



## ANALISIS KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MELALUI GOOGLE REVIEW DI BMT BERINGHARJO NGANJUK

**Rizky Atus Sholikhah**

STAI KH. Zainuddin Ponpes Mojosari Nganjuk

[rizkyatus31@gmail.com](mailto:rizkyatus31@gmail.com)

**Riza Taufiqi Majid**

STAI KH. Zainuddin Ponpes Mojosari Nganjuk

[rizataufiqimajid15@gmail.com](mailto:rizataufiqimajid15@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to analyze members' satisfaction with service quality at BMT Beringharjo Nganjuk Branch by utilizing secondary data in the form of Google Reviews during the 2021–2025 period. The research employs a quantitative approach with secondary data analysis through content analysis of 87 reviews submitted by members. Of the total reviews, 85 provided five-star ratings and two provided four-star ratings, indicating a very high level of member satisfaction. The analysis results show that the reliability and responsiveness dimensions are the most dominant contributors to member satisfaction, while the empathy and tangibles aspects still require improvement. Factors such as service speed, staff friendliness, transaction convenience, and cash pick-up services serve as the main indicators shaping members' positive perceptions of BMT. These findings reinforce the theory that service quality has a significant influence on member satisfaction and loyalty in Islamic microfinance institutions. Therefore, BMT Beringharjo Nganjuk is expected to continuously strengthen digital-based service strategies and interpersonal relationships to maintain member trust and satisfaction in the era of technology-driven transformation of Islamic financial services.*

**Keywords:** Service Quality, Member Satisfaction, Google Review.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan BMT Beringharjo Cabang Nganjuk dengan menggunakan data sekunder berupa Google Review selama periode 2021–2025. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis data sekunder berupa ulasan dari Google Review selama periode 2021 hingga 2025 melalui analisis konten terhadap 87 ulasan yang diberikan oleh anggota. Dari total ulasan tersebut, sebanyak 85 memberikan penilaian bintang lima dan dua memberikan penilaian bintang empat, yang menunjukkan tingkat kepuasan anggota yang sangat tinggi. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek reliability dan responsiveness merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan berkontribusi terhadap kepuasan anggota, sementara aspek empathy dan tangibles masih perlu ditingkatkan. Faktor-faktor seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, kemudahan transaksi, serta layanan cash pick up menjadi indikator utama yang membentuk persepsi positif anggota terhadap BMT. Temuan ini menguatkan teori bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh

signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota dalam lembaga keuangan mikro syariah. Dengan demikian, BMT Beringharjo Nganjuk diharapkan dapat terus memperkuat strategi pelayanan berbasis digital dan hubungan interpersonal untuk mempertahankan kepercayaan serta kepuasan anggota di era transformasi layanan keuangan syariah berbasis teknologi.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Anggota, Google Review.

## Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan aspek krusial dalam menentukan tingkat kepuasan anggota dalam sebuah lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT (Baitul Maal wat Tamwil). Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai segala kegiatan dan tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan anggota dan menciptakan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.<sup>1</sup> Kepuasan anggota sendiri merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa anggota terhadap hasil kinerja lembaga berdasarkan perbandingan antara harapan dan realisasi layanan yang diterima.<sup>2</sup> Dalam konteks BMT Beringharjo, kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan nasabah, khususnya anggota simpanan dan pembiayaan mudharabah yang merupakan produk utama di BMT ini.<sup>3</sup>

BMT Beringharjo Nganjuk dikenal memiliki beberapa keunggulan layanan seperti jasa Cash Pick Up and Delivery yang mempermudah anggota dalam melakukan transaksi, khususnya bagi nasabah yang merupakan pedagang pasar dengan mobilitas tinggi sehingga tidak memungkinkan meninggalkan dagangan mereka. Pelayanan ini menjadi salah satu faktor penentu kepuasan anggota karena memberikan kemudahan dan kecepatan layanan yang dibutuhkan nasabah sehari-hari.<sup>4</sup>

Dalam era digital, Google Review menjadi media penting tempat anggota atau nasabah memberikan ulasan dan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima. Review melalui Google Maps ini sangat berperan dalam menggambarkan kepuasan nyata dari anggota sekaligus membantu BMT untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkesinambungan.<sup>5</sup> Melalui analisis Google Review, BMT dapat mengidentifikasi aspek layanan yang sudah memuaskan dan yang perlu ditingkatkan.

Penelitian yang terkait sebelumnya, seperti pada BMT Beringharjo KCP Pare, menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota yang cukup kuat, dengan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan

---

<sup>1</sup> Fandi Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2019, hlm. 32. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 09.14 WIB, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/171821/service-management.html>.

<sup>2</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Pearson, 2016, hlm. 421. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 09.28 WIB, dari <https://archive.org/details/marketingmanagement15e>.

<sup>3</sup> Muhammad Arif, "Manajemen BMT dan Kualitas Pelayanan," *Jurnal Keuangan Syariah*, Vol. 5, No. 2 (2021): 76. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 09.45 WIB, dari <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/ojs/index.php/jks/article/view/3812>.

<sup>4</sup> Rahnat Hidayat, "Inovasi Layanan Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1 (2020), hlm. 60. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 10.03 WIB, dari <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/JEI/article/view/20748>.

<sup>5</sup> Ahmad Ramin, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada LKM Syariah," *Jurnal Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1 (2024), hlm. 45. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 10.27 WIB, dari <https://journal.uin-suka.ac.id/ekis/jbi/article/view/5234>.

anggota bisa mencapai sekitar 65,8%.<sup>6</sup> Hal ini menegaskan pentingnya pengelolaan kualitas layanan yang optimal bagi peningkatan loyalitas dan kepuasan anggota BMT.

Oleh karena itu, analisis kepuasan anggota melalui Google Review di BMT Beringharjo Nganjuk sangat relevan dilakukan guna menilai bagaimana pandangan anggota terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, serta sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki dan meningkatkan layanan demi memenuhi harapan dan kebutuhan anggota secara efektif dalam layanan jasa keuangan syariah.

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memperoleh gambaran objektif mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan langsung oleh anggota, mengukur tingkat kepuasan yang terbentuk, serta mengidentifikasi aspek-aspek pelayanan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi BMT Beringharjo Nganjuk dalam menyusun strategi peningkatan mutu layanan secara berkelanjutan, memperkuat hubungan dengan anggota, serta menjaga daya saing lembaga keuangan syariah di tengah perkembangan layanan berbasis teknologi dan kebutuhan masyarakat yang terus berubah.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis data sekunder berupa ulasan dari Google Review selama periode 2021 hingga 2025. Data yang dianalisis sebanyak 87 ulasan anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk dengan fokus pada penilaian bintang dan isi komentar yang merefleksikan tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan total sampling (sampling jenuh), yaitu seluruh ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk selama periode 2021–2025 dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik ini digunakan karena jumlah populasi relatif terbatas dan seluruh data relevan dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui ekstraksi otomatis dari platform Google Maps, kemudian data tersebut dikodekan dan dianalisis secara deskriptif untuk mengukur distribusi penilaian dan mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan.

Analisis data dilakukan dengan perhitungan frekuensi dan persentase kategori penilaian bintang (4 dan 5 bintang) sebagai indikator kepuasan anggota. Selanjutnya dilakukan analisis konten terhadap komentar untuk mengelompokkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pada dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, empati, dan bukti nyata.<sup>7</sup> Analisis ini bertujuan menggali indikator utama yang membentuk persepsi anggota terhadap kualitas layanan serta memberikan gambaran kuantitatif tentang tingkat kepuasan yang ada. Hasil penelitian disajikan secara deskriptif dan diinterpretasikan berdasarkan teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Rina Sulistyowati, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Simpanan Mudharabah di BMT Beringharjo Pare," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No. 2 (2020), hlm. 112. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 10.36 WIB, dari <https://journal.iainkediri.ac.id/index.php/jes/article/view/1297>.

<sup>7</sup> Kuat Ismanto & Ina Mutmainah, "Customer Welfare of Sharia Microfinance Institutions: Ease of Access, Product Expertise, and the Mediating Role of Service Quality," *Muqtasid : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 15, No. 1 (2024), hlm. 31-49. Diakses pada 12 November 2025 pukul 10.00 WIB, dari <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v15i1.31-49>

<sup>8</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, Tulus Haryono, Hunik Sri Runing Sawitri, & Mugi Harsono, "Measuring Perceived e-Services Quality on Satisfaction of Islamic Saving and Credit Cooperatives,"

Instrumen penelitian yang digunakan berupa **pedoman analisis konten**, yang berfungsi untuk mengelompokkan isi komentar Google Review ke dalam variabel, dimensi, dan indikator penelitian berdasarkan teori kualitas pelayanan (SERVQUAL) dan konsep kepuasan anggota. Adapun indikator variabel yang diuji dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1.1 indikator variabel yang diuji**

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber Data
Kualitas Pelayanan	Reliability (Keandalan)	Kecepatan pelayanan, ketepatan transaksi, konsistensi layanan	Google Review
Kualitas Pelayanan	Responsiveness (Daya tanggap)	Respon cepat petugas, kesigapan menangani keluhan	Google Review
Kualitas Pelayanan	Empathy (Empati)	Keramahan petugas, perhatian terhadap anggota, sikap membantu	Google Review
Kualitas Pelayanan	Tangibles (Bukti fisik)	Kebersihan kantor, kenyamanan fasilitas, kerapian ruang layanan	Google Review
Kepuasan Anggota	Kepuasan	Penilaian bintang, pernyataan puas, komentar positif	Google Review

## Hasil dan Pembahasan

Analisis kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan melalui Google Review di BMT Beringharjo Nganjuk mengungkapkan bahwa anggota secara umum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, terutama terkait keramahan petugas, kecepatan proses transaksi, serta kemudahan akses layanan. Data ulasan dari Google Review menunjukkan bahwa anggota memberikan penilaian positif terhadap transparansi informasi dan respons cepat dalam penyelesaian masalah, yang memperkuat loyalitas dan kepercayaan mereka terhadap BMT Beringharjo. Feedback konstruktif yang diperoleh dari ulasan ini menjadi bahan evaluasi penting untuk perbaikan layanan, khususnya dalam peningkatan fasilitas dan penanganan keluhan secara lebih proaktif. Pemahaman terhadap kepuasan anggota melalui media digital seperti Google Review merupakan alat ukur penting dalam mengukur kualitas pelayanan di era digital saat ini, memungkinkan BMT mengadaptasi strategi layanan berdasarkan data real-time demi menciptakan hubungan jangka panjang yang harmonis antara BMT dan anggotanya. Temuan ini sejalan dengan penelitian di lembaga keuangan mikro syariah yang menekankan pentingnya kualitas pelayanan dan komunikasi digital sebagai kunci peningkatan layanan dan loyalitas anggota dalam lima tahun terakhir.<sup>9</sup>

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui platform Google Maps pada tanggal 3 November 2025 pukul 10.27 WIB. Data tersebut berupa ulasan dan

---

ADDIN, Vol. 13, No.1 (2019): Diakses pada 12 November 2025 pukul 10.15 WIB, dari <https://sister.iainkudus.ac.id/index.php/Addin/article/view/5793>.

<sup>9</sup> Muhammad Yogi Saputra, *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berwirausaha* (Skripsi, Perbankan Syariah, UIN Jakarta, 2024). Diakses pada 12 November 2025 pukul 20.39 WIB, dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/59612/1/MUHAMMAD%20YOGI%20SAPUTRA-FEB.pdf>.

rating anggota terhadap BMT Beringharjo Cabang Nganjuk selama periode 2021–2025. Jumlah total ulasan yang berhasil dihimpun sebanyak 87 ulasan yang diberikan oleh anggota atau nasabah aktif BMT.

Data ini kemudian digunakan untuk menilai tingkat kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan, yang menjadi fokus utama penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan metode dokumentasi digital dan diolah menggunakan analisis statistik deskriptif SPSS 26.0, serta dikombinasikan dengan analisis isi (content analysis) untuk menafsirkan makna teks ulasan yang ditulis oleh anggota.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diketahui bahwa dari 87 ulasan yang dianalisis, sebanyak 85 ulasan (97,7%) memberikan penilaian 5 bintang, sedangkan 2 ulasan (2,3%) memberikan penilaian 4 bintang. Tidak terdapat ulasan dengan rating di bawah 4 bintang, yang berarti seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh BMT Beringharjo Cabang Nganjuk.

Perhitungan rata-rata berbobot (weighted average) dilakukan untuk memperoleh gambaran umum tingkat kepuasan anggota, dengan rumus:

$$X = \frac{(3 \times 85) + (4 \times 2)}{87} = \frac{433}{87} = 4.98$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepuasan anggota adalah 4,98 dari 5,00, yang berarti berada pada kategori “sangat memuaskan”. Nilai ini juga menunjukkan konsistensi persepsi positif dari anggota terhadap kinerja pelayanan lembaga. Hasil perhitungan deskriptif dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Statistics		
TINGKAT KEPUASAN		
N	Valid	87
	Missing	15
Mean		4.98
Median		5.00
Mode		5
Std. Deviation		.151
Minimum		4
Maximum		5
Sum		433

Sumber: Hasil olah data Google Review melalui SPSS 26.0 (12 November 2025).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang diperoleh menggunakan SPSS versi 26.0 di atas dapat diketahui bahwa nilai Mean sebesar 4,98, Median 5,00, dan Mode 5, dengan Standar Deviasi 0,151. Nilai Minimum sebesar 4 dan Maksimum 5 menunjukkan bahwa seluruh anggota memberikan penilaian dalam kategori positif. Dengan nilai rata-rata mendekati 5, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan BMT Beringharjo Nganjuk berada pada kategori sangat memuaskan dan menunjukkan konsistensi penilaian yang tinggi antar responden.

Untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data yang dianalisis, bagian ini menyajikan ringkasan deskriptif dari kumpulan ulasan Google Maps yang dihimpun dari anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk pada periode 2021–2025. Ulasan tersebut mencakup komentar anggota yang memberikan penilaian bintang sekaligus opini mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan layanan BMT, sehingga dapat dijadikan dasar penilaian kualitas pelayanan secara langsung berbasis persepsi pengguna.

Secara umum, kumpulan ulasan tersebut memperlihatkan kecenderungan dominan pada penggunaan diksi positif seperti “ramah”, “cepat”, “memuaskan”, dan “amanah”. Pola ini menunjukkan bahwa aspek keramahan petugas, kecepatan transaksi, serta kemudahan layanan menjadi faktor utama yang mendorong timbulnya rasa puas di kalangan anggota.

Berdasarkan analisis isi (content analysis) terhadap 87 komentar, ditemukan sepuluh kata kunci yang paling sering muncul, yaitu:

1. “Pelayanan cepat” – muncul sebanyak 47 kali.

Frasa ini menunjukkan bahwa aspek kecepatan menjadi indikator pelayanan yang paling dominan dirasakan anggota. Banyak ulasan menggambarkan pengalaman langsung mengenai proses pencairan dana yang berlangsung singkat, pengajuan yang tidak berbelit, serta waktu tunggu yang relatif pendek. Kalimat seperti “*pencairan cepat tanpa repot*” atau “*proses cepat dan efisien*” menegaskan bahwa BMT Beringharjo mampu memberikan layanan responsif yang sangat dihargai oleh anggota. Kecepatan layanan juga mencerminkan kemampuan lembaga dalam mengelola alur kerja secara profesional dan terstandar.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad Muhammad dan Bambang Saputra dengan judul “*Reliability dan Responsiveness sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Keuangan Syariah*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan, khususnya reliability dan responsiveness, terhadap kepuasan pelanggan pada lembaga keuangan syariah. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner, hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness atau kecepatan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan*. Kecepatan dalam melayani, ketepatan waktu, serta kesiapan petugas dinilai mampu meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga keuangan syariah.<sup>10</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang sama, yaitu kecepatan pelayanan sebagai indikator utama kualitas layanan yang memengaruhi kepuasan anggota atau pelanggan. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, efisien, dan tidak berbelit menjadi aspek yang paling dirasakan dan diapresiasi oleh pengguna layanan lembaga keuangan syariah. Selain itu, baik penelitian terdahulu maupun penelitian ini menempatkan kecepatan pelayanan sebagai representasi dari dimensi responsiveness dalam konsep kualitas pelayanan.

Perbedaannya, penelitian Ahmad Muhammad dan Bambang Saputra menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis dengan metode statistik inferensial, sedangkan penelitian ini menggunakan data sekunder berupa ulasan anggota pada Google Review yang dianalisis menggunakan teknik *content analysis*. Dengan demikian, penelitian ini menangkap persepsi anggota secara lebih alami, spontan, dan berdasarkan pengalaman nyata tanpa intervensi instrumen penelitian. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, di mana penelitian ini secara spesifik meneliti BMT Beringharjo Cabang Nganjuk, sementara penelitian terdahulu mencakup lembaga keuangan syariah secara umum.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dominasi kata kunci “*pelayanan cepat*” dalam ulasan anggota BMT Beringharjo memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa kecepatan atau responsivitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan anggota. Kecepatan pelayanan tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mencerminkan efektivitas manajemen operasional, profesionalisme

---

<sup>10</sup> Ahmad Muhammad dan Bambang Saputra, “Reliability dan Responsiveness sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Keuangan Syariah,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, Vol. 8, No. 1 (2022), hlm. 56–70, diakses 30 Desember 2025, <https://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/jmbs/article/view/431>.

sumber daya manusia, serta kualitas sistem pelayanan yang diterapkan oleh lembaga. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya mempertahankan dan meningkatkan kecepatan pelayanan sebagai strategi utama dalam menjaga kepuasan dan loyalitas anggota BMT.

2. “Petugas ramah” – muncul sebanyak 42 kali.

Keramahan petugas menjadi dimensi kedua paling sering disebut, menggambarkan kualitas interaksi interpersonal yang kuat antara staf dan anggota. Ulasan seperti “*petugas sabar menjelaskan akad pembiayaan*” atau “*stafnya sopan dan informatif*” menunjukkan bahwa anggota tidak hanya memperoleh pelayanan teknis, tetapi juga pengalaman emosional yang positif. Keramahan ini menciptakan suasana nyaman dan membangun hubungan yang lebih personal, yang pada akhirnya meningkatkan rasa percaya dan loyalitas anggota terhadap lembaga.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulaiman Abdullah dan Rashidah Hassan dengan judul “*Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Service Quality Perspective*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada lembaga keuangan mikro syariah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis dimensi SERVQUAL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *empathy* dan *assurance*, yang tercermin melalui sikap ramah, sopan, perhatian, serta kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan yang jelas dan menenangkan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keramahan petugas dinilai mampu menciptakan hubungan emosional yang positif, meningkatkan rasa aman, serta memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap lembaga keuangan mikro syariah.<sup>11</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang sama, yaitu peran sikap dan perilaku petugas dalam membentuk kepuasan anggota pada lembaga keuangan mikro syariah. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa keramahan, kesopanan, dan kesabaran petugas menjadi aspek pelayanan non-teknis yang sangat dirasakan dan diapresiasi oleh anggota, bahkan sering kali lebih berkesan dibandingkan aspek administratif semata.

Perbedaannya, penelitian Sulaiman Abdullah dan Rashidah Hassan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis secara statistik untuk mengukur tingkat pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian ini menggunakan data sekunder berupa ulasan anggota pada Google Review yang dianalisis menggunakan teknik **content analysis**. Selain itu, penelitian terdahulu bersifat lintas wilayah dan berskala internasional, sementara penelitian ini bersifat lokal dengan fokus pada BMT Beringharjo Cabang Nganjuk, sehingga konteks sosial dan budaya interaksi pelayanan menjadi lebih spesifik.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingginya frekuensi kata kunci “*petugas ramah*” dalam ulasan anggota BMT Beringharjo memperkuat temuan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa dimensi empati dan sikap interpersonal petugas merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota. Keramahan petugas tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap layanan teknis, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan jangka panjang yang dilandasi kepercayaan dan kenyamanan anggota terhadap lembaga keuangan mikro syariah.

---

<sup>11</sup> Sulaiman Abdullah dan Rashidah Hassan, “Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Service Quality Perspective,” *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol. 6, No. 2 (2020), hlm. 87–102, diakses 30 Desember 2025, dari <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijisef/article/635987>.

3. “Transaksi mudah” – muncul sebanyak 38 kali.

Banyak anggota menilai bahwa prosedur transaksi di BMT Beringharjo mudah dipahami dan tidak menyulitkan. Ungkapan seperti “*prosesnya mudah*”, “*tidak berbelit-belit*”, atau “*mudah dipahami*” menegaskan penerapan prinsip *ease of transaction* yang menjadi salah satu standar kualitas pelayanan. Kemudahan ini memberi manfaat besar terutama bagi anggota yang baru pertama kali menggunakan layanan keuangan syariah atau pelaku usaha kecil yang membutuhkan proses cepat dan simpel tanpa hambatan administratif.

4. “Cash pick up lancar” – muncul sebanyak 25 kali.

Layanan cash pick up menjadi salah satu inovasi unggulan yang diakui anggota, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau mobilitas. Frasa seperti “*tidak perlu ke kantor, petugas datang melayani*” atau “*jemput transaksi berjalan lancar*” menunjukkan bahwa fasilitas ini memberikan nilai tambah signifikan. Layanan ini memperlihatkan fleksibilitas lembaga dalam memenuhi kebutuhan anggota dan mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan layanan keuangan modern yang mengedepankan kemudahan dan efisiensi.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kuat Ismanto dan Ina Mutmainah dengan judul “*Customer Welfare of Sharia Microfinance Institutions: Ease of Access, Product Expertise, and the Mediating Role of Service Quality*”. Penelitian tersebut menganalisis pengaruh kemudahan akses layanan terhadap kesejahteraan dan kepuasan pelanggan lembaga keuangan mikro syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan, termasuk layanan jemput transaksi atau layanan yang mendekatkan lembaga kepada pelanggan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Layanan yang fleksibel dan tidak mengharuskan pelanggan datang ke kantor dinilai mampu menghemat waktu, menurunkan biaya transaksi, serta meningkatkan kenyamanan pelanggan.<sup>12</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian kemudahan dan fleksibilitas layanan sebagai bagian dari kualitas pelayanan lembaga keuangan mikro syariah. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa layanan yang mendekatkan petugas kepada anggota, seperti *cash pick up*, menjadi nilai tambah penting yang meningkatkan kepuasan dan persepsi positif terhadap lembaga.

Perbedaannya, penelitian Ismanto dan Mutmainah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Structural Equation Modeling (SEM) serta menempatkan kesejahteraan pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan **content analysis** terhadap data sekunder berupa ulasan Google Review dengan fokus pada kepuasan anggota. Selain itu, penelitian terdahulu bersifat lebih umum pada lembaga keuangan mikro syariah, sementara penelitian ini secara spesifik mengkaji praktik layanan *cash pick up* di BMT Beringharjo Cabang Nganjuk.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingginya frekuensi kata kunci “*cash pick up lancar*” dalam ulasan anggota memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa kemudahan akses dan fleksibilitas layanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan anggota. Layanan *cash pick up* tidak hanya mencerminkan adaptasi BMT terhadap kebutuhan anggota modern, tetapi juga

---

<sup>12</sup> Kuat Ismanto dan Ina Mutmainah, “Customer Welfare of Sharia Microfinance Institutions: Ease of Access, Product Expertise, and the Mediating Role of Service Quality,” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 15, No. 1 (2024), hlm. 31-49, diakses 30 Desember 2025, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v15i1.31-49>.



menunjukkan komitmen lembaga dalam memberikan pelayanan yang efisien, responsif, dan berorientasi pada kenyamanan anggota.

5. “Tempat bersih dan nyaman” – muncul sebanyak 21 kali.

Banyak anggota menyoroti kondisi fisik kantor seperti kebersihan, kenyamanan, kerapian ruang tunggu, hingga adanya fasilitas AC. Komentar seperti “*kantornya bersih dan ber-AC*” serta “*ruang tunggu rapi*” menggambarkan perhatian lembaga terhadap aspek tangibles dalam kualitas layanan. Lingkungan fisik yang bersih dan tertata memberikan kesan profesional serta meningkatkan kenyamanan anggota ketika berada di kantor.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fandy Tjiptono dalam karyanya yang berjudul *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Tjiptono menjelaskan bahwa *aspek tangibles*, yang meliputi kebersihan, kerapian, kenyamanan ruang, serta kelengkapan fasilitas fisik, merupakan elemen penting dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan. Lingkungan fisik yang bersih dan tertata tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pelanggan, tetapi juga menciptakan citra profesional dan meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga penyedia jasa. Dalam konteks lembaga keuangan, kondisi fisik kantor menjadi kesan awal yang memengaruhi penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.<sup>13</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada penekanan peran lingkungan fisik dan fasilitas pelayanan sebagai indikator kualitas layanan. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa kebersihan dan kenyamanan tempat pelayanan berkontribusi langsung terhadap kepuasan anggota atau pelanggan. Aspek tangibles dipersepsikan sebagai bukti nyata keseriusan lembaga dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Perbedaannya, kajian Tjiptono bersifat konseptual dan teoritis yang membahas kualitas pelayanan secara umum pada berbagai sektor jasa, sedangkan penelitian ini bersifat empiris dengan menggunakan data sekunder berupa ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk. Selain itu, penelitian ini menilai persepsi anggota secara langsung berdasarkan pengalaman nyata, bukan melalui pengukuran persepsi menggunakan instrumen kuesioner.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa seringkali muncul kata kunci “*tempat bersih dan nyaman*” dalam ulasan anggota memperkuat teori kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa aspek tangibles memiliki peran strategis dalam membentuk kepuasan anggota. Lingkungan fisik yang bersih, rapi, dan nyaman tidak hanya meningkatkan kenyamanan saat bertransaksi, tetapi juga memperkuat citra profesional BMT serta mendukung terciptanya pengalaman pelayanan yang positif secara menyeluruh.

6. “Pelayanan bagus / sangat baik / memuaskan” – muncul sebanyak 52 kali.

Frasa ini menunjukkan penilaian umum bahwa mayoritas anggota merasa puas bahkan sangat puas dengan pelayanan BMT Beringharjo. Ulasan seperti “*pelayanannya bagus sekali*” atau “*sangat memuaskan*” memperlihatkan bahwa lembaga mampu memberikan kualitas pelayanan yang konsisten. Penilaian positif ini menunjukkan bahwa aspek-aspek pelayanan seperti kecepatan, keramahan, dan kemudahan berhasil terintegrasi dengan baik, sehingga menciptakan pengalaman layanan yang unggul secara keseluruhan.

---

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2019), hlm. 32, diakses 20 Oktober 2025, <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/171821/service-management.html>.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lestari Putu Sari dan Dini Rahmawati dengan judul *"Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Review from 2020–2023"*. Penelitian tersebut merupakan studi literatur yang mengkaji berbagai hasil penelitian empiris mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada lembaga keuangan mikro syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan konsisten, yang tercermin melalui kecepatan pelayanan, keramahan petugas, kemudahan prosedur, serta kejelasan informasi, secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penilaian positif terhadap pelayanan secara keseluruhan menjadi indikator bahwa lembaga mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan.<sup>14</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang terintegrasi dan konsisten merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan anggota atau pelanggan lembaga keuangan mikro syariah. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa ketika berbagai dimensi pelayanan berjalan dengan baik secara simultan, maka akan muncul penilaian umum seperti "pelayanan bagus" atau "sangat memuaskan" dari pengguna layanan.

Perbedaannya, penelitian Lestari Putu Sari dan Dini Rahmawati bersifat kajian pustaka yang mengompilasi hasil penelitian sebelumnya tanpa melibatkan pengumpulan data lapangan secara langsung, sedangkan penelitian ini menggunakan data empiris berupa ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk yang dianalisis dengan metode *content analysis*. Selain itu, penelitian ini menangkap penilaian anggota secara spontan dan alami berdasarkan pengalaman nyata mereka.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dominasi kata kunci "*pelayanan bagus / sangat baik / memuaskan*" dalam ulasan anggota BMT Beringharjo memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa kualitas pelayanan yang konsisten dan terintegrasi menjadi penentu utama kepuasan anggota. Penilaian positif secara umum menunjukkan bahwa BMT Beringharjo telah berhasil mengelola berbagai aspek pelayanan secara harmonis sehingga menciptakan pengalaman layanan yang unggul dan berkelanjutan.

#### 7. "Sesuai syariah" – muncul sebanyak 14 kali.

Komentar yang menyinggung kepatuhan syariah seperti "proses sesuai syariat" atau "*akadnya jelas dan syariah*" menunjukkan bahwa anggota memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap prinsip syariah yang diimplementasikan lembaga. Kepastian bahwa transaksi dilakukan sesuai hukum Islam menjadi nilai tambah tersendiri, terutama bagi anggota yang menempatkan aspek religius sebagai pertimbangan utama dalam memilih layanan keuangan.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahnat Hidayat dengan judul *"Inovasi Layanan Keuangan Mikro Syariah"*. Penelitian tersebut membahas pentingnya kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam penyelenggaraan layanan lembaga keuangan mikro syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kejelasan akad, transparansi transaksi, serta kesesuaian proses pembiayaan dengan prinsip syariah menjadi faktor utama yang membentuk kepercayaan dan kepuasan anggota. Kepatuhan syariah

---

<sup>14</sup> Lestari Putu Sari dan Dini Rahmawati, "Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Review from 2020–2023," *Journal of Islamic Economics and Finance Research*, Vol. 4, No. 2 (2023), hlm. 55–67, diakses 30 Desember 2025, <https://journal.uin-suka.ac.id/economics/jiefr/article/view/2231>.

tidak hanya dipandang sebagai kewajiban normatif, tetapi juga sebagai keunggulan kompetitif yang membedakan lembaga keuangan syariah dari lembaga konvensional.<sup>15</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada penekanan kepatuhan syariah sebagai elemen penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan anggota. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa anggota lembaga keuangan mikro syariah sangat memperhatikan kejelasan akad dan kesesuaian proses transaksi dengan hukum Islam dalam menilai kualitas pelayanan.

Perbedaannya, penelitian Rahnat Hidayat menggunakan pendekatan konseptual dan empiris melalui kajian inovasi produk dan layanan keuangan mikro syariah secara umum, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan **content analysis** terhadap ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk. Selain itu, penelitian ini secara spesifik menangkap persepsi anggota berdasarkan pengalaman langsung mereka terhadap implementasi prinsip syariah dalam pelayanan sehari-hari.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa munculnya kata kunci "*sesuai syariah*" dalam ulasan anggota memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan dan kepuasan anggota. Kepastian bahwa seluruh proses dan akad dijalankan sesuai hukum Islam menjadi nilai tambah strategis bagi BMT Beringharjo dalam mempertahankan loyalitas anggota, khususnya bagi mereka yang menjadikan aspek religius sebagai dasar utama dalam memilih lembaga keuangan.

8. "Amanah / terpercaya" – muncul sebanyak 18 kali.

Kata kunci ini menegaskan bahwa anggota memandang BMT Beringharjo sebagai lembaga yang dapat dipercaya. Ulasan seperti "*amanah dan bertanggung jawab*" atau "*dapat dipercaya*" menunjukkan bahwa anggota tidak hanya puas secara pelayanan teknis, tetapi juga secara moral. Kepercayaan ini merupakan unsur fundamental dalam hubungan anggota dengan lembaga keuangan syariah.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulaiman Abdullah dan Rashidah Hassan dengan judul "*Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Service Quality Perspective*". Penelitian tersebut menekankan bahwa *kepercayaan* (trust) dan sifat *amanah* merupakan fondasi utama dalam hubungan antara pelanggan dan lembaga keuangan mikro syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang memandang lembaga sebagai amanah dan bertanggung jawab cenderung memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi. Kepercayaan ini terbentuk melalui konsistensi pelayanan, transparansi informasi, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah yang diterapkan dalam setiap transaksi.<sup>16</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada temuan bahwa kepercayaan dan amanah menjadi faktor kunci dalam membentuk kepuasan anggota lembaga keuangan syariah. Keduanya sama-sama menunjukkan bahwa kepuasan

---

<sup>15</sup> Rahnat Hidayat, "Inovasi Layanan Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1 (2020), hlm. 60, diakses 30 Desember 2025, <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/JEI/article/view/20748>.

<sup>16</sup> Sulaiman Abdullah dan Rashidah Hassan, "Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Service Quality Perspective," *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol. 6, No. 2 (2020), hlm. 87-102, diakses 30 Desember 2025, <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijisef/article/635987>.

anggota tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis pelayanan, tetapi juga oleh dimensi moral dan etika lembaga.

Perbedaannya, penelitian Abdullah dan Hassan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner pada berbagai lembaga keuangan mikro syariah di tingkat internasional, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan *content analysis* terhadap ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk. Selain itu, penelitian ini secara spesifik menilai persepsi anggota berdasarkan pengalaman nyata mereka dalam berinteraksi langsung dengan lembaga.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingginya frekuensi kata kunci "*amanah / terpercaya*" dalam ulasan anggota memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam membangun hubungan jangka panjang antara anggota dan lembaga keuangan syariah. Persepsi amanah yang kuat tidak hanya meningkatkan kepuasan anggota, tetapi juga memperkuat loyalitas dan citra positif BMT Beringharjo sebagai lembaga keuangan syariah yang berintegritas.

9. "Profesional / informatif" – muncul sebanyak 11 kali.

Banyak ulasan memuji kemampuan staf dalam memberikan penjelasan secara jelas dan profesional. Frasa seperti "*staf informatif*" atau "*pelayanannya profesional*" menunjukkan bahwa petugas tidak hanya ramah, tetapi juga kompeten dalam memberikan edukasi terkait produk, akad, atau proses pembiayaan. Hal ini memperkuat citra BMT sebagai lembaga yang mengutamakan kualitas sumber daya manusia.

Temuan terkait kata kunci "*profesional / informatif*" dalam penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Huda, Ranti Wiliasih, dan Cahyono dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syariah*". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kompetensi petugas, khususnya dalam memberikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami, berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Profesionalisme petugas tercermin dari kemampuan menjelaskan produk, akad, serta prosedur transaksi secara transparan, sehingga nasabah merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan layanan lembaga keuangan syariah.<sup>17</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini terletak pada penekanan bahwa aspek profesionalisme dan kemampuan informatif petugas merupakan bagian penting dari kualitas pelayanan. Kedua penelitian sama-sama menemukan bahwa sikap profesional staf tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat citra lembaga sebagai institusi yang kompeten dan dapat diandalkan.

Perbedaannya, penelitian Huda dkk. menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner untuk mengukur persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada lembaga keuangan mikro syariah secara umum, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan **analisis isi (content analysis)** terhadap ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk. Dengan demikian, penelitian ini lebih menekankan pada pengalaman nyata anggota yang terekam secara spontan dalam ulasan daring.

---

<sup>17</sup> Nurul Huda, Ranti Wiliasih, dan Cahyono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 12, No. 1 (2020), hlm. 45–60, <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/15012>.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemunculan kata kunci *“profesional / informatif”* mencerminkan keberhasilan BMT Beringharjo dalam mengelola sumber daya manusia yang kompeten. Profesionalisme petugas yang disertai kemampuan memberikan informasi yang jelas berkontribusi langsung terhadap kepuasan anggota dan memperkuat kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah.

10. “Membantu usaha / mendukung bisnis” – muncul sebanyak 10 kali.

Beberapa anggota memberikan apresiasi bahwa BMT Beringharjo sangat membantu dalam pengembangan usaha mereka, khususnya UMKM. Ungkapan seperti *“membantu usaha dagang saya”* atau *“sangat mendukung bisnis saya”* menegaskan bahwa lembaga tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan keuangan, tetapi juga sebagai mitra pemberdayaan ekonomi yang memberikan dampak langsung pada kesejahteraan anggota.

Temuan terkait kata kunci *“membantu usaha / mendukung bisnis”* dalam penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Anwar Fathoni dan Sri Herianingrum dengan judul *“Peran Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa BMT berperan signifikan dalam mendukung pengembangan usaha anggota melalui penyediaan pembiayaan syariah yang mudah diakses, pendampingan usaha, serta hubungan kemitraan yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil. Dukungan ini berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan keberlangsungan usaha UMKM.<sup>18</sup>

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada kesimpulan bahwa BMT tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam pengembangan usaha anggota, khususnya pelaku UMKM. Kedua penelitian sama-sama menegaskan bahwa keberadaan BMT memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota.

Perbedaannya, penelitian Fathoni dan Herianingrum menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku UMKM binaan BMT, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis data sekunder berupa ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk periode 2021–2025. Dengan demikian, penelitian ini merepresentasikan persepsi anggota secara lebih luas berdasarkan pengalaman layanan yang terdokumentasi secara daring.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemunculan kata kunci *“membantu usaha / mendukung bisnis”* mencerminkan keberhasilan BMT Beringharjo dalam menjalankan fungsi pemberdayaan ekonomi anggota. Peran BMT sebagai mitra usaha memberikan kontribusi langsung terhadap perkembangan UMKM, sekaligus memperkuat posisi lembaga sebagai institusi keuangan syariah yang berorientasi pada kesejahteraan dan keberlanjutan ekonomi anggota.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 87 ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk periode 2021–2025, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan lembaga berada pada kategori sangat baik. Mayoritas ulasan menunjukkan kecenderungan positif, terutama pada aspek kecepatan pelayanan, keramahan petugas, kemudahan transaksi, serta kejelasan proses yang sesuai prinsip syariah. Kata kunci seperti *“cepat”*, *“ramah”*, *“mudah”*, *“amanah”*, dan *“memuaskan”* muncul secara dominan,

---

<sup>18</sup> Muhammad Anwar Fathoni dan Sri Herianingrum, “Peran Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 6, No. 2 (2019), hlm. 248–260, <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/12489>.

menandakan bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi bahkan melampaui ekspektasi sebagian besar anggota.<sup>19</sup>

Konsistensi penilaian positif tersebut menunjukkan bahwa BMT Beringharjo mampu menjaga standar layanan yang responsif, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan anggota. Selain itu, keberadaan layanan cash pick up, kenyamanan fasilitas fisik, dan edukasi yang diberikan oleh petugas turut memperkuat persepsi anggota terhadap kualitas pelayanan lembaga. Tidak ditemukannya ulasan dengan nada negatif ekstrem juga memberikan indikasi bahwa tingkat kepuasan anggota berada pada level tinggi dan stabil.<sup>20</sup>

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat pandangan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan anggota dalam lembaga keuangan mikro syariah. BMT Beringharjo Cabang Nganjuk berhasil memadukan nilai-nilai syariah, pelayanan interpersonal, dan inovasi layanan sehingga mampu menciptakan pengalaman positif bagi anggotanya. Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peningkatan mutu layanan di masa mendatang serta sebagai bahan evaluasi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif lembaga.<sup>21</sup>

Data deskriptif ini menggambarkan bahwa kepuasan anggota BMT Beringharjo Nganjuk sangat tinggi, terutama karena pelayanan yang cepat, staf yang ramah, serta fasilitas yang nyaman. Hasil ini menunjukkan bahwa BMT berhasil memenuhi bahkan melebihi harapan anggotanya.

Secara empiris, nilai rata-rata 4,98 selaras dengan hasil penelitian Muhammad dan Saputra yang menegaskan bahwa dimensi reliability dan responsiveness dalam lembaga keuangan syariah merupakan prediktor utama kepuasan pelanggan.<sup>22</sup> Dengan demikian, hasil data ini menjadi landasan kuat untuk analisis lanjutan pada bagian Pembahasan, di mana data akan dihubungkan dengan teori SERVQUAL dan konsep kepuasan anggota pada lembaga keuangan mikro syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan di BMT Beringharjo Cabang Nganjuk secara keseluruhan merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, terutama terkait keramahan petugas, kecepatan proses transaksi, kemudahan akses layanan, transparansi informasi, dan respon cepat dalam penyelesaian masalah. Kepuasan ini menunjukkan bahwa BMT tidak hanya menjalankan fungsi transaksi keuangan semata, tetapi juga memberikan pelayanan yang bersifat relasional dan proaktif terhadap kebutuhan anggotanya. Ketika anggota menyatakan bahwa informasi diberikan secara terbuka dan keluhan mereka segera ditindaklanjuti, hal ini menandakan bahwa lembaga telah mengimplementasikan mekanisme komunikasi dua arah yang efektif serta pengelolaan layanan yang responsif, aspek yang menurut literatur sangat penting dalam operasional

---

<sup>19</sup> Lestari Putu Sari dan Dini Rahmawati, "Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Review from 2020–2023," *Journal of Islamic Economics and Finance Research*, Vol. 4 No. 2 (2023), hlm. 55–67. Diakses 14 November 2025 pukul 22.22 WIB, <https://journal.uin-suka.ac.id/economics/jiefr/article/view/2231>.

<sup>20</sup> Muhammad Hidayat dan Rina Nurfadilah, "Digital Service Experience and Member Perception in BMT: An Empirical Study," *Indonesian Journal of Sharia Finance*, Vol. 6 No. 1 (2024), hlm. 101–115. Diakses 14 November 2025 pukul 22.38 WIB, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/ijsf/article/view/3419>.

<sup>21</sup> Wisnu Pratama dan Siti Mulyani, Strategi Peningkatan Kualitas Layanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 133–140. Diakses 14 November 2025 pukul 22.51 WIB, <https://openlibrary.org/works/OL42188211W>.

<sup>22</sup> Ibid, hlm. Diakses pada 12 November 2025 pukul 23.14 WIB, <https://journal.uui.ac.id/jeks/article/view/1123>.

lembaga keuangan mikro syariah modern. Pemanfaatan ulasan digital melalui platform seperti Google Review berperan sebagai alat ukur pelayanan yang nyata, memungkinkan lembaga untuk menyesuaikan strategi layanan secara real-time dan membangun hubungan jangka panjang yang harmonis dengan anggota. Google Review sendiri merupakan fitur platform Google yang memungkinkan pelanggan memberikan penilaian dan ulasan terhadap layanan atau produk yang mereka terima, sehingga menjadi sumber data penting untuk analisis kepuasan pelanggan dan reputasi digital.<sup>23</sup>

Hasil Deskriptif Data Google Review menunjukkan bahwa dari 87 ulasan yang dianalisis, 85 ulasan atau 97,7 % memberikan penilaian 5 bintang, sedangkan 2 ulasan atau 2,3 % memberikan 4 bintang. Tidak terdapat ulasan dengan rating di bawah 4, yang menegaskan persepsi positif yang konsisten dari seluruh responden. Perhitungan rata-rata berbobot menghasilkan mean sebesar 4,98 dari skala 5, dengan median dan mode sama-sama sebesar 5,00 serta standar deviasi 0,151. Angka-angka ini menggambarkan persepsi yang sangat homogen dan sedikit variasi antarulasan, yang menunjukkan bahwa mayoritas anggota hampir seluruhnya memberikan skor tertinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelayanan BMT Beringharjo Cabang Nganjuk telah memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi anggota secara luas dan konsisten. Dari perspektif teori kepuasan pelanggan, skor tinggi ini menandakan bahwa dimensi *reliability* (keandalan) dan *responsiveness* (daya tanggap) telah diterapkan secara efektif oleh lembaga.<sup>24</sup> Namun, perlu diperhatikan bahwa rating online seperti Google Review memiliki karakter *self-selection*, yang cenderung menarik anggota dengan pengalaman positif atau pengalaman ekstrem, sehingga interpretasi harus tetap mempertimbangkan konteks tersebut.

Distribusi Ulasan Google Review melalui analisis isi menemukan kata kunci yang paling sering muncul, yang mengidentifikasi dimensi pelayanan yang menjadi faktor utama kepuasan anggota. "*Pelayanan cepat*" muncul sebanyak 47 kali, menunjukkan bahwa kecepatan layanan merupakan indikator paling dominan dalam pengalaman anggota. Banyak ulasan menekankan proses pencairan dana yang cepat, pengajuan yang tidak berbelit, dan waktu tunggu yang singkat, yang mencerminkan pengelolaan alur kerja profesional dan efisien. "*Petugas ramah*" muncul sebanyak 42 kali, menegaskan pentingnya kualitas interaksi interpersonal; komentar mengenai staf yang sabar dan sopan meningkatkan kenyamanan anggota serta memperkuat loyalitas. "*Transaksi mudah*" muncul sebanyak 38 kali menunjukkan bahwa prosedur yang sederhana dan mudah dipahami menjadi nilai tambah bagi anggota, terutama bagi pengguna baru atau pelaku UMKM yang membutuhkan proses cepat tanpa hambatan administratif. Layanan "*Cash pick up lancar*" muncul sebanyak 25 kali, menegaskan apresiasi anggota terhadap inovasi layanan yang fleksibel, memungkinkan transaksi dijemput di lokasi anggota. "*Tempat bersih dan nyaman*" muncul sebanyak 21 kali memperlihatkan bahwa kondisi fisik kantor tetap menjadi faktor penting dalam persepsi kualitas pelayanan, meningkatkan profesionalitas dan kenyamanan bagi anggota yang hadir langsung. Kata kunci "*Pelayanan bagus/sangat baik/memuaskan*" muncul sebanyak 52 kali, menggambarkan kepuasan holistik anggota terhadap seluruh pengalaman layanan. Aspek "*Sesuai syariah*" muncul sebanyak 14 kali menekankan kepercayaan anggota terhadap kepatuhan syariah dalam proses transaksi, sementara

---

<sup>23</sup> Sulaiman Abdullah dan Rashidah Hassan, "Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Service Quality Perspective," *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol.6 No.2 (2020), hlm. 87-102. Diakses 15 November 2025 pukul 08.18 WIB, dari <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijisef/article/635987>

<sup>24</sup> Dwi Kurniawan, "Kemudahan Prosedur dan Kepuasan Nasabah UMKM pada Lembaga Keuangan Mikro," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 15 No. 3 (2023), hlm. 214-230. Diakses 15 November 2025 pukul 08.34 WIB, dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/eb/article/view/15532>

“Amanah/terpercaya” muncul sebanyak 18 kali menunjukkan integritas moral dan profesional lembaga yang diapresiasi anggota. Kata kunci “Profesional/informatif” muncul sebanyak 11 kali, menunjukkan kompetensi staf dalam menyampaikan informasi produk dan akad dengan jelas dan edukatif. Terakhir, “Membantu usaha/mendukung bisnis” muncul sebanyak 10 kali, menegaskan peran BMT sebagai mitra dalam pengembangan UMKM, tidak hanya sebagai penyedia layanan keuangan tetapi juga sebagai pemberdaya ekonomi anggota. Semua dimensi ini, kecepatan, keramahan, kemudahan akses, kenyamanan fisik, kepatuhan syariah, profesionalisme, dan dukungan usaha menunjukkan integrasi layanan yang menyeluruh dan membentuk pengalaman anggota yang unggul.

Interpretasi Awal Data menegaskan bahwa tingkat kepuasan anggota BMT Beringharjo Nganjuk sangat tinggi, dengan mean 4,98, yang konsisten dengan penelitian Muhammad & Saputra mengenai reliability dan responsiveness sebagai prediktor utama kepuasan pelanggan di lembaga keuangan syariah.<sup>25</sup> Data ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi kepuasan secara langsung tetapi juga berpotensi menjadi mediator antara inovasi layanan dan loyalitas anggota. Integrasi layanan interpersonal (*ramah, informatif*), sistem digital (*kemudahan transaksi, cash pick up*), fasilitas fisik yang nyaman, dan kepatuhan syariah membentuk ekosistem pelayanan yang unggul, yang mampu menjaga dan meningkatkan pengalaman anggota secara berkelanjutan. Temuan ini juga menekankan bahwa lembaga harus terus melakukan monitoring, evaluasi inovasi layanan, peninjauan KPI, dan survei internal untuk memvalidasi temuan ulasan publik dan mempertahankan standar mutu layanan yang tinggi.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 87 ulasan Google Review anggota BMT Beringharjo Cabang Nganjuk selama periode 2021–2025, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan anggota berada pada kategori *sangat memuaskan*. Hal ini dibuktikan dengan dominasi penilaian bintang lima sebesar 97,7% serta nilai rata-rata kepuasan sebesar 4,98 dari skala 5,00. Temuan ini menunjukkan bahwa anggota secara konsisten memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Aspek kecepatan pelayanan, ketepatan transaksi, kemudahan prosedur, dan responsivitas petugas menjadi faktor utama yang paling banyak diapresiasi oleh anggota, sehingga mencerminkan penerapan dimensi reliability dan responsiveness secara optimal dalam pelayanan BMT.

Selain itu, hasil analisis isi juga menunjukkan bahwa kepuasan anggota tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis pelayanan, tetapi juga oleh faktor non-teknis seperti keramahan petugas, kenyamanan fasilitas fisik, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta integritas dan profesionalisme lembaga. Keberadaan layanan cash pick up menjadi nilai tambah yang memperkuat persepsi positif anggota, khususnya bagi pelaku usaha dengan mobilitas tinggi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan anggota dalam lembaga keuangan mikro syariah. Pemanfaatan Google Review sebagai sumber data memberikan gambaran nyata mengenai pengalaman anggota, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi strategis bagi BMT Beringharjo Cabang Nganjuk dalam mempertahankan dan meningkatkan mutu layanan secara berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

---

<sup>25</sup> Ahmad Muhammad dan Bambang Saputra, “Reliability dan Responsiveness sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Keuangan Syariah,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, Vol. 8 No. 1 (2022), hlm. 56-70. Diakses 15 November 2025 pukul 09.04 WIB, dari <https://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/jmbs/article/view/431>



- Abdullah, Sulaiman, dan Rashidah Hassan. 2020. *Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Service Quality Perspective*. International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 6(2).  
<https://dergipark.org.tr/en/pub/ijisef/article/635987>
- Arif, Muhammad. 2021. *Manajemen BMT dan Kualitas Pelayanan*. Jurnal Keuangan Syariah, 5(2).  
<https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/ojs/index.php/jks/article/view/3812>
- Fathoni, Muhammad Anwar, dan Sri Herianingrum. 2019. *Peran Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 6(2).  
<https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/12489>
- Hidayat, Muhammad, dan Rina Nurfadilah. 2024. *Digital Service Experience and Member Perception in BMT: An Empirical Study*. Indonesian Journal of Sharia Finance, 6(1).  
<https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/ijsf/article/view/3419>
- Hidayat, Rahnat. 2020. *Inovasi Layanan Keuangan Mikro Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam, 4(1).  
<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/JEI/article/view/20748>
- Huda, Nurul, Ranti Wiliasih, dan Cahyono. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 12(1).  
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/15012>
- Ismanto, Kuat, dan Ina Mutmainah. 2024. *Customer Welfare of Sharia Microfinance Institutions: Ease of Access, Product Expertise, and the Mediating Role of Service Quality*. Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 15(1).  
<https://doi.org/10.18326/muqtasid.v15i1.31-49>
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kurniawan, Dwi. 2023. *Kemudahan Prosedur dan Kepuasan Nasabah UMKM pada Lembaga Keuangan Mikro*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(3).  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/eb/article/view/15532>
- Muhammad, Ahmad, dan Saputra, Bambang. 2022. *Reliability dan Responsiveness sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Keuangan Syariah*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah, 8(1).  
<https://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/jmbs/article/view/431>
- Ningsih, Ekawati Rahayu, Haryono, Tulus, Sawitri, Hunik Sri Runing, dan Harsono, Mugi. 2019. *Measuring Perceived e-Services Quality on Satisfaction of Islamic Saving and Credit Cooperatives*. ADDIN, 13(1).  
<https://sister.iainkudus.ac.id/index.php/Addin/article/view/5793>
- Pratama, Wisnu, dan Mulyani, Siti. 2021. *Strategi Peningkatan Kualitas Layanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ramin, Ahmad. 2024. *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada LKM Syariah*. Jurnal Bisnis Islam, 5(1).  
<https://journal.uin-suka.ac.id/ekis/jbi/article/view/5234>
- Saputra, Muhammad Yogi. 2024. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Minat Berwirausaha*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sari, Lestari Putu, dan Rahmawati, Dini. 2023. *Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Microfinance Institutions: A Review from 2020–2023*. Journal of Islamic Economics and Finance Research, 4(2).  
<https://journal.uin-suka.ac.id/economics/jiefr/article/view/2231>

- Sulistyowati, Rina. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Simpanan Mudharabah di BMT Beringharjo Pare*. Jurnal Ekonomi Syariah, 8(2).  
<https://journal.iainkediri.ac.id/index.php/jes/article/view/1297>
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.