi yang berbasis syari'ah, seperti halnya BMT (Baitul Mal Wat Tamwil). Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah Baitul Maal wa Tamwil (BMT) dirasakan telah membawa banyak manfaat bagi masyarakat, terutama pada finansial masyarakat kecil yang tidak bankable.

Kehadiran BMT disatu sisi menjalankan misi ekonomi syariah dan disisi lain mengemban tugas ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan ekonomi mikro dan dapat mempengaruhi masyarakat dengan membranding lembaga dan produknya sesuai dengan ketentuan syari'ah. Apabila branding syari'ah ini dilaksanakan

dengan baik dan benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah maka tujuan suatu lembaga untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dapat dicapai.

Cara ini dapat memungkinkan minat nasabah untuk yang mencari suatu lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman mereka, sekaligus memenuhi kebutuhan pasar yang semakin meningkat akan produk atau jasa yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam strategi pemasaran juga dapat membantu perusahaan dalam memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas konsumen (Afrianty, 2020)

Membranding lembaga dan juga produk perbankan di lakukan juga sebagai upaya dari lembaga keuangan syariah termasuk lembaga non bank seperti BMT (Baitul Mal Wattamwil) agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan yang lain. Karena pada dasarnya persaingan di dunia perbankan sendiri sudah semakin ketat, dan di sisi lain nasabah tidak akan mampu mengingat semua proses, produk dan ketentuan-ketentuan dari lembaga keuangan, mereka hanya akan mengingat hal-hal signifikan yang menurut mereka hal tersebut dapat memberikan kenyamanan dan sesuai dengan kebutuhan mereka, yang membuat suatu perbankan di haruskan bisa menjaga citra merk dan kepercayaan atas nasabahnya terhadap lembaga nya agar dapat bersanding sejajar dengan lembaga keuangan yang lain.

Salah satu BMT yang beredar di beberapa titik di Indonesia adalah BMT UGT Nusantara, BMT UGT Nusantara Pasuruan termasuk dalam lembaga keuangan syariah yang berbadan hukum koperasi (Mundhori & Isnaini, 2023) dan kegiatan usahanya meliputi simpan pinjam dan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah serta mengelola zakat, wakaf, infaq, sedekah dan wakaf (Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah RI No.12 Tahun 2018, BMT UGT Nusantara merupakan suatu lembaga yang juga masih berproses untuk menciptakan kepercayaan dari nasabahnya dengan cara membranding

lembaganya menjadi suatu lembaga yang kental akan regulasinya baik pada sebelum jam pelayanan sampai berakhirnya jam pelayanan. BMT UGT Sidogiri memiliki aset terbesar yaitu 2,4 triliun pada tahun 2018 dan menargetkan 5 triliun pada tahun 2020 (Huda, 2021) Hal ini menandakan bahwa BMT UGT Nusantara berhasil menjalankan lembaganya sesuai dengan ketentuan syaria'ah.

BMT UGT Nusantara yang lahir dari para alumnus pondok pesantren Sidogiri mudah di kenal oleh masyarakat karena di dalam nya terdapat beberapa orang yang berprofesi sebaga guru madrasah, dan juga pimpinan dari beberapa majlis agama islam yang ada di kalangan masyarakat, seharusnya tidak di ragukan lagi bahwa BMT UGT Nusantara adalah lembaga keuangan syaria'ah yang pada setiap transaksinya mempraktikkan sesuai dengan ajaran islam. Akan tetapi tentu saja masih banyak masyarakat yang belum paham akan hal itu jadi meskipun BMT UGT Nusantara adalah Lembaga Keuangan yang sudah berdiri sejak lama yaitu sejak tahun 2000 masehi ini terus membranding lembaga nya dan juga setiap produknya yang di tawarkan ke masyarakat, agar bisa mempertahankan kepercayaan dari nasabah nya dan juga mempertahankan, meningkatkan aset yang sudah di miliki saat ini.

BMT-UGT Nusantara perlu membentuk kepercayaan pada nasabah karena kepercayaan inilah yang nantinya akan menjadi keputusan lanjutan nasabah menitipkan aset yang di miliki tanpa rasa khawatir, kepercayaan nasabah juga berperan penting sebagai bahan ukur BMT-UGT Nusantara dalam memenuhi kebutuhan nasabah sehingga pada akhirnya bisa menjadi bahan evaluasi untuk lembaga dan bisa mengetahui titik kekurangan lembaga nya sendiri, dan dengan mengetahui suatu kekurangan lembaga keuangan bisa memperbaiki kekurangan tersebut sehingga menjadi suatu lembaga yang lebih kooperatif dan dapat menciptakan citra positif pada lembaganya jadi bagi suatu lembaga untuk

mempertahankan citranya perlu memberikan kesan pengalaman positif pada setiap nasabahnya dalam memilih produknya

Berbagai produk investasi yang disediakan oleh BMT-UGT Nusantara mampu menjawab kebutuhan dari berbagai pihak baik yang masih mengkhawatirkan soal riba. Adapun produk simpanan yang ditawarkan oleh BMT-UGT Nusantara antara lain produk tabungan umum, tabungan haji, ada juga tabungan investasi yang dinamai dengan MDA berjangka. Produk tabungan BMT-UGT Sidogiri secara keseluruhan menggunakan akad mudharabah musytarakah dengan nisbah yang bervariasi. Semua lembaga keuangan Syariah baik lembaga bank ataupun non bank diharapkan mampu menerapkan nilai-nilai syariah pada setiap transaksinya. Nilai-nilai syariah memiliki sifat yang transparan. Adapun prinsip yang digunakan adalah prinsip hukum Islam. (Jaya, 2020) Sebenarnya pada zaman untuk mengkonsumsi pelayanan keuangan syariah sudah sangat mudah, terdapat banyak lembaga keuangan syariah yang dapat dijangkau oleh masyarakat, baik masyarakat kota maupun masyarakat desa. BMT UGT Nusantara yang menyebar ke beberapa daerah dan biasanya titik lokasinya ada di sekitar pasar tradisional salah satunya yaitu BMT UGT Nusantara yang berdiri di dekat pasar Sumbermanjing Wetan.

BMT UGT Nusantara cabang Sumbermanjing Wetan memiliki khasnya sendiri dalam memperkenalkan produknya terhadap kalangan masyarakat yang masih bisa dikatakan masyarakat dengan daerah plosok yang masih minim akan pendidikan ekonomi Islam mereka terus berupaya untuk bersaing dengan lembaga bank dan non bank yang berada di sekitar BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan, mereka mampu menghadirkan kenyamanan dibenak nasabah di ruangan yang bisa di bilang tidak seluas lembaga bank yang lain, bahkan mereka mampu merubah kantornya yang awalnya menjadi kantor cabang pembantu berubah menjadi kantor cabang pada tahun 2017 hal ini dikarenakan

perbandingan aset kantor cabang Sumbermanjing Wetan lebih tinggi dan mudah berkembang di bandingkan kantor cabang sebelumnya. Meskipun sudah banyak masyarakat yang mengetahui bahwa pegawai dari BMT UGT bukan dari kalangan orang-orang yang pernah mempelajari tentang ekonomi islam, dan bagaimana cara penerepan nya dalam sebuah lembaga keuangan.

Pengetahuan produk dan manajemen karyawan BMT UGT Sidogiri Cabang Sumbermanjing Wetan secara tidak langsung bisa di sebut dengan profesionalitas kerja. Profesionalitas kerja di sini maksudnya adalah pengetahuan karyawan terhadap produk, kinerja karyawan dalam menjalankan job desk nya dan tata perilaku dalam menjalankan tugas setiap tahunnya, BMT UGT Nusantara cabang sumbermanjing juga masih belum bisa memaksimalkan pemenuhan pasokan uang pada saat permintaan nasabah melonjak seperti pada saat bulan puasa yang mana pada bulan ini ada 1 produk tabungan yang pastinya di cairkan dana nya oleh nasabah yaitu tabungan idul fitri. Karena hal ini yang biasanya BMT UGT cabang Sumbermanjing Wetan bisa mencairkan dana nasabah tanpa inden pada bulan puasa tersebut nasabah harus inden terlebih dahulu karena uang yang ada dalam kantor BMT UGT cabang Sumbermanjing Wetan tidak stabil seperti biasanya, dua faktor ini tentu harusnya menjadi pertimbangan bagi pihak kantor cabang untuk mempertahankan kepercayaan dari para nasabah nya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **IMPLEMENTASI ISLAMIC BRANDING PADA TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH DI BMT UGT Nusantara Cabang Sumbermanjing Wetan (studi pada produk simpanan MDA Berjangka)**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Bagaimana kepercayaan nasabah di BMT UGT Nusantara akibat dari implementasi Islamic Branding ?
- 1.2.2 Bagaimana Implementasi Islamic Branding terhadap kepercayaan nasabah produk MDA berjangka di BMT UGT Nusantara

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- 1.3.1 Mengetahui bagaimana kepercayaan nasabah di BMT UGT Nusantara akibat dari implementasi branding syari'ah.
- 1.3.2 Mengetahui bagaimana Implementasi Branding Syari'ah terhadap kepercayaan nasabah produk MDA berjangka di BMT UGT Nusantara

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1.4.1.1 Menambah pengetahuan mengenai islamic branding
- 1.4.1.2 Menjadi masukan dan pengembangan penelitian ekonomi syari'ah

bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden

Rahmat Malang

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.2.1 Bagi akademisi atau pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti maupun pembaca dalam menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai Implementasi Branding Syari'ah pada tingkat kepercayaan nasabah di BMT UGT Nusantara cabang Sumbermanjing Wetan (Studi pada produk MDA berjangka)

1.4.2.2 . Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan serta informasi tentang masalah yang perlu dilakukan perbaikan atau pembenahan, serta kualitas produk, khususnya bagi BMT UGT Nusantara cabang Sumbermanjing Wetan

1.4.2.3 Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga dapat menambah referensi penelitian lainnya, dengan tema yang serupa sehingga bisa dikembangkan lagi