

PRAGMATISME NASABAH BMT: ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBIAYAAN DI KABUPATEN SAMPANG

Chairul Imam Afandi

STAI Muafi Sampang, Indonesia

Email: albinasalim1983@gmail.com

Mauhibbatus Syakirin

STAI Muafi Sampang, Indonesia

Email: mauhibbatus@gmail.com

Abstract

This study explores customer pragmatism in financing decisions at BMT NU Ketapang Branch, Sampang Regency, focusing on profit-sharing, service quality, location, and religiosity. Using a descriptive quantitative approach supported by in-depth interviews, the study collected data from 15 active financing customers through structured questionnaires and interviews. The findings reveal that profit-sharing or perceived financing affordability was the most frequently selected consideration (46.67%), followed by service quality (33.33%), location (13.33%), and religiosity (6.67%). These results indicate that customers tend to prioritize economic benefits and service convenience over explicitly religious motivations when selecting financing products. However, religiosity may remain an underlying consideration that complements practical financial needs. This study highlights the coexistence of economic rationality and religious values in Islamic microfinance decision-making. It provides practical insights for BMT management to develop competitive financing services while maintaining Sharia principles.

Kata Kunci: Customer Pragmatism, BMT Financing; Profit-Sharing, Service Quality, Religiosity

Pendahuluan

Lembaga keuangan mikro syariah berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan serta mendukung kegiatan ekonomi usaha mikro dan masyarakat berpenghasilan rendah di Indonesia. Di antara lembaga tersebut, Baitul Maal wat Tamwil (BMT) menjalankan integrasi kegiatan pembiayaan komersial dan keuangan sosial Islam, sehingga dapat mendorong pemberdayaan ekonomi dengan tetap berpegang pada prinsip syariah. BMT menyediakan pembiayaan melalui berbagai akad syariah, antara lain mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah, sesuai dengan karakteristik kebutuhan keuangan nasabah. Namun, keberlanjutan lembaga tidak hanya bergantung pada kepatuhan syariah, tetapi juga pada daya saing produk pembiayaan, aksesibilitas, dan kualitas pelayanan. Karena itu, integrasi fungsi sosial dan komersial dengan inovasi keuangan diperlukan untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan lembaga keuangan mikro syariah (Ascarya & Sakti, 2022; Nasrulloh et al., 2026).

Keputusan nasabah untuk menggunakan layanan keuangan mikro syariah melibatkan beragam pertimbangan ekonomi, kelembagaan, dan keagamaan. Religiositas menjadi aspek

Copyright: © 2026. The authors. Industrial and Syariah Economics licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License.

yang relevan karena transaksi keuangan syariah berkaitan dengan penghindaran riba dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Meskipun demikian, nasabah juga dapat menilai lembaga pembiayaan berdasarkan keterjangkauan biaya, manfaat yang diharapkan, kualitas pelayanan, dan kemudahan akses. Penelitian terhadap nasabah BMT di Indonesia menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi preferensi keuangan bersama dengan kualitas pelayanan, lokasi lembaga, dan kebutuhan ekonomi (Wijaya et al., 2020). Selain itu, kajian tentang kepatuhan syariah di BMT menunjukkan pentingnya konsistensi antara prinsip keuangan Islam dan praktik kelembagaan yang nyata (Rizal et al., 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa komitmen keagamaan dan pertimbangan ekonomi dapat hadir secara bersamaan, bukan sebagai motivasi yang saling meniadakan.

Penelitian empiris terdahulu mengidentifikasi sejumlah faktor yang berkaitan dengan keputusan pembiayaan nasabah pada lembaga keuangan syariah. Margin pembiayaan dan religiusitas diketahui memengaruhi keputusan pembiayaan, meskipun kualitas pelayanan tidak selalu menunjukkan pengaruh yang signifikan pada setiap konteks kelembagaan (Jalil & Malkan, 2023). Penelitian lain menemukan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi lembaga memengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota BMT (Mutmainnah & Solekah, 2023). Kajian mengenai pembiayaan murabahah juga menyoroti relevansi kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, dan religiusitas dalam preferensi pembiayaan nasabah (Putri et al., 2024). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keputusan pembiayaan bersifat multidimensional dan dapat berbeda menurut kondisi ekonomi nasabah, karakteristik lembaga, serta persepsi terhadap manfaat keuangan.

Dalam konteks BMT NU Jawa Timur, penelitian sebelumnya juga mengkaji perilaku nasabah melalui nilai yang dirasakan, kualitas pelayanan, dan kinerja lembaga. Loyalitas nasabah dikaitkan dengan nilai yang dirasakan serta penilaian terhadap praktik pemasaran syariah, kualitas produk, dan kualitas pelayanan (Mondir & Rahma, 2024). Kajian lainnya menelaah hubungan antara kualitas pelayanan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan citra lembaga (Huda et al., 2025). Sementara itu, penelitian kualitatif mengenai preferensi keuangan mikro syariah mengungkapkan bahwa kemudahan prosedur, ketanggapan pelayanan, dan hubungan antarpribadi turut membentuk penilaian nasabah terhadap lembaga pembiayaan, sedangkan penghindaran riba tetap menjadi pertimbangan keagamaan yang relevan (Riduwan et al., 2024). Secara keseluruhan, penelitian tersebut menunjukkan pentingnya memahami perilaku nasabah melalui interaksi manfaat ekonomi, pengalaman pelayanan, dan nilai-nilai keagamaan.

Hubungan antara pertimbangan ekonomi dan religiusitas sangat relevan pada BMT NU Cabang Ketapang, Kabupaten Sampang, Madura, Indonesia. BMT NU beroperasi dalam masyarakat yang tradisi keislamannya berkaitan erat dengan kehidupan sosial dan ekonomi. Meskipun identitas syariah lembaga dapat membangun kepercayaan nasabah, keputusan pembiayaan juga melibatkan pertimbangan praktis, seperti keterjangkauan angsuran, kemudahan prosedur, dan akses pelayanan. Penelitian terdahulu di BMT NU Cabang Ketapang membahas manajemen risiko pembiayaan rahn dan memberikan konteks kelembagaan untuk memahami praktik pembiayaan di lokasi tersebut (Ramin & Samhari, 2022). Akan tetapi, hubungan antara prioritas ekonomi nasabah dan motivasi keagamaan dalam memilih produk pembiayaan masih perlu ditelaah lebih lanjut.

Observasi awal pada Maret 2026 terhadap 15 nasabah pembiayaan aktif BMT NU Cabang Ketapang menunjukkan adanya keberagaman motivasi dalam pengambilan keputusan pembiayaan. Tujuh responden menyebut keterjangkauan pembiayaan yang dirasakan sebagai pertimbangan utama, lima menekankan kualitas pelayanan, dua memilih lokasi lembaga, dan satu secara eksplisit menyebut religiusitas. Sebaran tersebut menunjukkan bahwa pertimbangan ekonomi dan fungsional lebih sering dipilih daripada motivasi keagamaan. Namun, temuan itu tidak serta-merta menunjukkan bahwa nilai keagamaan tidak penting, karena nasabah mungkin tetap mempertimbangkan kepatuhan syariah meskipun menyebut faktor lain sebagai alasan utamanya. Observasi awal ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana nasabah memprioritaskan manfaat finansial praktis dan komitmen keagamaan ketika memilih layanan pembiayaan syariah.

Pragmatisme nasabah menjadi perspektif analitis yang berguna untuk memahami preferensi pembiayaan tersebut. Dalam penelitian ini, pragmatisme merujuk pada orientasi pengambilan keputusan yang menekankan manfaat keuangan praktis, keterjangkauan, efisiensi pelayanan, dan aksesibilitas. Orientasi demikian tidak selalu bertentangan dengan religiusitas karena nasabah dapat sekaligus menghargai kepatuhan syariah dan menilai produk pembiayaan berdasarkan keuntungan ekonomi. Dengan demikian, keputusan nasabah dapat mencerminkan gabungan pertimbangan ekonomi rasional dan komitmen keagamaan, bukan sekadar penggantian satu motivasi oleh motivasi lainnya. Pemahaman terhadap hubungan ini penting untuk menjelaskan pembentukan preferensi pembiayaan dalam masyarakat lokal yang memiliki tradisi kelembagaan Islam yang kuat.

Walaupun berbagai penelitian telah mengkaji religiusitas, margin pembiayaan, kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan nilai yang dirasakan, sebagian besar literatur berfokus pada hubungan statistik antavariabel yang telah ditetapkan atau pola umum kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian kualitatif juga telah menelaah preferensi dan pengalaman nasabah pada lembaga keuangan mikro syariah (Riduwan et al., 2024). Akan tetapi, temuan tersebut belum secara khusus menjelaskan bagaimana nasabah BMT NU Cabang Ketapang memprioritaskan manfaat ekonomi dan religiusitas dalam konteks sosial-keagamaan setempat. Dengan demikian, kesenjangan penelitian ini terletak pada pemahaman kontekstual terhadap prioritas pembiayaan yang dinyatakan nasabah dan makna yang dilekatkan pada pertimbangan ekonomi maupun keagamaan. Kontribusi khas penelitian ini adalah pengkajian preferensi pembiayaan pragmatis dalam lembaga berorientasi syariah tanpa mengasumsikan bahwa rasionalitas ekonomi pasti menggantikan komitmen keagamaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor utama yang mendasari keputusan pembiayaan nasabah BMT NU Cabang Ketapang, Kabupaten Sampang, serta mengkaji keterkaitan pertimbangan ekonomi pragmatis dengan religiusitas dalam proses pengambilan keputusan. Melalui pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung wawancara kualitatif, penelitian ini menganalisis keterjangkauan pembiayaan, kualitas pelayanan, kemudahan akses lembaga, dan religiusitas berdasarkan distribusi frekuensi serta penjelasan responden. Hasilnya diharapkan memberikan kontribusi bagi pembahasan perilaku konsumen dalam keuangan mikro syariah sekaligus masukan praktis bagi pengelola BMT untuk meningkatkan transparansi pembiayaan,

kualitas pelayanan, dan daya saing produk tanpa mengabaikan prinsip syariah.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung wawancara kualitatif untuk mengkaji faktor-faktor yang mendasari keputusan pembiayaan nasabah pada BMT NU Cabang Ketapang, Kabupaten Sampang, Indonesia. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan preferensi nasabah melalui distribusi frekuensi dan persentase tanpa menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel. Wawancara kualitatif digunakan untuk memberikan penjelasan lebih lanjut atas pola numerik yang ditemukan (Creswell & Creswell, 2018; Iqbal & Muslim, 2020).

Penelitian dilakukan di BMT NU Cabang Ketapang, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sampang, Jawa Timur, Indonesia. Lokasi dipilih secara purposif berdasarkan karakteristiknya sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi dalam masyarakat dengan pengaruh tradisi keagamaan dan kegiatan ekonomi mikro. Penelitian melibatkan 15 nasabah pembiayaan aktif dengan latar belakang demografis dan pekerjaan yang beragam, yang dipilih melalui pengambilan sampel acak sederhana. Mengingat jumlah sampel yang terbatas, temuan penelitian dimaksudkan untuk menggambarkan preferensi nasabah dalam kelompok yang diteliti, bukan mewakili seluruh populasi nasabah BMT di Kabupaten Sampang.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan wawancara mendalam. Kuesioner mengidentifikasi pertimbangan utama nasabah dalam empat kategori, yaitu (1) keterjangkauan pembiayaan atau skema bagi hasil, (2) kualitas pelayanan, (3) lokasi dan aksesibilitas lembaga, serta (4) religiusitas. Wawancara mendalam menggali persepsi, pengalaman, dan motivasi nasabah yang mendasari jawaban mereka. Data sekunder diperoleh dari literatur akademik yang relevan dan dokumen kelembagaan.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif, termasuk distribusi frekuensi dan persentase yang dihitung dengan rumus $P = (f/N) \times 100\%$, dengan P menunjukkan persentase, f menunjukkan frekuensi jawaban, dan N adalah jumlah keseluruhan responden (15). Data wawancara disusun dan dikelompokkan berdasarkan empat pertimbangan pembiayaan untuk memberikan penafsiran kontekstual terhadap temuan kuantitatif. Jawaban kualitatif dibandingkan dengan hasil kuesioner untuk menguji konsistensi dan memperkaya analisis proses pengambilan keputusan nasabah dengan mengacu pada prinsip analisis tematik (Braun & Clarke, 2022). Melalui prosedur ini, penelitian menggambarkan orientasi pragmatis nasabah dan hubungan pertimbangan ekonomi dengan religiusitas dalam keputusan keuangan mikro syariah.

Hasil dan Pembahasan

Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Keuangan Mikro Syariah: Rasionalitas Ekonomi dan Religiusitas

Pengambilan keputusan nasabah pada lembaga keuangan mikro syariah melibatkan berbagai pertimbangan ekonomi, kelembagaan, dan keagamaan. Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, Baitul Maal wat Tamwil (BMT) beroperasi berdasarkan prinsip syariah sembari menyediakan layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat.

Berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, BMT menggabungkan kegiatan pembiayaan komersial dengan nilai sosial Islam sehingga memiliki identitas kelembagaan tersendiri. Namun, keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan BMT tidak selalu ditentukan secara eksklusif oleh pertimbangan keagamaan. Manfaat ekonomi, kualitas pelayanan, aksesibilitas lembaga, dan kebutuhan keuangan pribadi juga dapat membentuk preferensi pembiayaan mereka.

Dari perspektif perilaku konsumen, nasabah umumnya mengevaluasi layanan keuangan berdasarkan manfaat yang dirasakan, keterjangkauan, risiko, dan kemudahan. Dalam keuangan mikro syariah, evaluasi tersebut juga mencakup pertimbangan keagamaan, terutama pentingnya menghindari riba dan melakukan transaksi sesuai prinsip syariah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa religiusitas, kualitas pelayanan, lokasi lembaga, dan kebutuhan ekonomi merupakan pertimbangan yang relevan dalam keputusan nasabah menggunakan produk keuangan BMT (Wijaya et al., 2020). Demikian pula, preferensi pembiayaan pada lembaga keuangan mikro syariah berkaitan dengan kesederhanaan prosedur, ketanggapan pelayanan, serta hubungan interpersonal antara nasabah dan penyedia layanan keuangan (Riduwan et al., 2024).

Dalam konteks ini, pragmatisme nasabah merujuk pada orientasi pengambilan keputusan yang mengutamakan manfaat praktis, meliputi keterjangkauan pembiayaan, kemudahan operasional, ketanggapan pelayanan, dan aksesibilitas. Meski demikian, pertimbangan pragmatis tidak boleh serta-merta dimaknai sebagai sesuatu yang bertentangan dengan komitmen keagamaan. Nasabah dapat memahami pentingnya kepatuhan syariah dan pada saat yang sama menilai produk keuangan berdasarkan keuntungan ekonominya. Oleh karena itu, hubungan rasionalitas ekonomi dan religiusitas menjadi kerangka analitis penting untuk mengkaji keputusan pembiayaan pada BMT NU Cabang Ketapang, Kabupaten Sampang.

Temuan Empiris tentang Preferensi Pembiayaan Nasabah

Penelitian ini melibatkan 15 nasabah pembiayaan aktif pada BMT NU Cabang Ketapang, Kabupaten Sampang. Data diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang didukung wawancara dengan nasabah untuk mengidentifikasi pertimbangan utama yang mendasari keputusan pembiayaan. Empat faktor yang ditelaah meliputi bagi hasil atau keterjangkauan pembiayaan, kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas.

Tabel 1. Distribusi Faktor yang Mendasari Keputusan Pembiayaan Nasabah

No.	Faktor Penentu	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Bagi Hasil / Keterjangkauan Pembiayaan	7	46,67
2	Kualitas Pelayanan	5	33,33
3	Lokasi	2	13,33
4	Religiusitas	1	6,67
Total		15	100,00

Temuan menunjukkan bahwa keterjangkauan pembiayaan merupakan pertimbangan yang paling banyak dipilih, yakni oleh 46,67% responden. Kualitas pelayanan berada pada

urutan kedua sebesar 33,33%, disusul lokasi sebesar 13,33%. Sementara itu, religiusitas secara eksplisit disebut sebagai pertimbangan utama hanya oleh 6,67% responden. Temuan ini menunjukkan bahwa pertimbangan ekonomi dan fungsional lebih sering diprioritaskan daripada motivasi keagamaan di antara responden.

Secara keseluruhan, 14 responden (93,33%) memilih keterjangkauan pembiayaan, kualitas pelayanan, atau lokasi sebagai alasan utama memilih pembiayaan pada BMT NU Cabang Ketapang. Distribusi ini mengindikasikan kecenderungan mengutamakan pertimbangan praktis dalam keputusan pembiayaan. Namun, persentase tersebut menunjukkan distribusi alasan utama yang dinyatakan responden, bukan besarnya pengaruh statistik setiap faktor. Karena itu, temuan harus ditafsirkan sebagai pola deskriptif dalam sampel, bukan bukti bahwa pertimbangan keagamaan tidak ada atau tidak berarti bagi nasabah lain.

Rasionalitas Ekonomi dan Keterjangkauan Pembiayaan

Temuan yang paling menonjol berkaitan dengan pentingnya keterjangkauan pembiayaan. Sebanyak tujuh responden (46,67%) menyebut skema bagi hasil sebagai pertimbangan utama. Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah sangat memperhatikan keuntungan ekonomi yang mereka rasakan dari produk pembiayaan BMT, khususnya keterjangkauan kewajiban keuangan dan kesesuaian skema pembiayaan dengan kondisi ekonomi mereka.

Salah satu responden, NH (50 tahun, pegawai negeri sipil), menjelaskan:

“Saya sudah membandingkan BMT dengan lembaga keuangan lainnya. Menurut saya, sistem bagi hasil di BMT ini lebih menguntungkan karena tidak tetap dan disesuaikan dengan pendapatan usaha.”

Pernyataan tersebut memperlihatkan adanya evaluasi komparatif responden terhadap produk pembiayaan berdasarkan manfaat keuangan yang diharapkan. Alih-alih memilih lembaga pembiayaan semata-mata karena identitas keislamannya, responden mempertimbangkan kesesuaian skema pembiayaan dengan kondisi ekonominya. Temuan ini menunjukkan bahwa keterjangkauan pembiayaan dapat menjadi pertimbangan penting ketika nasabah menilai manfaat dan kewajiban keuangan dari produk keuangan mikro syariah.

Hasil ini relevan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pertimbangan ekonomi, termasuk margin pembiayaan, berkaitan dengan keputusan nasabah di lembaga keuangan syariah (Malkan & Jalil, 2023). Temuan ini juga melengkapi penelitian yang menunjukkan bahwa preferensi keuangan nasabah mencakup komitmen keagamaan sekaligus kebutuhan ekonomi praktis (Wijaya et al., 2020). Dalam konteks tersebut, rasionalitas ekonomi mencerminkan upaya nasabah memilih skema pembiayaan yang dinilai dapat dipenuhi dan memberikan manfaat.

Meskipun demikian, istilah bagi hasil perlu ditafsirkan secara cermat. Mekanisme bagi hasil dalam akad mudharabah dan musyarakah berbeda dari skema pembiayaan murabahah yang menggunakan margin jual beli yang disepakati. Karena itu, pernyataan responden ditafsirkan sebagai persepsi atas keterjangkauan pembiayaan, bukan bukti pasti mengenai mekanisme akad tertentu. Pemeriksaan akad pembiayaan diperlukan untuk memastikan karakter skema tersebut secara tepat.

Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat ekonomi pembiayaan yang dirasakan merupakan unsur utama dalam pengambilan keputusan nasabah pada kelompok yang diteliti. Bagi BMT NU Cabang Ketapang, hal ini menegaskan pentingnya penyediaan informasi yang jelas mengenai skema pembiayaan, kewajiban angsuran, dan implikasi keuangan dari berbagai produk yang sesuai syariah.

Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan faktor kedua yang paling banyak dipilih, dengan lima responden (33,33%) menyebutnya sebagai pertimbangan utama. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah tidak hanya dibentuk oleh karakteristik pembiayaan, tetapi juga kualitas interaksi dan pelayanan yang dialami selama bertransaksi.

Pada lembaga keuangan mikro syariah, interaksi langsung antara pegawai dan nasabah dapat menjadi sangat penting karena prosedur pembiayaan kerap melibatkan komunikasi personal, penjelasan kewajiban akad, serta hubungan berkelanjutan selama masa angsuran. Karena itu, interaksi yang ramah, tanggapan cepat, dan proses administrasi yang sederhana dapat meningkatkan persepsi nasabah tentang kenyamanan dan keandalan lembaga.

Responden AR (47 tahun, ibu rumah tangga) menyatakan:

“Awalnya saya hanya ingin mencoba, tetapi karena pelayanannya menyenangkan, petugasnya ramah, dan prosesnya cepat, akhirnya saya merasa nyaman untuk terus bertransaksi di sini.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang positif dapat mendorong nasabah untuk mempertahankan hubungan dengan lembaga keuangan. Responden lebih menekankan keramahan, efisiensi prosedur, dan kenyamanan pribadi daripada sekadar biaya pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat menjadi manfaat praktis yang memperkuat keyakinan nasabah dalam menggunakan layanan BMT.

Penelitian terdahulu mengidentifikasi kualitas pelayanan sebagai pertimbangan yang relevan dalam keputusan menjadi nasabah BMT (Mutmainnah & Solekah, 2023). Temuan serupa dilaporkan dalam penelitian tentang preferensi keuangan mikro syariah, ketika kecepatan pelayanan, kemudahan prosedur, dan hubungan interpersonal berkontribusi terhadap penilaian nasabah atas lembaga keuangan (Riduwan et al., 2024).

Dalam konteks BMT NU Cabang Ketapang, kualitas pelayanan dengan demikian dapat menjadi komponen penting dalam pragmatisme nasabah. Nasabah tampaknya menghargai praktik kelembagaan yang meminimalkan kesulitan administrasi dan menciptakan pengalaman layanan keuangan yang positif. Namun, data deskriptif ini tidak membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara mandiri menyebabkan loyalitas nasabah atau penggunaan pembiayaan yang berkelanjutan.

Lokasi Lembaga dan Aksesibilitas Keuangan

Lokasi lembaga dipilih sebagai pertimbangan utama oleh dua responden (13,33%). Meskipun persentasenya lebih rendah daripada keterjangkauan pembiayaan dan kualitas pelayanan, lokasi tetap relevan untuk memahami kondisi praktis yang memengaruhi akses nasabah terhadap layanan keuangan.

Bagi orang yang menjalankan aktivitas usaha dan rumah tangga sehari-hari, kedekatan geografis dapat memengaruhi kesediaan mereka untuk menggunakan lembaga keuangan. Lokasi BMT yang mudah dijangkau dapat mengurangi biaya transportasi, mempersingkat waktu perjalanan, serta mempermudah pengurusan administrasi dan pembayaran angsuran.

Responden SM (40 tahun, pedagang) menjelaskan:

“BMT ini berada di pinggir jalan utama dan dekat dengan tempat saya berjualan, jadi sangat membantu. Kalau jauh, saya akan malas datang untuk membayar angsuran.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa lokasi lembaga dinilai berdasarkan rutinitas sehari-hari dan kegiatan ekonomi nasabah. Responden mengaitkan kedekatan geografis dengan kemudahan membayar angsuran serta berkurangnya kerepotan. Dalam konteks ini, aksesibilitas merupakan pertimbangan praktis, bukan sekadar ciri fisik lembaga keuangan.

Penelitian tentang keputusan nasabah BMT juga mengidentifikasi lokasi sebagai pertimbangan yang relevan bersama kualitas pelayanan dan karakteristik kelembagaan lainnya (Mutmainnah & Solekah, 2023). Temuan penelitian ini memberikan ilustrasi kontekstual tentang peran kemudahan geografis dalam keputusan pembiayaan nasabah setempat.

Meskipun lokasi hanya dipilih oleh dua responden, frekuensi yang lebih rendah tidak berarti bahwa aksesibilitas tidak penting bagi nasabah lain. Temuan tersebut hanya menunjukkan bahwa kedekatan geografis menjadi alasan utama bagi proporsi responden yang lebih kecil dibandingkan keterjangkauan pembiayaan dan kualitas pelayanan.

Religiusitas dan Preferensi Pembiayaan Berorientasi Syariah

Religiusitas merupakan pertimbangan utama yang paling jarang dipilih, yakni oleh satu responden (6,67%). Hasil ini patut dicermati karena BMT NU beroperasi dalam kerangka keuangan Islam dan secara kelembagaan dikaitkan dengan praktik keuangan yang sesuai syariah.

Berdasarkan catatan lapangan, responden yang menyebut religiusitas sebagai motivasi utama mengaitkan pembiayaan BMT dengan ketenangan batin, penghindaran riba, dan keyakinan terhadap keabsahan akad pembiayaan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa nilai keagamaan dapat memengaruhi keputusan pembiayaan melalui pertimbangan normatif sekaligus rasa aman secara psikologis.

Namun, kecilnya proporsi responden yang secara eksplisit memilih religiusitas tidak boleh dimaknai sebagai bukti bahwa pertimbangan keagamaan tidak lagi relevan. Karena responden hanya menyebut alasan utamanya memilih pembiayaan, motivasi lain mungkin tetap penting meskipun tidak tercatat sebagai pilihan utama.

Uraian hasil wawancara juga menunjukkan bahwa beberapa responden mengakui identitas keislaman BMT sembari menekankan keterjangkauan dan kemudahan pelayanan. Keterangan demikian mengindikasikan bahwa nilai keagamaan dapat menjadi pertimbangan mendasar meskipun manfaat praktis lebih diprioritaskan. Akan tetapi, bukti wawancara yang tersedia belum cukup untuk memastikan apakah religiusitas secara konsisten menjadi landasan kepercayaan kelembagaan bagi seluruh responden.

Temuan ini dapat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan relevansi religiusitas dalam preferensi nasabah terhadap layanan keuangan syariah (Wijaya

et al., 2020). Penelitian lain juga mengkaji religiusitas dalam kaitannya dengan kualitas produk, karakteristik pelayanan, dan keputusan pembiayaan di lembaga BMT (Putri et al., 2024).

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak membuktikan adanya penurunan religiusitas nasabah. Sebaliknya, temuan ini memperlihatkan perbedaan antara religiusitas sebagai alasan utama yang dinyatakan secara eksplisit dan religiusitas sebagai nilai yang mungkin menjadi bagian dari evaluasi pembiayaan yang lebih luas.

Pragmatisme Nasabah dan Interaksi antara Pertimbangan Ekonomi dan Keagamaan

Hasil keseluruhan menunjukkan bahwa pertimbangan praktis lebih sering dipilih daripada religiusitas sebagai alasan utama memilih pembiayaan oleh 15 responden BMT NU Cabang Ketapang. Keterjangkauan pembiayaan mencakup 46,67% jawaban, diikuti kualitas pelayanan sebesar 33,33% dan lokasi lembaga sebesar 13,33%. Secara bersama-sama, ketiga kategori tersebut mencakup 93,33% sampel, sedangkan religiusitas sebesar 6,67%.

Distribusi ini memberikan indikasi deskriptif awal mengenai pertimbangan pragmatis dalam keputusan pembiayaan nasabah. Responden lebih sering memprioritaskan keterjangkauan pembiayaan, kenyamanan, dan aksesibilitas lembaga. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat praktis memiliki posisi penting dalam penilaian mereka terhadap produk keuangan mikro syariah.

Meskipun demikian, rasionalitas ekonomi dan religiusitas tidak seharusnya dipandang sebagai dua hal yang selalu bertentangan. Nasabah dapat menghargai kepatuhan BMT terhadap prinsip Islam sekaligus memilih produk pembiayaannya karena dianggap terjangkau, mudah diakses, dan nyaman. Dari perspektif ini, pragmatisme nasabah tidak selalu mencerminkan pergeseran menjauhi nilai-nilai Islam, melainkan dapat menunjukkan integrasi komitmen keagamaan dengan pertimbangan ekonomi sehari-hari.

Penafsiran ini sejalan dengan penelitian yang mengidentifikasi pertimbangan keagamaan dan fungsional dalam preferensi nasabah BMT (Wijaya et al., 2020; Riduwan et al., 2024). Temuan ini juga berkontribusi terhadap pembahasan tentang nilai yang dirasakan dan hubungan nasabah pada BMT NU Jawa Timur (Mondir & Rahma, 2024).

Kontribusi penelitian ini terletak pada gambaran tentang bagaimana nasabah BMT NU Cabang Ketapang memprioritaskan pertimbangan pembiayaan yang mereka nyatakan dalam konteks keuangan mikro syariah setempat. Sementara penelitian terdahulu mengkaji religiusitas, margin pembiayaan, kualitas pelayanan, dan nilai yang dirasakan melalui beragam pendekatan, penelitian ini menawarkan uraian deskriptif tentang pertimbangan tersebut pada kelompok nasabah pembiayaan tertentu di Ketapang, Sampang.

Namun, jumlah responden yang terbatas membatasi kemungkinan generalisasi temuan pada populasi yang lebih luas. Selain itu, desain deskriptif tidak memungkinkan penarikan kesimpulan kausal tentang pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan pembiayaan. Karena itu, temuan lebih tepat dipahami sebagai gambaran awal preferensi nasabah yang dapat menjadi dasar penelitian berikutnya dengan sampel lebih besar dan penilaian yang lebih mendalam terhadap motivasi keagamaan maupun ekonomi.

Dari sudut pandang kelembagaan, temuan ini menegaskan pentingnya keterjangkauan pembiayaan, pelayanan nasabah yang tanggap, dan kemudahan akses layanan keuangan.

BMT NU Cabang Ketapang dapat memperoleh manfaat dari peningkatan transparansi terkait akad pembiayaan dan kewajiban angsuran sembari mempertahankan praktik pelayanan yang merespons kebutuhan praktis nasabah. Edukasi keuangan syariah juga dapat membantu nasabah memahami penerapan prinsip syariah dalam produk pembiayaan yang digunakan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pragmatisme nasabah dalam keuangan mikro syariah dapat dipahami sebagai orientasi pada manfaat keuangan praktis yang dapat berdampingan dengan komitmen keagamaan. Alih-alih membuktikan bahwa rasionalitas ekonomi telah menggantikan religiusitas, temuan ini memperlihatkan pentingnya mengkaji bagaimana kedua pertimbangan tersebut diprioritaskan dan dipahami dalam konteks sosial dan kelembagaan tertentu.

Penutup

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap nasabah pembiayaan pada BMT NU Cabang Ketapang, Kabupaten Sampang, penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan pembiayaan nasabah terutama dibentuk oleh pertimbangan ekonomi praktis dan pelayanan, yang mencerminkan kecenderungan perilaku konsumen pragmatis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil atau keterjangkauan pembiayaan yang dirasakan merupakan pertimbangan utama yang paling banyak dipilih (46,67%), diikuti kualitas pelayanan (33,33%), lokasi lembaga (13,33%), dan religiusitas (6,67%). Hasil ini mengindikasikan bahwa nasabah memberikan perhatian besar pada manfaat keuangan, efisiensi pelayanan, dan aksesibilitas ketika memilih produk keuangan mikro syariah.

Temuan ini menawarkan perspektif alternatif terhadap anggapan bahwa pertimbangan keagamaan selalu menjadi motivasi utama dalam memilih lembaga keuangan syariah di masyarakat yang memiliki orientasi religius. Dalam kelompok yang diamati, nasabah memperlihatkan orientasi pengambilan keputusan pragmatis dengan mengutamakan keuntungan keuangan yang dirasakan, kewajiban pembiayaan yang dapat dijangkau, dan layanan yang mudah. Namun, rendahnya proporsi responden yang menyebut religiusitas sebagai pertimbangan utama tidak serta-merta menunjukkan penurunan komitmen keagamaan. Sebaliknya, nilai keagamaan dapat berdampingan dengan rasionalitas ekonomi dan berkontribusi terhadap kepercayaan kepada lembaga meskipun manfaat praktis lebih diprioritaskan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya memahami pragmatisme nasabah dan religiusitas sebagai dimensi keputusan pembiayaan yang berpotensi saling melengkapi pada lembaga keuangan mikro syariah. Mengingat jumlah sampel hanya 15 responden, kesimpulan ini berlaku khusus bagi nasabah yang diteliti dan tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh nasabah BMT di Kabupaten Sampang.

Daftar Pustaka

- Ascarya, & Sakti, A. (2022). Designing micro-fintech models for Islamic micro financial institutions in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(2), 236–254. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2020-0233>
- Hidayat, M. V., & Istifadhoh, N. (2025). Analisis kualitas pelayanan berbasis prinsip syariah pada kepuasan nasabah di BMT NU Cabang Sidayu. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(2). [https://doi.org/10.25299/syarikat.2025.vol8\(2\).25711](https://doi.org/10.25299/syarikat.2025.vol8(2).25711)
- Huda, N., Maksum, M., Helmi, M., & Pratiwi, A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan corporate social responsibility (CSR) terhadap citra BMT NU Jawa Timur. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 3(2), 148–173. <https://doi.org/10.21093/inasjif.v3i2.11192>
- Iqbal, M., & Muslim, A. (2020). Metode penelitian kebijakan pendidikan (alternatif metodologi dalam penyusunan skripsi) bagian 1. *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan di Bidang Administrasi Pendidikan*. <https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/visionary/article/view/3125>
- Jalil, A., & Malkan, M. (2023). Religiusitas, margin level, dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah melakukan take over pembiayaan. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.32332/finansia.v6i1.6391>
- Mondir, M., & Rahma, S. H. (2024). The mediating effect of perceived value on customer loyalty of BMT NU East Java. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 3(1), 93–103. <https://doi.org/10.20885/RISFE.vol3.iss1.art7>
- Mutmainnah, N. A., & Solekah, N. A. (2023). The affect of word of mouth, service quality, and location on decision to be a customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2). <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.8285>
- Nasrulloh, A. A., Budiman, B., & Nurjaman, K. (2026). Peran strategis Baitul Maal wa Tamwil dalam pemberdayaan sumber daya manusia perspektif maqashid syariah. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 4(1), 89–98. <https://doi.org/10.15575/ejil.v4i1.2046>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2026). Sharia financial services sector update April 2026. https://iru.ojk.go.id/iru/WebSite/ArticleList/View/1024_Sharia_Financial_Services_Sector_Update_April_2026
- Putri, B. H., Majid, M. N., & Nengsih, T. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah dengan religiusitas sebagai variabel moderating (Studi pada BMT Bina

- Insan Sejahtera Kota Jambi). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 112–125. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1657>
- Ramin, M., & Samhari. (2022). Analisis manajemen risiko pada pembiayaan rahan di BMT NU Cabang Ketapang. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), 35–41. <https://doi.org/10.62005/iseco.v1i1.6>
- Riduwan, Amrullah, Danupranata, G., & Wahyudi, R. (2024). Microfinancing, preference and loyalty analysis: A study of Islamic microfinance institutions in Indonesia. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 4(2), 248–263. <https://doi.org/10.18196/jiebr.v4i2.366>
- Rizal, Nengsih, I., Sari, C. I., Hayati, R. F., & Mutia, S. (2025). Inconsistency of shariatization: Exploring the implementation of Sharia principles in Baitul Maal wa Tamwil. *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 10(1), 105–129. <https://doi.org/10.29240/jhi.v10i1.11508>
- Septiana, D. (2021). Pengaruh transparansi, tingkat margin dan kepatuhan syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 210–222.
- Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran (Edisi ke-4)*. Andi.
- Universitas Airlangga. (2025, June 26). Optimalisasi manajemen permodalan pada Baitul Maal wat Tamwil. <https://unair.ac.id/optimalisasi-manajemen-permodalan-pada-baitul-maal-wat-tamwil/>
- Widiastuti, T., & Mawardi, I. (2019). *Ekonomi dan keuangan syariah*. Airlangga University Press.
- Wijaya, I. F., Hakim, A. R., Saputro, N., & Mulyadi, M. (2020). Religiosity level and saving decisions in Baitul Maal wat Tamwil: The case of Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1465–1483. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0160>
- Zubair, M. K. (2011). Mekanisme bagi hasil pada lembaga keuangan mikro syariah (Studi persepsi nasabah tentang pembiayaan bagi hasil). *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 5(1), 41–51.