

Strategi Bersaing BMT Al Fataya Payakumbuh pada Era Keuangan Digital Syariah dengan Pendekatan SWOT Analisis

Vina Addila Putri¹, Indika Juang Putra², M. Imamuddin³, Rini Elvira⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil

Djambek Bukittinggi

Alamat e-mail: vinaaddilaputri03@gmail.com¹

indikajuangputra@uinbukittinggi.ac.id², m.imamuddin76@yahoo.co.id³,
rinielvira@uinbukittinggi.ac.id⁴

Abstract

Digital transformation has driven significant changes in the Islamic financial industry, including microfinance institutions such as Baitul Maal wat Tamwil (BMT). This article aims to analyze the competitive strategy of BMT Al Fataya Payakumbuh in facing the dynamics of Islamic digital finance using a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach. The research was conducted using descriptive qualitative methods through observation, in-depth interviews, and documentation. The analysis results indicate that BMT Al Fataya possesses strengths such as a good reputation, member loyalty, and innovative Islamic products, but still faces weaknesses such as limited capital, a lack of digital talent, and slow technology adoption. Externally, opportunities arise from the growth of Islamic fintech, increasing public digital literacy, and potential technology partnerships, while the main threat comes from competition from large-scale Islamic financial institutions, rural banks (BPRs), and commercial banks. Recommended strategies include developing digital services (mobile banking and e-wallets), increasing human resource capacity, and promoting digital initiatives based on local communities. These findings emphasize the importance of collaboration, service innovation, and digital adaptation to strengthen BMT competitiveness in the modern Islamic financial era.

Keywords: *BMT Al Fataya, competitive strategy, SWOT analysis, Islamic digital finance, microfinance institutions.*

Abstrak

Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan pada industri keuangan syariah, termasuk lembaga keuangan mikro seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Artikel ini bertujuan menganalisis strategi bersaing BMT Al Fataya Payakumbuh dalam menghadapi dinamika keuangan digital syariah dengan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa BMT Al Fataya memiliki kekuatan berupa reputasi baik, loyalitas anggota, dan produk syariah inovatif, namun masih menghadapi kelemahan seperti

keterbatasan modal, kurangnya SDM digital, serta lambatnya adopsi teknologi. Dari sisi eksternal, peluang muncul melalui pertumbuhan fintech syariah, peningkatan literasi digital masyarakat, dan potensi kemitraan teknologi, sementara ancaman utama berasal dari persaingan lembaga keuangan syariah skala besar, BPR, dan bank umum. Strategi yang direkomendasikan meliputi pengembangan layanan digital (*mobile banking dan e-wallet*), peningkatan kapasitas SDM, serta promosi digital berbasis komunitas lokal. Temuan ini menegaskan pentingnya kolaborasi, inovasi layanan, dan adaptasi digital untuk memperkuat daya saing BMT di era keuangan syariah modern.

Kata Kunci: BMT Al Fataya, strategi bersaing, analisis SWOT, keuangan digital syariah, lembaga keuangan mikro.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental pada hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. Digitalisasi mendorong efisiensi, memperluas jangkauan layanan, dan menghadirkan model bisnis baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Di Indonesia, transformasi ini sangat nyata pada industri keuangan syariah, yang dalam satu dekade terakhir menunjukkan pertumbuhan signifikan (Zein & Septiani, 2024). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset keuangan syariah Indonesia per Desember 2022 mencapai Rp2.375,8 triliun, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 15,87%. Capaian ini menandakan bahwa digitalisasi bukan hanya sekadar tren, melainkan menjadi arah strategis dalam memperkuat daya saing sektor keuangan syariah di tengah persaingan global.

Salah satu entitas penting dalam ekosistem keuangan syariah adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT), yang

berperan sebagai lembaga keuangan mikro berbasis koperasi dengan misi meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat. Keunggulan BMT terletak pada kedekatan dengan masyarakat, fleksibilitas layanan, serta penerapan prinsip syariah yang ketat (Adawiyah & Masse, 2024). Namun, kehadiran digitalisasi menuntut BMT untuk beradaptasi lebih cepat. Di satu sisi, peluang besar muncul melalui kemudahan akses teknologi, berkembangnya fintech syariah, serta meningkatnya literasi digital masyarakat. Di sisi lain, BMT menghadapi tantangan berupa keterbatasan modal, rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam bidang teknologi, serta persaingan ketat dengan bank syariah besar dan lembaga keuangan digital (Arwana & Putri, 2026).

BMT Al Fataya Payakumbuh merupakan salah satu BMT yang berkembang pesat di Sumatera Barat sejak berdiri pada 2006. Dengan visi menjadi lembaga keuangan syariah terpercaya, BMT ini berupaya meningkatkan layanan keuangan

berbasis syariah yang menjangkau masyarakat luas. Pertumbuhan jumlah anggota yang konsisten dari tahun ke tahun menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap lembaga ini. Namun, di tengah pesatnya perkembangan digital, BMT Al Fataya tidak hanya menghadapi peluang ekspansi layanan, tetapi juga risiko penurunan daya saing jika terlambat beradaptasi dengan inovasi digital.

Secara lebih spesifik, tantangan yang dihadapi BMT Al Fataya mencakup empat hal utama. Pertama, keterbatasan modal yang menghambat percepatan transformasi digital, seperti pengembangan mobile banking dan sistem pembayaran daring. Kedua, kapasitas SDM yang masih minim dalam penguasaan teknologi keuangan modern. Ketiga, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah ke layanan digital yang cepat, praktis, dan aman. Keempat, tekanan kompetitif dari lembaga keuangan lain, baik bank umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR), maupun fintech yang memiliki infrastruktur lebih kuat. Kondisi ini menuntut strategi yang tepat agar BMT tetap relevan dan kompetitif di era keuangan digital syariah.

Dalam kerangka teoritis, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan sebagai pendekatan untuk memetakan kondisi internal dan eksternal lembaga. Analisis ini membantu BMT Al Fataya dalam mengidentifikasi kekuatan yang dapat dimaksimalkan, kelemahan yang

perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi. Melalui kerangka ini, strategi bersaing dapat dirumuskan secara lebih sistematis dan adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi faktor kunci peningkatan daya saing BMT. Penelitian oleh Tri Kurniati, misalnya, menegaskan bahwa adopsi aplikasi digital myBMT mampu memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan efisiensi operasional. Sementara itu, penelitian oleh Fira Safira menyimpulkan bahwa inovasi produk keuangan berbasis digital terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah. Namun, literatur juga menyoroti bahwa keterlambatan dalam mengadopsi teknologi digital dapat menurunkan daya saing BMT, khususnya dalam menghadapi lembaga keuangan skala besar yang sudah mapan.

Berangkat dari konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bersaing BMT Al Fataya Payakumbuh dalam menghadapi era keuangan digital syariah melalui pendekatan SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi penguatan daya saing BMT, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam memperkaya literatur tentang strategi lembaga keuangan mikro syariah di era digital.

Secara lebih luas, temuan penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengelola BMT, regulator, dan akademisi dalam

merumuskan kebijakan maupun strategi pengembangan BMT di masa depan. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal secara optimal, serta mengantisipasi kelemahan dan ancaman, BMT Al Fataya berpotensi memperkuat posisinya sebagai lembaga keuangan syariah yang inklusif, berdaya saing, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

B. Kajian Pustaka

1. Strategi Bersaing

Strategi bersaing merupakan konsep inti dalam manajemen strategis yang bertujuan untuk menciptakan posisi unggul suatu organisasi di tengah lingkungan bisnis yang kompetitif. Secara umum, strategi bersaing didefinisikan sebagai rencana tindakan terkoordinasi yang dirancang untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan mempertahankannya dalam jangka panjang (Tampubolon, 2016). Michael E. Porter menyatakan bahwa terdapat tiga strategi bersaing generik yang dapat diterapkan oleh organisasi, yaitu *cost leadership* (kepemimpinan biaya), *differentiation* (diferensiasi), dan *focus strategy* (strategi fokus). Ketiga strategi ini memungkinkan organisasi untuk memilih pendekatan yang paling sesuai dengan karakteristik pasar dan sumber daya yang dimiliki.

Dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah, seperti BMT (Baitul Maal wat Tamwil), strategi bersaing tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga untuk menjalankan misi sosial

dan religius. Oleh karena itu, strategi bersaing dalam lembaga syariah perlu memperhatikan aspek nilai, etika, dan prinsip-prinsip syariah yang mendasari seluruh aktivitas bisnis. Strategi bersaing juga menjadi instrumen untuk merespons dinamika eksternal, seperti perubahan regulasi, teknologi digital, serta preferensi masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah (Ilmiyah, 2025).

Menurut David, strategi bersaing dapat dianalisis melalui kerangka kerja internal dan eksternal organisasi, untuk memahami posisi kompetitif dan menentukan arah kebijakan yang tepat. Dalam hal ini, pendekatan analisis SWOT menjadi salah satu alat yang paling sering digunakan karena kesederhanaannya serta kemampuannya menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara menyeluruh (Mujito & Aminudin, 2025).

2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah

Lembaga keuangan syariah, termasuk BMT, beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang membedakannya dari sistem konvensional. Prinsip utama mencakup larangan riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi). Selain itu, terdapat nilai-nilai tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah, dan ihsan yang menjadi landasan etika ekonomi syariah. Prinsip tauhid menegaskan bahwa seluruh aktivitas ekonomi merupakan bentuk pengabdian kepada Allah. Prinsip khilafah menempatkan manusia sebagai pengelola bumi

yang bertanggung jawab menjaga keadilan. Prinsip ibadah menekankan bahwa kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga nilai spiritual. Prinsip tazkiyah menekankan kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam bertransaksi. Sedangkan prinsip ihsan menekankan pada kebermanfaatan bagi umat. Prinsip-prinsip ini memberikan arah moral dan spiritual dalam merumuskan strategi bersaing BMT di era digital (Murtaqi, 2025).

3. Analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*. Analisis SWOT dikembangkan sebagai alat untuk membantu organisasi mengenali faktor internal (*strengths dan weaknesses*) dan eksternal (*opportunities dan threats*) yang mempengaruhi kinerja dan potensi pengembangan organisasi. Konsep ini pertama kali dipopulerkan oleh Albert S. Humphrey pada 1960-an dalam proyek perencanaan strategis di Stanford Research Institute (Sari, 2024).

Kekuatan (*Strengths*) merujuk pada segala sumber daya, kapabilitas, atau keunggulan internal yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. Misalnya, reputasi kelembagaan, kualitas layanan, loyalitas anggota, dan nilai-nilai syariah yang dipercaya masyarakat. Kelemahan (*Weaknesses*) adalah keterbatasan atau hambatan internal yang dapat mengganggu pencapaian tujuan,

seperti keterbatasan modal, kurangnya adopsi teknologi, atau rendahnya literasi digital SDM.

Peluang (*Opportunities*) merupakan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan, seperti peningkatan literasi keuangan masyarakat, kemitraan strategis, dan perkembangan teknologi finansial syariah (*Islamic fintech*). Ancaman (*Threats*) adalah faktor eksternal yang berpotensi mengganggu kinerja organisasi, seperti persaingan dari lembaga keuangan besar (BSI, BPRS), perubahan regulasi, atau disrupsi teknologi (Garmana, 2025).

Dalam praktiknya, analisis SWOT sering digunakan untuk menyusun matriks strategi dengan pendekatan TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths*), yang menghasilkan strategi SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*). Strategi SO merupakan strategi ofensif untuk memanfaatkan kekuatan guna meraih peluang, sementara strategi WO bersifat adaptif untuk mengatasi kelemahan dalam mengejar peluang. Strategi ST berorientasi defensif, menggunakan kekuatan untuk mengurangi dampak ancaman, sedangkan strategi WT bersifat mitigatif, yaitu meminimalkan kelemahan agar tidak semakin diperburuk oleh ancaman.

4. Keuangan Digital Syariah

Keuangan digital syariah merupakan bentuk layanan keuangan berbasis teknologi yang berlandaskan

prinsip-prinsip Islam. Layanan ini meliputi berbagai produk seperti *mobile banking*, *e-wallet* syariah, *peer-to-peer lending* berbasis syariah, *crowdfunding* halal, serta investasi online sesuai syariah. Konsep keuangan digital syariah hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat Muslim terhadap layanan keuangan yang modern, mudah diakses, namun tetap menjaga kepatuhan terhadap hukum Islam (Makki & Hasan, 2025).

Menurut Ascarya, keuangan digital syariah memiliki peran penting dalam memperluas inklusi keuangan dan mengurangi ketimpangan akses finansial. Melalui digitalisasi, lembaga keuangan syariah dapat menjangkau wilayah terpencil, menekan biaya operasional, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat tantangan besar, seperti rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat, keterbatasan infrastruktur, serta kerentanan terhadap risiko teknologi seperti pelanggaran data dan keamanan siber (Astrid, 2025).

BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia memiliki potensi besar dalam mengadopsi layanan digital. Akan tetapi, implementasi keuangan digital di BMT harus disesuaikan dengan karakteristik anggota, sumber daya internal, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Untuk itu, strategi pengembangan layanan digital harus disusun secara bertahap dan terintegrasi, dimulai dari peningkatan kapasitas SDM, investasi teknologi

dasar, hingga kolaborasi dengan mitra strategis seperti fintech syariah atau penyedia layanan teknologi (Cahyono et al, 2024).

5. Keterkaitan Strategi Bersaing dengan Analisis SWOT

Strategi bersaing pada dasarnya merupakan upaya lembaga untuk memaksimalkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi ancaman. Analisis SWOT berperan sebagai alat untuk memetakan kondisi internal dan eksternal agar strategi yang dirumuskan lebih realistis dan adaptif. Misalnya, BMT dengan kekuatan reputasi dan loyalitas anggota dapat memanfaatkannya untuk mengembangkan layanan digital (strategi SO). Sebaliknya, keterbatasan modal dapat diatasi dengan menjalin kemitraan strategis dengan fintech atau lembaga keuangan lain (strategi WO) (Hakim, 2023).

Dengan demikian, keterkaitan antara strategi bersaing dan analisis SWOT bersifat erat dan saling melengkapi. SWOT memberikan kerangka kerja analitis, sementara strategi bersaing menjadi implementasi praktis yang diarahkan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Dalam konteks keuangan digital syariah, keterkaitan ini menjadi semakin penting karena lingkungan eksternal yang dinamis dan penuh ketidakpastian.

C. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk

memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi bersaing KSPPS BMT Al Fataya Payakumbuh dalam menghadapi era keuangan digital syariah. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali makna, persepsi, serta strategi yang diterapkan secara kontekstual berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Analisis SWOT digunakan sebagai alat bantu untuk mengklasifikasikan temuan ke dalam kategori kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang kemudian dijadikan dasar perumusan strategi bersaing.

D. Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT Al Fataya Payakumbuh dengan fokus pada strategi bersaing di era keuangan digital syariah. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pihak manajemen, serta dokumentasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi BMT, kemudian dirumuskan strategi bersaing yang relevan dengan kondisi internal dan eksternal lembaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT Al Fataya memiliki beberapa kekuatan utama yang menopang keberlangsungan operasi

nalnya. Pertama, lembaga ini memiliki reputasi baik di masyarakat dengan tingkat kepercayaan anggota yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dari peningkatan jumlah anggota dari 655 orang pada tahun 2020 menjadi 970 orang pada tahun 2024. Kedua, loyalitas anggota cukup kuat karena BMT Al Fataya dinilai konsisten dalam menjaga prinsip syariah serta menghadirkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ketiga, produk-produk yang ditawarkan relatif inovatif, terutama pada pembiayaan berbasis syariah yang lebih fleksibel dibandingkan lembaga keuangan konvensional.

Namun demikian, terdapat sejumlah kelemahan yang menjadi hambatan dalam memperkuat daya saing. Keterbatasan modal menjadi faktor dominan yang menghambat percepatan transformasi digital, khususnya dalam pengembangan layanan mobile banking, e-wallet, maupun platform digital lain yang lebih modern. Selain itu, keterampilan sumber daya manusia masih terbatas dalam menguasai teknologi digital. Hal ini berdampak pada lambatnya adopsi inovasi layanan dan kurangnya responsivitas terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Kelemahan lain adalah promosi digital yang belum optimal, sehingga BMT relatif kalah dalam menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan media sosial dan platform digital.

Dari sisi eksternal, BMT Al Fataya menghadapi peluang yang cukup menjanjikan. Pertumbuhan fintech syariah yang semakin pesat

membuka ruang kolaborasi dan sinergi, baik dalam layanan pembayaran digital maupun penyaluran pembiayaan UMKM. Peningkatan literasi digital masyarakat, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z, juga memberi peluang bagi BMT untuk memperluas pangsa pasar melalui layanan berbasis aplikasi. Selain itu, dukungan regulasi pemerintah terhadap penguatan keuangan syariah, termasuk BMT, memberikan ruang kebijakan yang kondusif untuk pengembangan produk digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Meski demikian, terdapat ancaman yang perlu diantisipasi. Persaingan dari lembaga keuangan syariah skala besar, seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) dan BPRS, cukup signifikan karena mereka memiliki keunggulan modal, infrastruktur teknologi, dan jaringan layanan yang lebih luas. Selain itu, keberadaan BPR konvensional juga menjadi tekanan, terutama karena lembaga tersebut lebih dulu mapan dalam hal pembiayaan dan simpanan masyarakat. Perubahan perilaku konsumen yang semakin menuntut kecepatan dan kemudahan layanan digital juga berpotensi mengurangi daya saing BMT apabila tidak mampu beradaptasi dengan cepat. Ancaman lain adalah risiko keamanan digital, yang semakin relevan seiring dengan meningkatnya transaksi berbasis online.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dapat dirumuskan bagi BMT Al Fataya terbagi ke dalam empat pendekatan. Pertama, strategi

SO (*Strength-Opportunities*) yaitu memanfaatkan reputasi dan loyalitas anggota untuk memperkenalkan layanan digital berbasis syariah. Pengembangan mobile banking sederhana, layanan e-wallet, serta tabungan online dapat menjadi langkah awal untuk memperluas basis anggota. Kedua, strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yaitu memperbaiki keterbatasan modal dan SDM dengan menjalin kemitraan strategis bersama fintech syariah atau lembaga keuangan lain. Kolaborasi ini memungkinkan BMT memperoleh akses teknologi sekaligus meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan.

Ketiga, strategi ST (*Strength-Threats*) yaitu menggunakan kekuatan reputasi dan kedekatan dengan komunitas lokal untuk menghadapi persaingan dengan lembaga besar. BMT dapat mengedepankan pendekatan personal selling, layanan berbasis komunitas, serta promosi digital yang menekankan nilai kebersamaan dan kebermanfaatan sesuai prinsip syariah. Hal ini menjadi pembeda yang sulit ditiru oleh bank besar yang cenderung berorientasi pada layanan massal. Keempat, strategi WT (*Weakness-Threats*) yaitu mengurangi dampak kelemahan dan ancaman melalui efisiensi operasional dan prioritas pada layanan inti. BMT dapat mengoptimalkan infrastruktur yang ada, meningkatkan keterampilan SDM, serta memperkuat tata kelola lembaga untuk menjaga stabilitas di tengah persaingan ketat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa adopsi digitalisasi pada BMT Al Fataya masih berada pada tahap awal. Layanan digital yang ada belum terintegrasi penuh dengan sistem operasional, sehingga efektivitasnya terbatas. Namun, adanya kesadaran manajemen terhadap pentingnya transformasi digital menjadi modal positif untuk pengembangan di masa depan. Dengan dukungan anggota dan potensi kemitraan eksternal, BMT Al Fataya memiliki peluang untuk mempercepat transformasi menuju lembaga keuangan syariah mikro berbasis digital yang kompetitif.

Dari perspektif akademis, temuan ini memperkuat literatur bahwa strategi bersaing lembaga keuangan mikro syariah tidak dapat dilepaskan dari faktor internal seperti reputasi, modal, dan kapasitas SDM, serta faktor eksternal seperti tren fintech, regulasi, dan perubahan perilaku konsumen. Dengan menggunakan kerangka SWOT, strategi bersaing dapat dirumuskan lebih komprehensif dan realistis. Dari perspektif praktis, penelitian ini memberikan masukan bahwa BMT perlu menyeimbangkan kekuatan tradisionalnya sebagai lembaga berbasis komunitas dengan tuntutan modernisasi digital agar tetap relevan di tengah perubahan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan BMT Al Fataya Payakumbuh dalam menghadapi era keuangan digital syariah bergantung pada tiga hal utama: kemampuan mengintegrasikan layanan digital yang sesuai dengan prinsip syariah,

peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam teknologi, serta penguatan kolaborasi strategis dengan mitra eksternal. Dengan langkah-langkah tersebut, BMT Al Fataya berpotensi memperkuat daya saing sekaligus meningkatkan perannya sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang inklusif dan berkelanjutan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi bersaing BMT Al Fataya Payakumbuh dalam menghadapi era keuangan digital syariah melalui analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa BMT Al Fataya memiliki kekuatan utama berupa reputasi yang baik, loyalitas anggota yang tinggi, serta produk keuangan syariah yang inovatif dan sesuai kebutuhan masyarakat. Namun, lembaga ini masih menghadapi beberapa kelemahan internal seperti keterbatasan modal, rendahnya penguasaan teknologi digital oleh SDM, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital dalam promosi layanan.

Di sisi eksternal, terdapat peluang besar yang dapat dimanfaatkan, seperti pertumbuhan fintech syariah, meningkatnya literasi digital masyarakat, serta dukungan kebijakan pemerintah terhadap penguatan lembaga keuangan syariah. Meskipun demikian, BMT juga harus mengantisipasi ancaman berupa persaingan lembaga keuangan yang lebih besar dan modern, perubahan preferensi masyarakat yang mengarah ke

layanan digital yang cepat, serta risiko keamanan sistem digital.

Oleh karena itu, strategi yang relevan bagi BMT Al Fataya adalah memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang melalui pengembangan layanan keuangan digital, meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan teknologi, memperkuat kemitraan strategis dengan fintech atau lembaga lain, serta mengoptimalkan promosi berbasis komunitas agar tetap kompetitif di tengah dinamika perkembangan keuangan digital syariah.

F. Daftar Pustaka

- Adawiyah, R., & Masse, R. A. (2024). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil Danmenengah. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 238-247.
- Al Murtaqi, M. R. (2025). Analisis Kesesuaian Akad dalam Praktik Pembiayaan BMT terhadap Prinsip Hukum Islam. *Genius: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(01), 29-40.
- Arwana, J. L., & Putri, J. (2026). Tantangan Dan Peluang Digitalisasi Dalam Ekosistem Keuangan Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Sosial*, 3(4), 81-89.
- Ascarya. (2022). Keuangan Digital Syariah: Peluang dan Tantangan di Era Industri 4.0. Jakarta: Bank Indonesia Institute.
- Astrid M, A. M. (2025). *Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Di Indonesia: Perspektif Perbankan Syariah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Palopo).
- Cahyono, H., Sutantri, S., & Mala, I. K. (2024). Pengembangan Model Bisnis Inklusif Berbasis Digital Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Baitul Maal Wal Tamwil (BMT). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 1326-1341.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Garmana, D. H. (2025). *Lingkungan, Nilai, dan Sumber Daya untuk Kualitas Pelayanan: Sebuah Studi Korelasi*. Penerbit NEM.
- Hakim, L. (2023). Analisis SWOT dan Pemetaan Strategi Lembaga Pendidikan Islam: (Studi di SMAN 1 Bungo Provinsi Jambi). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 1(2), 39-58.
- Ilmiyah, I. (2025). Determinasi Keberhasilan Kinerja Berbasis Strategi Unggul BMT UAS Kantor Cabang Bangilan sebagai Kantor Terbaik Tahun 2024. *Journal of Islamic Finance and Syariah Banking*, 3(1), 35-48.
- Makki, M., & Hasan, Z. (2025). Integrasi Fintech dan

- Perbankan Syariah:
Membangun Ekosistem
Keuangan Digital yang
Berkelanjutan. *Journal of
Economic and Islamic
Research*, 3(2), 495-513.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., &
Saldana, J. (2014). *Qualitative
Data Analysis: A Methods
Sourcebook* (3rd ed.). Los
Angeles: Sage Publications.
- Mujito, S. E., & Aminudin, S. T. P.
(2025). *Analisis SWOT dalam
Manajemen Strategi: Panduan
Teoritis dan Praktis*. EDU
PUBLISHER.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive
Advantage: Creating and
Sustaining Superior
Performance*. New York: The
FreePress.
- Sari, R. Y. (2024). Analisis swot
sebagai alat penting dalam
proses perencanaan strategis
organisasi non-profit. *Jurnal
Niara*, 17(1), 87-97.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian
Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
Bandung: Alfabeta.
- Tampubolon, H. (2016). Strategi
manajemen sumber daya
manusia dan perannya dalam
pengembangan keunggulan
bersaing.
- Zein, H. H. M., & Septiani, S.
(2024). *Digitalisasi
Pemerintahan Daerah: Katalis
Untuk Integrasi dan Optimasi
Good Governance*. Sada
Kurnia Pustaka.