

Optimalisasi Loyalitas Anggota BMT melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Berbasis Prinsip Syariah (Studi pada BMT Amanah Nusa Jepara)

Faidlussalam, Miswan Ansori,[✉] Ahmad Fauzan Mubarok

Page | 25

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

181420000281@unisnu.ac.id, miswan@unisnu.ac.id,[✉] fauzan@unisnu.ac.id

Abstract

The issue of member loyalty has emerged as a significant challenge for Baitul Maal wat Tamwil (BMT) in preserving institutional sustainability in the face of intensifying competition in financial services and the mounting complexity of member expectations, particularly within the context of Sharia. This background underscores the significance of comprehending the factors that shape loyalty, particularly from the perspective of members as service users. The objective of this study is to examine how members of Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Amanah Nusa Jepara perceive service quality and satisfaction based on sharia principles in shaping their loyalty to the institution. The research method employed is qualitative phenomenology, with data collected through in-depth interviews with 10 active members, participatory observation, and document analysis. The findings indicate that member loyalty is influenced by the interaction between service quality (responsiveness, reliability, empathy, and alignment with Islamic values), member satisfaction (emotional and spiritual fulfillment), and the consistent application of Sharia principles such as justice, honesty, transparency, and social responsibility. The social-religious activities organized by BMT have also been shown to strengthen emotional and spiritual bonds, fostering a sense of community among members. However, limited access to digital services emerges as a challenge, particularly for younger members who seek faster and more flexible services. In order to maintain the loyalty of its members, BMTs must implement a comprehensive strategy that balances the digitalization of services, the strengthening of Sharia values, and the empowerment of social-religious interactions.

Received: 2025-04-30

Accepted: 2025-06-25

Published: 2025-06-30

Keywords: Service Quality; Member Satisfaction; Sharia Compliance; Member Loyalty; BMT

Abstrak

Loyalitas anggota menjadi tantangan penting bagi Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam menjaga keberlanjutan kelembagaan di tengah meningkatnya persaingan layanan keuangan dan ekspektasi anggota yang semakin kompleks, terutama dalam konteks syariah. Latar belakang ini mendorong pentingnya pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas, khususnya dalam perspektif anggota sebagai pengguna layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana anggota Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Amanah Nusa Jepara memaknai kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas mereka terhadap lembaga. Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif fenomenologi, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 10 anggota aktif, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Temuan menunjukkan bahwa loyalitas anggota dipengaruhi oleh interaksi antara kualitas pelayanan (responsivitas, keandalan, empati, dan kesesuaian dengan nilai Islam), kepuasan anggota (pemuhan emosional dan spiritual), serta penerapan prinsip syariah secara konsisten seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Kegiatan sosial-keagamaan yang diselenggarakan BMT juga memperkuat keterikatan emosional dan spiritual, membangun rasa kebersamaan antar anggota. Namun, keterbatasan akses layanan digital muncul sebagai tantangan, terutama bagi anggota muda yang menginginkan layanan yang lebih cepat dan fleksibel. Untuk menjaga loyalitas anggota, BMT perlu menerapkan strategi holistik yang menyeimbangkan digitalisasi layanan, penguatan nilai-nilai syariah, dan pemberdayaan interaksi sosial-keagamaan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Anggota; Kepatuhan Syariah; Loyalitas Anggota; BMT

Pendahuluan

Page | 26

Lembaga keuangan mikro syariah, seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT), memainkan peran penting dalam menyediakan akses keuangan bagi masyarakat kecil dan menengah,¹ khususnya mereka yang menghindari sistem keuangan konvensional karena alasan keyakinan agama.² Dalam konteks ekonomi yang semakin dinamis dan kompleksitas kebutuhan masyarakat, loyalitas anggota menjadi tantangan utama bagi BMT. Loyalitas tidak hanya mencerminkan durasi keanggotaan, tetapi juga keterikatan emosional, sosial, dan spiritual anggota terhadap lembaga.³ Dalam kerangka syariah, loyalitas anggota tidak dapat dipisahkan dari persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta tingkat kepuasan yang dirasakan, yang keduanya harus mencerminkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan kemaslahatan.⁴

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi loyalitas anggota di koperasi dan lembaga keuangan. Kualitas pelayanan secara konsisten terbukti memiliki dampak positif terhadap loyalitas.⁵ Selain itu, kepercayaan, kepuasan anggota, antusiasme, dan hambatan perpindahan juga berperan penting dalam membentuk loyalitas.⁶ Faktor lain

¹ Akhmad Nurasikin, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syar'ah: Take Over Pembiayaan Mikro Bank Syari'ah," *Iqtisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia* 8, No. 2 (2021): 187, <https://doi.org/10.31942/iq.v8i2.5674>.

² Supriadi Supriadi and Ismawati Ismawati, "Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, No. 1 (2020): 41–50, <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7002>.

³ Siti Maghfiroh and Rusdarti Rusdarti, "Pengaruh Kepuasan, Antusiasme, dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Serba Usaha," *Economic Education Analysis Journal* 5, No. 1 (2016): 295–305.

⁴ Maimun Maimun and Dara Tzahira, "Prinsip Dasar Perbankan Syariah," *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law* 1, No. 2 (2022): 125–42, <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.878>.

⁵ Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawa, Nyoman Andika Triadhi, and Cokorda Istri Agung Vera Nindia Putri, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada KSP Sari Sedana Nadi Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium* 8, No. 1 (2022): 74–89, https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.842.

⁶ Muhammad Idris Al Satria and Fani Firmansyah, "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Anggota," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, No. 1 (2024): 401–14, <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3690>.

seperti kekompakan antar anggota,⁷ pemasaran hubungan pelanggan, tanggung jawab sosial perusahaan⁸ serta citra dan kepercayaan merek⁹ turut berkontribusi. Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antar variabel, sehingga kurang mengeksplorasi pengalaman subjektif dan pandangan personal anggota terhadap pelayanan serta penerapan prinsip syariah.

Kualitas pelayanan merupakan elemen kunci dalam memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi organisasi.¹⁰ Dalam konteks syariah, kualitas pelayanan harus selaras dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan, etika, dan kesejahteraan sosial.¹¹ Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai sektor,¹² termasuk dalam konteks keuangan mikro syariah.¹³ Namun, pemahaman anggota tentang "pelayanan berkualitas" sering kali bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh nilai-nilai keislaman yang mereka anut, sehingga memerlukan pendekatan kualitatif untuk menggali makna yang lebih mendalam.

⁷ Retno Nur Khasanah and Amin Sadiqin, "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau dari Faktor Pelayanan dan Kohesivitas," *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, No. 7 (2022): 1147–56, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.134>.

⁸ Yulekhah Ariyanti and Siti Safa'atul Mar'ah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Simpan Pinjam," *Akses: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 17, No. 2 (2022): 89–103, <https://doi.org/10.31942/akses.v17i2.7468>.

⁹ Al Satria and Firmansyah, "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Anggota."

¹⁰ Agung Firatmadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Journal of Business Studies* 2, No. 2 (2017): 80–105.

¹¹ Muhamad Mustaqim, "Prinsip Syariah dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (Studi Atas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM di Kudus)," *Jurnal Penelitian* 10, no. 2 (December 2016): 399–422, <https://doi.org/10.21043/jupe.v10i2.1817>.

¹² Arfadila Melani, Dila Erlianti, and Lilis Wahyuni, "Analisis Kualitas Pelayanan dalam Pengurusan Buku Pelaut pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas I Dumai," *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis* 5, No. 2 (2023): 85–92, <https://doi.org/10.36917/japabis.v5i2.100>.

¹³ Moh. Ramin et al., "Analisis Kepuasan Anggota dalam Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Robatal Kabupaten Sampang," *Prospek: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah* 2, No. 1 (2024): 296–305, <https://doi.org/10.32806/56bqj980>.

Di sisi lain, kepuasan anggota dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan, kemudahan akses, kepercayaan, dan citra lembaga.¹⁴ Dalam konteks BMT, kepuasan anggota tidak hanya berkaitan dengan layanan finansial, tetapi juga dengan interaksi sosial dan spiritual yang mencerminkan nilai-nilai syariah.¹⁵ Masyarakat Jepara, yang dikenal religius dan memiliki semangat kolektif yang kuat, menjadikan interaksi sosial antara anggota dan pengelola BMT sebagai elemen penting dalam pembentukan loyalitas. Oleh karena itu, loyalitas anggota tidak hanya merupakan hasil dari kualitas pelayanan dan kepuasan, tetapi juga proses sosial yang dibangun melalui pengalaman keberagamaan dan keuangan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana anggota BMT Amanah Nusa Jepara memaknai kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas terhadap lembaga. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengidentifikasi dimensi pelayanan yang dianggap penting oleh anggota, serta bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam praktik pelayanan yang memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas anggota.

Adapun pokok persoalan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana anggota BMT Amanah Nusa Jepara memaknai kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas terhadap lembaga?. Untuk menjawab persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologis, dengan fokus pada pengalaman subjektif anggota BMT sebagai pengguna layanan keuangan syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana anggota BMT Amanah Nusa Jepara memaknai kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas mereka terhadap lembaga. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: "Bagaimana anggota BMT Amanah Nusa Jepara

¹⁴ Jaka Sulaksana, Dinar Dinar, and Ega Syaiful Hidayat, "Analisis Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Pelayanan Kelompok Tani," *Paradigma Agribisnis* 2, No. 2 (2020): 54, <https://doi.org/10.33603/jpa.v2i2.3159>.

¹⁵ Bunga Anadesta Hanri Putri, Bambang Trisetyo Eddy, and Tutik Dalmyatun, "Analisis Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Pelayanan pada Koperasi Gardu Tani di Desa Ketapang, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang," *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 2, No. 2 (2019): 54–62, <https://doi.org/10.33603/jpa.v2i2.3159>.

memaknai kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas mereka terhadap lembaga?"

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif anggota dalam berinteraksi dengan pelayanan BMT, serta bagaimana nilai-nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dipahami dan dirasakan dalam praktik pelayanan sehari-hari. Dengan fokus pada perspektif anggota sebagai pelaku langsung, penelitian ini berupaya memahami loyalitas sebagai proses yang dibentuk melalui interaksi sosial, nilai-nilai keagamaan, dan pengalaman spiritual dalam konteks kelembagaan BMT. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kontekstual dan holistik bagi BMT dalam merumuskan strategi peningkatan loyalitas anggota secara berkelanjutan dan berbasis nilai-nilai Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi¹⁶ untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif anggota BMT Amanah Nusa Jepara terkait kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas berbasis prinsip syariah.¹⁷ Penelitian berlangsung selama tiga bulan, mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan. Alur penelitian ini dimulai dengan proses identifikasi masalah berdasarkan fenomena rendahnya loyalitas anggota terhadap lembaga keuangan syariah, yang kemudian dilanjutkan dengan perumusan tujuan dan pertanyaan penelitian untuk menggali makna kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas anggota. Setelah itu, ditentukan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi sebagai metode untuk memahami pengalaman subjektif anggota BMT Amanah Nusa Jepara secara mendalam.

Langkah selanjutnya adalah penetapan informan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih 10 anggota aktif BMT yang telah bergabung minimal satu tahun dan dianggap mampu memberikan informasi yang relevan. Proses

¹⁶ John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan, Mycological Research*, 2020.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 25th ed. (Bandung: Alfabeta, 2017).

pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi partisipatif terhadap interaksi anggota dan pengelola, serta analisis dokumen internal BMT seperti laporan tahunan dan dokumentasi kegiatan sosial.

Page | 30

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik, yang melibatkan proses transkripsi wawancara, pengkodean manual untuk menemukan pola atau tema utama, serta interpretasi hasil temuan dengan merujuk pada teori yang relevan.¹⁸ Untuk meningkatkan keabsahan data, dilakukan triangulasi antara hasil wawancara, observasi, dan dokumen.¹⁹ Tahap akhir dari alur ini adalah penarikan kesimpulan dan penyusunan laporan hasil penelitian, yang disusun secara sistematis untuk memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan strategi loyalitas berbasis nilai-nilai syariah di BMT.

Objek penelitian adalah anggota aktif BMT yang telah bergabung minimal satu tahun, dengan fokus pada persepsi mereka terhadap pelayanan dan nilai-nilai syariah. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 10 anggota yang dipilih secara purposive sampling, observasi partisipatif terhadap interaksi anggota dan pengelola, serta analisis dokumen seperti laporan tahunan BMT. Alat yang digunakan meliputi panduan wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan perekam suara. Penelitian dilakukan di kantor pusat BMT Amanah Nusa Jepara dan lokasi kegiatan anggota di Kabupaten Jepara.

Variabel penelitian didefinisikan sebagai berikut: kualitas pelayanan adalah persepsi anggota terhadap responsivitas, keandalan, empati, dan kesesuaian pelayanan dengan prinsip syariah; kepuasan anggota adalah tingkat pemenuhan harapan emosional dan spiritual; loyalitas anggota adalah keterikatan emosional, sosial, dan spiritual untuk tetap menggunakan layanan BMT; dan prinsip syariah mencakup nilai keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Data dianalisis menggunakan analisis tematik, yang melibatkan transkripsi, kodifikasi manual untuk mengidentifikasi tema-tema utama, interpretasi berdasarkan teori, dan triangulasi data dari wawancara, observasi, dan dokumen untuk memastikan

¹⁸ Ansri Jayanti et al., "Teknik Pengolahan dan Analisis Data Penelitian," in *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi dan Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021).

¹⁹ Norman Garrido, "The Method of James Spradley in Qualitative Research," *Enfermería: Cuidados Humanizados* 6, no. Especial (2017): 43, <https://doi.org/10.22235/ech.v6iespecial.1450>.

validitas. Analisis tematik dipilih karena mampu menangkap makna subjektif secara mendalam.²⁰

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data penelitian maka disusunlah hasil ini berdasarkan wawancara mendalam dengan 10 anggota BMT Amanah Nusa Jepara, observasi partisipatif, serta analisis dokumen yang dilakukan.

Tabel 1. Identitas Informan

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Lama Menjadi Anggota (tahun)	Jenis Usaha
1	Perempuan	34	3	Warung Kelontong
2	Laki-laki	42	5	Ternak Ayam
3	Perempuan	28	2	Jahit Pakaian
4	Laki-laki	39	6	Bengkel Motor
5	Perempuan	31	4	Katering
6	Laki-laki	45	7	Dagang Sayur
7	Perempuan	37	3	Online Shop
8	Laki-laki	50	8	Pengrajin Kayu
9	Perempuan	29	2	Laundry
10	Laki-laki	41	5	Tukang Las

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana anggota BMT Amanah Nusa Jepara memaknai kualitas pelayanan dan kepuasan berbasis prinsip syariah dalam membentuk loyalitas mereka terhadap lembaga. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 10 anggota aktif, observasi partisipatif, dan analisis dokumen selama periode penelitian tiga bulan. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Berikut adalah temuan utama yang dikelompokkan berdasarkan variabel penelitian: kualitas pelayanan, kepuasan anggota, prinsip syariah, dan loyalitas anggota.

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan wawancara, anggota menganggap kualitas pelayanan sebagai kombinasi responsivitas, keandalan, empati, dan kesesuaian dengan prinsip syariah. Sebanyak 8 dari 10 responden menyatakan bahwa kecepatan tanggap pengelola dalam menangani keluhan atau permintaan pembiayaan merupakan indikator utama pelayanan berkualitas. Observasi partisipatif

²⁰ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018).

menunjukkan bahwa pengelola BMT sering memberikan konsultasi personal kepada anggota, terutama dalam hal pengelolaan keuangan berbasis syariah. Namun, 2 responden mengeluhkan kurangnya akses informasi digital, seperti aplikasi mobile, yang membatasi kemudahan pelayanan.

Tabel 2. Persepsi Anggota terhadap Kualitas Pelayanan

Aspek Pelayanan	Jumlah Responden (n=10)	Persentase (%)
Responsivitas Tinggi	8	80%
Keandalan	7	70%
Empati	9	90%
Akses Informasi Digital	2	20%

Kepuasan Anggota

Kepuasan anggota BMT diukur dari sejauh mana pelayanan memenuhi harapan emosional dan spiritual mereka. Sebanyak 9 responden menyatakan puas karena pelayanan BMT mencerminkan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran dalam transaksi dan transparansi dalam pengelolaan dana. Selain itu, interaksi sosial yang hangat antara anggota dan pengelola seperti melalui kegiatan keagamaan bersama turut meningkatkan rasa kepuasan.

Namun demikian, 3 responden mengungkapkan bahwa proses administrasi yang masih manual menyebabkan waktu tunggu yang cukup panjang, sehingga sedikit mengurangi tingkat kepuasan mereka.



Gambar 1. Grafik Tingkat Kepuasan Anggota berdasar Pelayanan

Penerapan Prinsip Syariah dalam Pelayanan BMT dan Dampaknya terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Anggota

Prinsip syariah menjadi fondasi utama dalam operasional Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Prinsip ini meliputi empat aspek utama, yaitu keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Implementasi prinsip-prinsip tersebut tidak hanya membentuk tata kelola yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga memainkan peran signifikan dalam membangun dan memelihara kepercayaan anggota.²¹

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) menegaskan pentingnya kepatuhan BMT terhadap prinsip syariah dalam membentuk persepsi positif terhadap lembaga. Dua aspek yang paling sering disebutkan adalah penghindaran praktik riba (bunga) dan penggunaan akad-akad syariah, seperti mudharabah (bagi hasil) dan musyarakah (kerjasama usaha). Kepatuhan ini dianggap tidak hanya memenuhi ketentuan fiqh muamalah (hukum Islam terkait transaksi), tetapi juga menciptakan rasa aman dan adil bagi anggota dalam bertransaksi.

Temuan dari observasi lapangan memperkuat pernyataan tersebut. BMT secara konsisten menyelenggarakan kegiatan sosial berbasis syariah, seperti pembagian zakat, santunan untuk fakir miskin, dan bantuan beasiswa untuk anak yatim. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat citra lembaga sebagai institusi keuangan Islam yang peduli terhadap kesejahteraan umat, tetapi juga mendorong loyalitas anggota melalui pendekatan sosial-spiritual.

Analisis dokumen laporan tahunan BMT tahun terakhir menunjukkan bahwa sebesar 15% dari laba bersih dialokasikan untuk kegiatan sosial berbasis syariah. Angka ini mengindikasikan komitmen institusi dalam menerapkan prinsip tanggung jawab sosial (*mas'uliyah ijtimaiyyah*). Proporsi alokasi dana tersebut sejalan dengan prinsip maqashid syariah, yaitu upaya

²¹ Totok Dwi Pambudi, "Mekanisme Pembiayaan Mudharabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KKS) Baitul Maal Wattamwil (BMT) STAI Al-Ma'arif Way Kanan," *Falah: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 2, No. 2 (2022): 50–72, <https://doi.org/10.55510/fjhes.v2i2.121>.

mewujudkan kemaslahatan (kesejahteraan) masyarakat, yang merupakan salah satu tujuan utama dari ekonomi Islam.²²

Secara keseluruhan, penerapan prinsip syariah yang konsisten dalam aspek produk, layanan, dan aktivitas sosial berkontribusi signifikan dalam membangun *trust* (kepercayaan) dan *member satisfaction* (kepuasan anggota). Hal ini sejalan dengan temuan beberapa studi sebelumnya, yang menegaskan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas dan partisipasi anggota dalam lembaga keuangan mikro syariah.²³

Loyalitas Anggota

Loyalitas anggota merupakan indikator penting dalam keberlanjutan dan pertumbuhan Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Secara konseptual, loyalitas tidak hanya mencerminkan perilaku berulang dalam menggunakan produk atau layanan, tetapi juga mengacu pada keterikatan emosional, sosial, dan spiritual anggota terhadap lembaga. Menurut,²⁴ loyalitas pelanggan terbentuk melalui kombinasi antara kepuasan, kepercayaan, dan keterlibatan emosional dalam jangka panjang. Dalam konteks BMT, dimensi loyalitas mencakup unsur *commitment to Islamic values*, *social bonding*, dan *perceived trustworthiness* dari institusi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa 7 dari 10 responden (70%) menyatakan kesetiaan mereka untuk terus menggunakan layanan BMT, yang didasarkan pada beberapa faktor utama. Pertama, mereka merasa dihargai dan diakui sebagai bagian dari komunitas keagamaan, yang memperkuat keterikatan sosial dan spiritual. Keterlibatan anggota dalam kegiatan keagamaan dan sosial yang diselenggarakan oleh BMT, seperti pengajian

²² Fathul Qorib, Nawawi Nawawi, and Moh. Mahrus, "Ziyadah dalam Transaksi S-Paylater di Aplikasi Shopee Perspektif Maqasidus Syari'ah," *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 7, No. 2 (2023): 89–105, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v7i2.537>.

²³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).

²⁴ Dimas Langgeng Abadi and Syuhada Sofian, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa Bus Rajawali," *Diponegoro Journal of Management* 2, No. 2 (2013): 132–50.

rutin, pelatihan kewirausahaan Islami, dan pembagian zakat, menciptakan rasa kebersamaan (*sense of belonging*) yang tinggi.

Kedua, kepercayaan terhadap pengelolaan dana yang sesuai prinsip syariah menjadi pendorong utama loyalitas. Penggunaan akad-akad seperti mudharabah, musyarakah, dan qardhul hasan, serta komitmen BMT untuk menghindari praktik riba, memberikan keyakinan kepada anggota bahwa dana mereka dikelola secara adil, transparan, dan halal. Temuan ini konsisten dengan studi,²⁵ yang menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dan integritas manajemen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di lembaga keuangan syariah.

Selain itu, kepuasan terhadap kualitas pelayanan seperti keramahan petugas, kecepatan layanan, dan keterbukaan informasi juga berkontribusi dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara anggota dan BMT. Namun demikian, terdapat indikasi tantangan yang perlu diantisipasi. Sebanyak 2 responden (20%) mengungkapkan bahwa mereka mempertimbangkan kemungkinan beralih ke lembaga keuangan lain apabila BMT tidak melakukan inovasi dalam akses teknologi digital. Kebutuhan akan layanan berbasis teknologi, seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan sistem administrasi digital, semakin meningkat seiring dengan perkembangan preferensi anggota, terutama di kalangan generasi muda. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran ekspektasi layanan yang menggabungkan nilai syariah dengan kemudahan digital.

Dari perspektif manajerial, loyalitas anggota dapat dipertahankan dan ditingkatkan melalui pendekatan *relationship marketing* syariah,²⁶ yang mengintegrasikan nilai spiritual dengan strategi penguatan hubungan jangka panjang. Selain itu, adopsi *financial technology (fintech)* yang kompatibel dengan prinsip syariah dapat menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan anggota tanpa mengorbankan nilai-nilai dasar lembaga.

²⁵ Nur Khasanah and Sadiqin, "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau dari Faktor Pelayanan dan Kohesivitas."

²⁶ Herwin Ardianto, "Relationship Marketing dan Brand Equity Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Surabaya," *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 19, No. 1 (2022): 1, <https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.9616>.

Dengan demikian, loyalitas anggota di BMT merupakan hasil interaksi kompleks antara keterikatan sosial-spiritual, kepercayaan syariah, kepuasan layanan, dan kemampuan adaptasi teknologi, yang semuanya memerlukan perhatian berimbang untuk memastikan keberlanjutan hubungan anggota dalam jangka panjang.

Tabel 3. Faktor Penentu Loyalitas

Faktor Loyalitas	Jumlah Responden (n=10)	Persentase (%)
Kepercayaan Syariah	8	80%
Kepuasan Pelayanan	7	70%
Keterikatan Komunitas	6	60%
Ketersediaan Teknologi	2	20%

Temuan penelitian ini memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan,²⁷ sebagaimana dikemukakan dalam model Servqual oleh A Parsu Parasurama, dkk.²⁸ dan diperkuat dalam konteks keuangan syariah oleh Nur Khasanah dan Sadiqin.^{29,30} Dalam konteks BMT Amanah Nusa Jepara, dimensi kualitas pelayanan tidak hanya mencakup aspek teknis dan fungsional, tetapi juga diperkaya oleh prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional lembaga.

Dua dimensi utama kualitas pelayanan yang paling dirasakan anggota adalah *responsivitas* (kesigapan dalam membantu anggota) dan empati (kepedulian terhadap kebutuhan individu anggota). Pelayanan yang ramah, perhatian personal, dan kesiapan staf BMT dalam memberikan solusi sesuai prinsip syariah terbukti memperkuat kepuasan anggota. Selain itu, penerapan

²⁷ Masadah, Asngadi, and Cuk Triono Singgih, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi Variabel Kepuasan," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, No. 2 (2020): 197–208, [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808).

²⁸ A Parsu Parasuraman, Valarie Zeithaml, and Leonard Berry, "Servqual A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing* 64 (January 1988): 12–40.

²⁹ Nur Khasanah and Sadiqin, "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau dari Faktor Pelayanan dan Kohesivitas."

³⁰ Alan Andhika, "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No. 12 (2021): 6013, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i12.5035>.

nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam pengelolaan dana dan transaksi tidak hanya meningkatkan kepercayaan anggota, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional dan spiritual yang mendalam.

Fenomena ini tercermin dari tingginya apresiasi anggota terhadap kegiatan sosial-keagamaan yang rutin diselenggarakan oleh BMT, seperti pengajian, pembagian zakat, dan pelatihan kewirausahaan Islami. Kegiatan tersebut tidak hanya memenuhi kebutuhan sosial anggota, tetapi juga memperkuat *sense of community* dan *spiritual engagement*, yang menjadi ciri khas BMT sebagai lembaga keuangan berbasis nilai Islam.

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya tantangan strategis yang perlu mendapatkan perhatian serius. Keterbatasan dalam akses teknologi digital muncul sebagai faktor yang berpotensi menghambat loyalitas, terutama di kalangan anggota muda. Meskipun interaksi personal dan kekeluargaan dihargai tinggi oleh sebagian besar anggota, tuntutan akan efisiensi layanan melalui platform digital seperti *mobile banking*, *internet banking*, atau aplikasi keanggotaan berbasis syariah semakin meningkat seiring perubahan pola konsumsi layanan keuangan. Responden muda menunjukkan preferensi terhadap layanan yang dapat diakses secara cepat, aman, dan fleksibel, tanpa harus selalu datang ke kantor BMT.

Temuan ini memperkaya pemahaman bahwa loyalitas anggota BMT tidak hanya dibentuk oleh kepuasan finansial (seperti kemudahan pembiayaan atau imbal hasil bagi hasil), tetapi juga oleh pengalaman sosial dan spiritual yang kontekstual dan relevan dengan nilai-nilai keislaman masyarakat Jepara, yang dikenal religius dan komunal.

Proses triangulasi data yang menggabungkan hasil wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen (laporan tahunan dan kegiatan sosial BMT) menegaskan bahwa loyalitas anggota merupakan hasil dari interaksi dinamis antara tiga elemen utama: Kualitas pelayanan (*responsivitas*, empati, transparansi), Kepuasan anggota (baik aspek finansial maupun sosial-spiritual), Penerapan prinsip syariah dalam semua aspek operasional.

Dengan mempertimbangkan dinamika ini, penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi manajemen BMT Amanah Nusa Jepara. Lembaga perlu merumuskan pendekatan holistik yang mampu menjaga keseimbangan antara: Peningkatan teknologi layanan (misalnya, digitalisasi transaksi dan layanan online berbasis syariah), Penguatan nilai-nilai syariah dalam produk dan tata kelola, Pemberdayaan interaksi sosial-keagamaan yang menjadi kekuatan inti dalam membangun loyalitas anggota. Strategi yang integratif ini diharapkan mampu memperkuat *sustainability* dan *competitive advantage* BMT di tengah perubahan preferensi anggota dan dinamika industri keuangan syariah di Indonesia.³¹

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas anggota BMT Amanah Nusa Jepara terbentuk dari kombinasi antara kualitas pelayanan, kepuasan anggota, dan penerapan prinsip syariah. Kualitas pelayanan yang paling dihargai oleh anggota mencakup responsivitas (80%), empati (90%), dan keandalan (70%), yang semuanya dikaitkan dengan nilai-nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi. Kepuasan anggota tidak hanya bersumber dari layanan finansial yang adil dan transparan, tetapi juga dari interaksi sosial dan kegiatan keagamaan yang memperkuat keterikatan emosional dan spiritual. Grafik kepuasan menunjukkan bahwa sebagian besar anggota merasa puas dengan layanan yang diberikan, meskipun sebagian kecil menyatakan keluhan atas proses administrasi manual.

Penerapan prinsip syariah secara konsisten, seperti penghindaran riba, penggunaan akad-akad syariah, serta alokasi laba untuk kegiatan sosial (15%), terbukti memperkuat kepercayaan anggota. Seluruh informan (100%) menekankan pentingnya kepatuhan syariah sebagai dasar loyalitas terhadap BMT. Faktor-faktor penentu loyalitas anggota yang dominan meliputi kepercayaan syariah (80%), kepuasan pelayanan (70%), dan keterikatan komunitas (60%). Namun, hanya 20% anggota yang menyebutkan

³¹ Erwin Permana et al., "Pengaruh Agilitas Strategis Terhadap Sustainability Competitive Advantage Melalui Aksi Kompetitif Bisnis Sicepat Express," *AdBispreneur* 6, No. 1 (2021): 79, <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.32584>.

ketersediaan teknologi sebagai faktor penting, menunjukkan tantangan strategis yang perlu segera ditangani untuk menarik dan mempertahankan generasi muda. Oleh karena itu, strategi penguatan loyalitas anggota yang efektif harus mengintegrasikan peningkatan layanan digital berbasis syariah, penguatan nilai-nilai Islam dalam operasional lembaga, dan pemberdayaan interaksi sosial-keagamaan yang selama ini menjadi kekuatan khas BMT. Kombinasi ketiga elemen ini diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan dan daya saing BMT dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Dimas Langgeng, and Syuhada Sofian. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa Bus Rajawali." *Diponegoro Journal of Management* 2, No. 2 (2013): 132–50.
- Andhika, Alan. "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No. 12 (2021): 6013. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i12.5035>.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Ardianto, Herwin. "Relationship Marketing dan Brand Equity Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Surabaya." *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 19, No. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.9616>.
- Ariyanti, Yulekhah, and Siti Safa'atul Mar'ah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Simpan Pinjam." *Akses: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 17, No. 2 (2022): 89–103. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i2.7468>.
- Creswell, John W. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Mycological Research, 2020.
- Fathul Qorib, Nawawi Nawawi, and Moh. Mahrus. "Ziyadah dalam Transaksi S-

Paylater di Aplikasi Shopee Perspektif Maqasidus Syari'ah." *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 7, No. 2 (2023): 89–105. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v7i2.537>.

Firatmadi, Agung. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Business Studies* 2, No. 2 (2017): 80–105.

Garrido, Norman. "The Method of James Spradley in Qualitative Research." *Enfermería: Cuidados Humanizados* 6, No. Especial (2017): 43. <https://doi.org/10.22235/ech.v6iespecial.1450>.

Jayanti, Ansri, Baso Iping, Abdul Wahab, Abdurrahman Misno, Wahyuni Hasib, Tasrim, Muhammad Sholahuddin, Saryanto, Siswadi Sululing, and Ujang Syahrul Mubarak. "Teknik Pengolahan dan Analisis Data Penelitian." In *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.

Maghfiroh, Siti, and Rusdarti Rusdarti. "Pengaruh Kepuasan, Antusiasme, dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Serba Usaha." *Economic Education Analysis Journal* 5, No. 1 (2016): 295–305.

Maimun, Maimun, and Dara Tzahira. "Prinsip Dasar Perbankan Syariah." *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law* 1, No. 2 (2022): 125–42. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.878>.

Masadah, Asngadi, and Cuk Triono Singgih. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi Variabel Kepuasan." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, No. 2 (2020): 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808).

Melani, Arfadila, Dila Erlianti, and Lilis Wahyuni. "Analisis Kualitas Pelayanan dalam Pengurusan Buku Pelaut Pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas I Dumai." *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis* 5, No. 2 (2023): 85–92. <https://doi.org/10.36917/japabis.v5i2.100>.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.

Mustaqim, Muhamad. "Prinsip Syariah dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (Studi Atas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM di Kudus)." *Jurnal Penelitian* 10, No. 2 (December 2016): 399–422.

<https://doi.org/10.21043/jupe.v10i2.1817>.

Nur Khasanah, Retno, and Amin Sadiqin. "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau dari Faktor Pelayanan dan Kohesivitas." *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, No. 7 (2022): 1147–56. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.134>.

Page | 41

Nurasikin, Akhmad. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syar'ah: Take Over Pembiayaan Mikro Bank Syar'ah." *Iqtisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia* 8, No. 2 (2021): 187. <https://doi.org/10.31942/iq.v8i2.5674>.

Parasuraman, A Parsu, Valarie Zeithaml, and Leonard Berry. "Servqual A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing* 64 (January 1988): 12–40.

Permana, Erwin, Margo Purnomo, Rukun Santoso, and Syamsurizal Syamsurizal. "Pengaruh Agilitas Strategis Terhadap Sustainability Competitive Advantage Melalui Aksi Kompetitif Bisnis Sicepat Express." *AdBispreneur* 6, No. 1 (2021): 79. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.32584>.

Putri, Bunga Anadesta Hanri, Bambang Trisetyo Eddy, and Tutik Dalmiyatun. "Analisis Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Pelayanan pada Koperasi Gardu Tani di Desa Ketapang, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang." *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 2, No. 2 (2019): 54–62. <https://doi.org/10.33603/jpa.v2i2.3159>.

Ramin, Moh., Nurullah Rusdi Toyyib, Hariyanto Hariyanto, Andi Tb, Mussammil Mussammil, and Syaiful Fahrish. "Analisis Kepuasan Anggota dalam Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Robatal Kabupaten Sampang." *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah* 2, No. 1 (2024): 296–305. <https://doi.org/10.32806/56bqj980>.

Satria, Muhammad Idris Al, and Fani Firmansyah. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Anggota." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 1 (2024): 401–14. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3690>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. 25th ed. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sulaksana, Jaka, Dinar Dinar, and Ega Syaiful Hidayat. "Analisis Tingkat Kepuasan

Anggota Terhadap Pelayanan Kelompok Tani." *Paradigma Agribisnis* 2, No. 2 (2020): 54. <https://doi.org/10.33603/jpa.v2i2.3159>.

Supriadi, Supriadi, and Ismawati Ismawati. "Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, No. 1 (2020): 41–50. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7002>.

Suryawa, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma, Nyoman Andika Triadhi, and Cokorda Istri Agung Vera Nindia Putri. "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota pada KSP Sari Sedana Nadi Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* 8, No. 1 (2022): 74–89. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.842.

Totok Dwi Pambudi. "Mekanisme Pembiayaan Mudharabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal Wattamwil (BMT) STAI Al-Ma'arif Way Kanan." *Falah: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 2, No. 2 (2022): 50–72. <https://doi.org/10.55510/fjhes.v2i2.121>.