

SERVQUAL Based On Islamic Values: Member Satisfaction Model At BMT NU Cabang Purwoharjo

Safira Ardika Dwi Putri, Sindi Maya urbach, Yunus Zamroji
Universitas KH. Mukhtar Syafaat Banyuwangi
email. Safiraardika07@gmail.com, sindihamawan@gmail.com,
yunus.zamroji@iaida.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze member satisfaction with savings services at the BMT NU Purwoharjo. A qualitative case study approach was used, with data collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving active savings members. Results indicate overall member satisfaction, particularly regarding service accessibility, staff professionalism, transaction speed, and clarity of sharia contract information. SERVQUAL dimension analysis revealed that all five dimensions tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy contribute positively to member satisfaction. The integration of Islamic values such as amanah (trustworthiness), fastabiqul khairat (competing in goodness), and rahmah (compassion) strengthens these service dimensions. In conclusion, improving service quality across all SERVQUAL dimensions, along with strengthening sharia compliance and community-based service innovation, is crucial to maintaining member satisfaction at the BMT NU Purwoharjo Branch.

Keywords : *Member satisfaction, service quality, Servqual, Islamic values, BMT.*

SERVQUAL Berbasis Nilai Islam: Model Kepuasan Anggota pada BMT NU Cabang Purwoharjo

Safira Ardika Dwi Putri, Sindi Maya urbach, Yunus Zamroji

Universitas KH. Mukhtar Syafaat Banyuwangi

email. Safiraardika07@gmail.com, sindihamawan@gmail.com,

yunus.zamroji@iaida.ac.id

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan anggota terhadap layanan tabungan di Cabang BMT NU Purwoharjo. Pendekatan studi kasus kualitatif digunakan, dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan anggota tabungan aktif. Hasil menunjukkan kepuasan anggota secara keseluruhan, khususnya terkait aksesibilitas layanan, profesionalisme staf, kecepatan transaksi, dan kejelasan informasi kontrak syariah. Analisis dimensi SERVQUAL mengungkapkan bahwa kelima dimensi wujud fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berkontribusi positif terhadap kepuasan anggota. Integrasi nilai-nilai Islam seperti amanah (kepercayaan), fastabiqul khairat (bersaing dalam kebaikan), dan rahmah (kasih sayang) memperkuat dimensi layanan ini. Kesimpulannya, peningkatan kualitas layanan di seluruh dimensi SERVQUAL, bersamaan dengan penguatan kepatuhan syariah dan inovasi layanan berbasis komunitas, sangat penting untuk mempertahankan kepuasan anggota di Cabang BMT NU Purwoharjo.

Kata Kunci : Kepuasan anggota, kualitas layanan, SERVQUAL, nilai Islam, BMT.

Pendahuluan

Perkembangan inklusi keuangan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, salah satunya ditandai dengan peningkatan jumlah nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) sebesar 12,5%¹. Dalam ekosistem keuangan syariah ini, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) berperan sebagai salah satu pilar utama yang tidak hanya berfungsi sebagai intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat akar rumput berbasis nilai-nilai Islam². Keunikan BMT terletak pada kemampuannya

¹ Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Lembaga Keuangan Mikro Syariah 2023” (OJK, 2023).

² Ascarya, *The Role of Baitul Maal Wat Tamwil in Islamic Financial Inclusion in Indonesia* (Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPPSK) Bank Indonesia, 2021), https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Pages/Role-of-BMT_2021.aspx.

mengintegrasikan prinsip syariah dalam operasionalnya sekaligus menjangkau segmen masyarakat yang belum tersentuh lembaga keuangan formal³.

Dalam konteks peningkatan akses keuangan syariah tersebut, tuntutan terhadap kualitas layanan juga semakin meningkat. Pada lembaga keuangan syariah yang berbasis nilai kepercayaan (*trust*), kepuasan anggota menjadi indikator kritis yang menentukan keberlanjutan institusional⁴. Risiko erosi loyalitas dan ketidakstabilan operasional dapat mengancam apabila kualitas layanan tidak dikelola secara efektif. Namun, literatur yang ada menunjukkan adanya kesenjangan dalam diskursus akademik terkait determinan kepuasan anggota BMT. Sebagian penelitian lebih menekankan aspek kualitas produk tabungan⁵, sementara yang lain berfokus pada dimensi kualitas layanan secara lebih luas⁶. Selain itu, masih terbatasnya studi yang mengkaji konteks unik BMT yang berafiliasi dengan organisasi keagamaan, padahal aspek *religious identity* dan modal sosial (*social capital*) berperan penting dalam membentuk hubungan antara anggota dan lembaga⁷.

Konteks BMT yang berada di bawah naungan organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama (NU) menciptakan dinamika relasional yang khas. Hubungan antara anggota dan pengelola tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga dibangun berdasarkan ikatan sosial-keagamaan yang personal dan saling percaya⁸. Karakteristik ini diperkuat oleh mekanisme layanan berbasis komunitas, seperti layanan pengumpulan tabungan langsung ke rumah anggota dan program pendidikan keuangan yang terintegrasi dengan kegiatan masjid atau pesantren⁹. Model layanan semacam ini menciptakan nilai tambah tersendiri, namun juga menghadirkan kompleksitas dalam pengukuran kepuasan layanan yang bersifat multi-dimensi.

Sayangnya, konteks spesifik dengan karakteristik sosio-kultural yang kuat seperti BMT

³ M S Antonio, *Islamic Financial Management: An Operational Perspective* (PT Gramedia Pustaka Utama, 2020).

⁴ A A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, Edisi 5 (PT RajaGrafindo Persada, 2021).

⁵ R Amalia and N Khamidah, "Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Sejahtera," *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 8, no. 2 (2020): 134–50.

⁶ Q A'yuni, "Kualitas Layanan Dan Kepuasan Anggota Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Studi Kasus Di Jawa Barat," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12, no. 2 (2020): 289–304, <https://doi.org/10.15408/aiq.v12i2.17985>.

⁷ N Huda et al., "The Influence of Religious Identity and Social Capital on Member Satisfaction in Islamic Cooperative," *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 8, no. 1 (2022): 55–78, <https://doi.org/10.2108/jimf.v8i1.1423>.

⁸ P Lestari, A Fauzi, and R Wijaya, "Dinamika Sosial Dalam Pengelolaan BMT Berbasis Komunitas Keagamaan," *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia* 12, no. 2 (2021): 156–72.

⁹ R Jannah, "Layanan Tabungan Berbasis Komunitas Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Islam* 3, no. 1 (2025): 45–60.

NU Cabang Purwoharjo belum mendapatkan perhatian yang memadai dalam literatur ilmiah. Kesenjangan ini semakin tampak ketika dibandingkan dengan penelitian di lokasi lain¹⁰, yang belum tentu dapat digeneralisasi untuk konteks Purwoharjo dengan karakteristik khususnya. Studi mengenai kepuasan layanan di BMT berbasis komunitas keagamaan masih jarang dilakukan, meskipun aspek *spiritual value* dan *community embeddedness* berpotensi menjadi faktor pembeda yang signifikan dalam membentuk loyalitas anggota¹¹. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam sistem layanan dapat meningkatkan *perceived value* dari perspektif anggota¹².

Berdasarkan identifikasi kesenjangan penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap layanan tabungan di BMT NU Cabang Purwoharjo serta mengidentifikasi dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh dalam membentuk kepuasan tersebut. Penelitian ini menggunakan kerangka SERVQUAL yang dimodifikasi dengan memasukkan dimensi nilai-nilai Islam, mengingat model SERVQUAL konvensional dinilai belum sepenuhnya mampu menangkap aspek spiritual dan etika dalam layanan keuangan syariah¹³. Berdasarkan karakteristik BMT yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mengemban misi sosial dan dakwah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan anggota terhadap layanan tabungan di BMT NU Cabang Purwoharjo serta dimensi kualitas layanan apa yang paling dominan dan menentukan dalam membentuk kepuasan anggota dalam konteks BMT yang berbasis komunitas keagamaan.

Melalui pendekatan kualitatif yang mendalam, penelitian ini berupaya untuk tidak hanya mengisi celah literatur dengan menyajikan bukti empiris dari konteks yang spesifik, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan model kepuasan layanan yang lebih holistik. Model yang

¹⁰ A Ramin, "Studi Komparatif Kepuasan Anggota BMT Di Beberapa Wilayah Jawa Timur," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 34–50.

¹¹ M S A Razimi, A R Romle, and A S Shamsudin, "SERVQUAL from Islamic Perspective: A Conceptual Framework," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 11, no. 6 (2021): 1002–14, <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i6/10095>.

¹² R Hasan and S N Ali, "Integrating Islamic Values into Service Systems: Impact on Customer Perceived Value and Loyalty in Islamic Banks," *International Journal of Bank Marketing* 41, no. 2 (2023): 456–75, <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2022-0371>.

¹³ A Fauzi and T Suryani, "Islamic Service Quality: Integrating SERVQUAL and Maqasid Al-Shariah," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 4 (2022): 890–905, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0156>.

diusulkan mengintegrasikan dimensi teknis kualitas layanan (berdasarkan SERVQUAL) dengan dimensi nilai-nilai Islam yang hidup dalam komunitas. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi dan pengembangan standar layanan BMT yang lebih efektif dan kontekstual, tetap relevan dengan kebutuhan anggota, dan konsisten dengan prinsip syariah serta karakteristik layanan berbasis komunitas. Pada akhirnya, kontribusi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan optimalisasi peran BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berdaya saing dan berkarakter.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengungkap secara mendalam pengalaman, persepsi, dan konstruksi makna anggota terhadap pelayanan tabungan di BMT NU Cabang Purwoharjo pada Oktober–November 2025. Pendekatan ini dipilih karena dianggap mampu menjelajahi realitas sosial secara naturalistik dan kontekstual, memungkinkan peneliti memahami dinamika fenomena dari sudut pandang subjek penelitian itu sendiri¹⁴. Sebagaimana dikemukakan oleh¹⁵, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memasuki konteks sosial untuk memahami tindakan dan makna yang dibangun oleh informan melalui perspektif mereka.

Lokasi penelitian ditetapkan di BMT NU Cabang Purwoharjo dengan pertimbangan bahwa lembaga ini merepresentasikan pola interaksi keuangan mikro syariah yang khas dan berbasis komunitas, sehingga menjadi kasus yang kaya informasi (*information-rich case*) untuk diteliti secara mendalam¹⁶(Patton, 2015). Karakter anggota yang heterogen dan keterlibatan mereka dalam layanan tabungan menjadikan lokasi ini relevan untuk menggali makna kepuasan yang dibangun berdasarkan pengalaman empiris mereka. Penelitian berfokus pada analisis kualitas layanan menggunakan kerangka SERVQUAL yang dimodifikasi dengan dimensi nilai-nilai Islam. Adaptasi kerangka SERVQUAL konvensional ini dilakukan karena dinilai lebih komprehensif dalam menangkap aspek spiritual dan etika dalam layanan keuangan syariah,

¹⁴ E Kuswarno, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Fenomenologi, Etnografi, Studi Kasus, Grounded Theory, Dan Etnometodologi* (Simbiosis Rekatama Media, 2021).

¹⁵ B Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arab Penguasaan Model Aplikasi* (Rajawali Pers, 2020).

¹⁶ M Q Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*, 4th ed. (Sage Publications, 2015).

sebagaimana dijelaskan dalam kajian Islamisasi SERVQUAL¹⁷.

Pengumpulan data dilakukan secara triangulasi dengan menggunakan tiga teknik utama: wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap 15 anggota aktif yang dipilih secara purposif berdasarkan variasi usia, jenis kelamin, dan lama keanggotaan, dengan pedoman wawancara yang berfokus pada kelima dimensi SERVQUAL (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dan internalisasi nilai-nilai Islam dalam layanan. Observasi dilakukan terhadap lingkungan fisik dan interaksi layanan, sementara studi dokumentasi mencakup analisis SOP, laporan tahunan, dan formulir keanggotaan. Teknik ini dipilih untuk menghasilkan data yang kaya, berlapis, dan valid, sejalan dengan panduan¹⁸ bahwa penggunaan berbagai sumber data penting untuk menjaga kredibilitas dan kedalaman temuan penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan¹⁹, yang melibatkan tiga alur kegiatan yang berlangsung secara bersamaan dan iteratif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses pengodean (*coding*) dilakukan secara tematik berdasarkan dimensi SERVQUAL dan nilai-nilai Islam yang muncul. Penyajian data dilakukan dalam bentuk matriks tematik dan narasi deskriptif untuk memudahkan penarikan kesimpulan yang holistik.

Untuk menjamin keabsahan (*trustworthiness*) data, penelitian ini menerapkan sejumlah kriteria validitas kualitatif yang meliputi kredibilitas, dependabilitas, transferabilitas, dan konfirmabilitas). Secara operasional, hal ini diwujudkan melalui teknik *member checking*, triangulasi sumber dan metode, penyusunan *audit trail*, serta deskripsi kontekstual yang mendalam (*thick description*). Sebagaimana ditegaskan oleh²⁰, kejelasan dan transparansi proses penelitian ini merupakan bentuk pertanggungjawaban ilmiah yang fundamental dalam penelitian kualitatif. Dengan kerangka metodologis yang komprehensif ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pijakan yang kuat dan kredibel untuk memahami konstruksi kualitas pelayanan dan kepuasan anggota dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah yang spesifik.

¹⁷ Fauzi and Suryani, "Islamic Service Quality: Integrating SERVQUAL and Maqasid Al-Shariah."

¹⁸ H Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial* (Salemba Humanika, 2021).

¹⁹ M B Miles, A M Huberman, and J Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. (Sage Publications, 2020).

²⁰ Kuswarno, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Fenomenologi, Etnografi, Studi Kasus, Grounded Theory, Dan Etnometodologi*.

Pembahasan

Sebagaimana landasan teori yang digunakan, kepuasan anggota merupakan respons emosional atas kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan aktual²¹. Untuk mengukur kualitas layanan yang menjadi faktor utama penentu kepuasan tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka SERVQUAL. Analisis temuan lapangan di BMT NU Cabang Purwoharjo terhadap kelima dimensi SERVQUAL mengungkapkan konsistensi dan keunikan sebagai berikut.

1. *Tangibles* (Bukti Fisik): Keselarasan antara Komitmen Manajemen dan Persepsi Anggota

Temuan penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa perhatian manajemen terhadap kebersihan, kerapian, dan kelengkapan fasilitas berhasil membentuk persepsi positif anggota. Manajemen secara aktif menstandarisasi penampilan fisik sebagai representasi profesionalitas, sebagaimana dinyatakan Ketua Cabang: “Kami berupaya agar ruangan selalu bersih, rapi, dan fasilitas lengkap, karena itu yang menunjukkan profesionalitas BMT di mata anggota.” Persepsi ini secara langsung dikonfirmasi oleh nasabah seperti Ibu Nining yang merasa “nyaman datang ke BMT karena ruangnya bersih dan tertata, jadi pelayanannya terasa lebih profesional.”

Temuan ini memperkuat dan mengontekstualisasikan teori Parasuraman dkk. yang menempatkan *tangibles* sebagai elemen pembentuk persepsi awal²². Hasil penelitian ini selaras dengan temuan²³ pada Bank Syariah Mandiri serta²⁴ pada Bank Syariah Indonesia yang membuktikan pengaruh signifikan *tangibles* terhadap kepuasan. Namun, penelitian ini menambah dimensi baru: dalam konteks BMT berbasis komunitas, kepedulian terhadap bukti fisik tidak hanya soal kesan profesional, tetapi juga merefleksikan tanggung jawab moral lembaga terhadap kenyamanan ruang bertemu komunitas. Lebih jauh, kesadaran menjaga kebersihan ini mendapatkan justifikasi normatif yang dalam

²¹ P Kotler and K L Keller, *Marketing Management*, 16th ed. (Pearson Education, 2021).

²² F Tjiptono and G Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 4 (Andi Offset, 2020).

²³ A Albadiyah and M Syukur, “Pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 11, no. 1 (2025): 45–62, <https://doi.org/10.15408/jebis.v11i1.33021>.

²⁴ N Asyfiya, D Rahmawati, and A Hidayat, “Pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 3 (2024): 567–80.

dari nilai Islam, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah [2]: 222 yang menyatakan “Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertobat dan menyukai orang-orang yang menyucikan diri.” Dengan demikian, pengelolaan tangibles di BMT ini merupakan konvergensi antara standar pelayanan modern dan penerapan etika syariah yang menyeluruh.

2. *Reliability* (Keandalan): Akurasi dan Konsistensi sebagai Fondasi Kepercayaan

Temuan penelitian mengungkap bahwa keandalan menjadi penilaian utama anggota terhadap kredibilitas BMT. Ketelitian proses, seperti pengecekan ulang data oleh staf administrasi dan akurasi transaksi oleh teller, menciptakan rasa aman. Teller Safira menekankan, “Kami harus memastikan setiap transaksi benar dan selesai tepat waktu, supaya nasabah tetap percaya.” Keyakinan ini terefleksi dalam pernyataan nasabah seperti Bapak Khusen: “Selama saya menabung di sini, tidak pernah ada salah hitung; semuanya selalu jelas.”

Temuan ini secara kuat mendukung teori bahwa *reliability* adalah dimensi paling kritis dalam membangun kepercayaan²⁵. Hasil penelitian ini konsisten dengan riset²⁶ pada BMT serta²⁷ pada bank syariah, yang menyimpulkan bahwa akurasi dan konsistensi merupakan prediktor utama kepuasan. Kontribusi temuan ini adalah penegasan bahwa dalam skala mikro dan interaksi personal seperti di BMT, satu kali kesalahan dapat berdampak besar pada reputasi lembaga di lingkaran komunitas yang sempit. Oleh karena itu, komitmen pada keandalan menjadi lebih imperatif. Secara normatif, praktik ini adalah pengejawantahan konkret prinsip amanah, sesuai perintah Allah SWT dalam QS. An-Nisa’ [4]: 58. Temuan ini memperkaya literatur dengan menunjukkan bahwa dalam konteks komunitas keagamaan, *reliability* tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga bernilai sosial-religius sebagai bukti ketundukan pada prinsip syariah.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan yang Memperkuat Hubungan Personal

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kesigapan merespons pertanyaan dan

²⁵ Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial* (Salemba Humanika, 2021).

²⁶ Asyfiya, Rahmawati, and Hidayat, “Pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia.”

²⁷ S Fadilah and R Maulana, “Keandalan Layanan Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah,” *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 78–95.

menyelesaikan transaksi sangat diapresiasi anggota, terutama dalam mengatasi ketidakpastian. Koordinasi cepat antar divisi (seperti antara teller dan administrasi) menjadi enabler utama. Pernyataan Teller Safira, “Di BMT kami berusaha menanggapi kebutuhan anggota secepat mungkin agar mereka merasa diperhatikan,” dibuktikan dengan pengalaman Ibu Ririn: “Setiap saya tanya soal tabungan atau transaksi, pegawainya cepat menjawab, jadi saya merasa dilayani dengan baik.”

Temuan ini selaras dengan kerangka SERVQUAL bahwa responsiveness adalah ekspresi nyata dari perhatian dan penghargaan kepada pelanggan. Hasil penelitian mengonfirmasi temuan serta tentang pengaruh positif daya tanggap terhadap kepuasan dan loyalitas.²⁸ Nilai tambah dari penelitian ini adalah identifikasi bahwa dalam setting BMT, responsiveness sering kali bersifat pre-emptif; pegawai yang telah mengenal anggota secara personal cenderung lebih proaktif mengantisipasi kebutuhan, yang semakin memperkuat ikatan emosional²⁹. Sikap ini selaras dengan semangat Islam untuk berlomba dalam kebaikan (*fastabiqul khairat*), sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah [2]: 148. Dengan demikian, temuan ini menghubungkan konsep daya tanggap dalam pelayanan modern dengan etika proaktif dalam ajaran Islam.

4. *Assurance* (Jaminan): Kompetensi dan Amanah sebagai Dasar Keyakinan

Temuan penelitian menggarisbawahi bahwa jaminan keamanan transaksi dan kompetensi pegawai merupakan pondasi kepercayaan. Upaya sistematis seperti pelatihan, prosedur verifikasi ganda, dan komunikasi yang jelas telah dilaksanakan. Pernyataan Ketua Cabang, “Kami ingin anggota merasa aman, jadi pegawai harus paham prosedur dan memberi penjelasan yang jelas,” direspons positif oleh nasabah seperti Bapak Supriyadi yang merasa yakin karena “pegawainya menjelaskan dulu supaya saya paham.”

Temuan ini memperkuat posisi assurance sebagai dimensi yang memengaruhi

²⁸ A Putri and B Nugroho, “Dampak Responsiveness Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BMT,” *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 6, no. 1 (2021): 23–40.

²⁹ R Ramadhani and A Widyanto, “SERVQUAL-Syariah: Pengembangan Model Kualitas Layanan Untuk Lembaga Keuangan Syariah,” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 8, no. 1 (2020): 34–52.

persepsi risiko dan kepercayaan³⁰. Hasil sejalan dengan penelitian³¹ dan³² yang menegaskan peran jaminan dalam mengurangi kecemasan nasabah. Kontribusi khas penelitian ini adalah penemuan bahwa dalam lingkungan BMT yang berdasarkan nilai syariah, assurance tidak hanya ditunjukkan melalui sertifikasi atau protokol teknis, tetapi lebih melalui konsistensi sikap amanah dan integritas dalam setiap interaksi nilai yang jauh lebih terdalam dan teramati langsung oleh anggota. Hal ini merupakan manifestasi dari prinsip amanah yang agung dalam QS. Al-Ahzab [33]: 72. Temuan ini menyiratkan bahwa bagi anggota BMT, jaminan terbesar berasal dari keyakinan bahwa pengelola menjalankan amanah keuangan mereka dengan landasan iman.

5. *Empathy* (Empati): Keunikan Layanan Berbasis Komunitas dan Nilai Rahmah

Temuan penelitian mengungkap bahwa empati merupakan dimensi pembeda yang paling menonjol dan bernilai tinggi di mata anggota. Perhatian personal, kesabaran, dan upaya memahami konteks kesulitan anggota menjadi ciri khas. Staf Pembiayaan Alvin menjelaskan filosofinya: “Kami harus melihat kondisi anggota dulu agar bantuan yang diberikan sesuai dan tidak memberatkan.” Empati ini dirasakan sangat mendalam oleh anggota seperti Ibu Rina yang merasakan dukungan tanpa penghakiman saat menghadapi masalah.

Temuan ini secara kuat mendukung teori bahwa *empathy* adalah kunci dalam layanan yang melibatkan hubungan interpersonal tinggi³³. Hasil penelitian memperkuat temuan serta tentang dampak empati terhadap loyalitas³⁴. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi spesifik dengan menunjukkan bahwa dalam BMT berbasis organisasi keagamaan seperti NU, empati bukan sekadar teknik komunikasi, tetapi merupakan ekspresi dari nilai ukhuwah (persaudaraan) dan rahmah (kasih sayang) yang

³⁰ Kotler and Keller, *Marketing Management*.

³¹ N Hidayati and B Prasetyo, “Jaminan Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada BMT,” *Jurnal Studi Islam Dan Ekonomi* 5, no. 1 (2021): 34–52.

³² S Nabila and A Fauzan, “Peran Assurance Dalam Mengurangi Kecemasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan Syariah,” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2024): 67–84.

³³ Tjiptono and Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*.

³⁴ S Wulandari and Z Arifin, “Pengaruh Empati Petugas Terhadap Loyalitas Anggota BMT,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 9, no. 2 (2021): 89–105.

menjadi bagian dari identitas kolektif³⁵. Nilai ini bersumber dari teladan Rasulullah SAW sebagaimana dalam QS. At-Taubah [9]: 128. Oleh karena itu, empati dalam konteks ini memiliki muatan religio-sosial yang membuatnya lebih efektif dalam membangun ikatan loyalitas yang kuat dibandingkan di lembaga keuangan umum.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota BMT NU Cabang Purwoharjo dibentuk melalui sebuah model layanan yang secara sukses mengintegrasikan kelima dimensi SERVQUAL dengan nilai-nilai syariah yang hidup dalam komunitas Nahdliyin. Temuan penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi penelitian-penelitian terdahulu tentang relevansi SERVQUAL di sektor keuangan syariah, tetapi juga melengkapinya dengan menunjukkan kontekstualisasi yang unik: setiap dimensi (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) mendapatkan kekuatan dan makna tambahannya ketika dijiwai dan diekspresikan melalui nilai-nilai amanah, *fastabiqul khairat*, dan rahmah. Sinergi inilah yang menjelaskan tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas yang terbentuk. Dengan demikian, penelitian ini menjawab rumusan masalah dengan menegaskan bahwa dalam konteks BMT berbasis komunitas keagamaan, dimensi-dimensi layanan tersebut memiliki pengaruh yang saling memperkuat, dengan empati dan assurance yang berlandaskan syariah muncul sebagai faktor yang paling mendalam dan determinan dalam membentuk pengalaman kepuasan anggota yang holistik dan berkelanjutan.

³⁵ A Fitria and M Rahman, "Peran Empati Dalam Membangun Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Psikologi Islam Dan Ekonomi* 7, no. 2 (2024): 112–29.

Kesimpulan

Berdasarkan seluruh analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota terhadap layanan tabungan di BMT NU Cabang Purwoharjo terbentuk melalui integrasi yang komprehensif antara kelima dimensi kualitas layanan SERVQUAL (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dengan internalisasi nilai-nilai syariah seperti *amanah, fastabiqul khairat, dan rahmah*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek *empathy* (kepedulian personal) dan *assurance* (jaminan kompetensi dan keamanan berbasis amanah) merupakan dimensi yang paling menentukan dalam konteks lembaga keuangan mikro berbasis komunitas keagamaan, karena keduanya tidak hanya memenuhi harapan fungsional anggota tetapi juga membangun ikatan emosional dan kepercayaan yang dalam.

Secara keseluruhan, model layanan yang holistik ini telah berhasil menciptakan pengalaman positif yang mempertahankan loyalitas anggota dan mendukung keberlanjutan lembaga. Oleh karena itu, sebagai rekomendasi strategis, manajemen BMT NU disarankan untuk terus mempertahankan dan mendokumentasikan praktik baik ini ke dalam standar operasional prosedur (SOP) yang baku, sekaligus secara berkala meningkatkan kompetensi teknis dan *soft skill* seluruh pegawai melalui pelatihan yang tidak hanya fokus pada aspek prosedural, tetapi juga memperdalam pemahaman tentang etika pelayanan syariah dan psikologi komunitas, agar keunggulan layanan berbasis nilai ini dapat direplikasi dan dikembangkan secara berkelanjutan di seluruh jaringan BMT NU.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q. "Kualitas Layanan Dan Kepuasan Anggota Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Studi Kasus Di Jawa Barat." *Al-Iqtisad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12, no. 2 (2020): 289–304. <https://doi.org/10.15408/aiq.v12i2.17985>.
- Albadiyah, A, and M Syukur. "Pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 11, no. 1 (2025): 45–62. <https://doi.org/10.15408/jebis.v11i1.33021>.
- Amalia, R, and N Khamidah. "Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Sejahtera." *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 8, no. 2 (2020): 134–50.
- Antonio, M S. *Islamic Financial Management: An Operational Perspective*. PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Ascarya. *The Role of Baitul Maal Wat Tamwil in Islamic Financial Inclusion in Indonesia*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPPSK) Bank Indonesia, 2021. https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Pages/Role-of-BMT_2021.aspx.
- Asyfiya, N, D Rahmawati, and A Hidayat. "Pengaruh Bukti Fisik (Tangibles) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 3 (2024): 567–80.
- Bungin, B. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arab Penguasaan Model Aplikasi*. Rajawali Pers, 2020.
- Fadilah, S, and R Maulana. "Keandalan Layanan Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah Pada Perbankan Syariah." *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 78–95.
- Fauzi, A, and T Suryani. "Islamic Service Quality: Integrating SERVQUAL and Maqasid Al-Shariah." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 4 (2022): 890–905. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0156>.
- Fitria, A, and M Rahman. "Peran Empati Dalam Membangun Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Psikologi Islam Dan Ekonomi* 7, no. 2 (2024): 112–29.
- Hardiansyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial*. Salemba Humanika, 2021.
- Hasan, R, and S N Ali. "Integrating Islamic Values into Service Systems: Impact on Customer Perceived Value and Loyalty in Islamic Banks." *International Journal of Bank Marketing* 41, no. 2 (2023): 456–75. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2022-0371>.
- Herdiansyah, H. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial*. Salemba Humanika, 2021.
- Hidayati, N, and B Prasetyo. "Jaminan Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada BMT." *Jurnal Studi Islam Dan Ekonomi* 5, no. 1 (2021): 34–52.
- Huda, N, N Rini, Y Mardoni, and P Putra. "The Influence of Religious Identity and Social Capital on Member Satisfaction in Islamic Cooperative." *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 8, no. 1 (2022): 55–78. <https://doi.org/10.2108/jimf.v8i1.1423>.
- Jannah, R. "Layanan Tabungan Berbasis Komunitas Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Islam* 3, no. 1 (2025): 45–60.
- Karim, A A. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Edisi 5. PT RajaGrafindo Persada, 2021.
- Keuangan, Otoritas Jasa. "Statistik Lembaga Keuangan Mikro Syariah 2023." OJK, 2023.
- Kotler, P, and K L Keller. *Marketing Management*. 16th ed. Pearson Education, 2021.
- Kuswarno, E. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Fenomenologi, Etnografi, Studi Kasus, Grounded Theory, Dan Etnometodologi*. Simbiosis Rekatama Media, 2021.
- Lestari, P, A Fauzi, and R Wijaya. "Dinamika Sosial Dalam Pengelolaan BMT Berbasis Komunitas Keagamaan." *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia* 12, no. 2 (2021): 156–72.
- Miles, M B, A M Huberman, and J Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 4th ed. Sage Publications, 2020.
- Nabila, S, and A Fauzan. "Peran Assurance Dalam Mengurangi Kecemasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan

- Syariah.” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2024): 67–84.
- Patton, M Q. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. 4th ed. Sage Publications, 2015.
- Putri, A, and B Nugroho. “Dampak Responsiveness Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BMT.” *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 6, no. 1 (2021): 23–40.
- Ramadhani, R, and A Widyanto. “SERVQUAL-Syariah: Pengembangan Model Kualitas Layanan Untuk Lembaga Keuangan Syariah.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 8, no. 1 (2020): 34–52.
- Ramin, A. “Studi Komparatif Kepuasan Anggota BMT Di Beberapa Wilayah Jawa Timur.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 34–50.
- Razimi, M S A, A R Romle, and A S Shamsudin. “SERVQUAL from Islamic Perspective: A Conceptual Framework.” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 11, no. 6 (2021): 1002–14. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i6/10095>.
- Tjiptono, F, and G Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 4. Andi Offset, 2020.
- Wulandari, S, and Z Arifin. “Pengaruh Empati Petugas Terhadap Loyalitas Anggota BMT.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 9, no. 2 (2021): 89–105.