

KUALITAS LAYANAN SYARI'AH, KELOMPOK SOSIAL DAN KEMUDAHAN ADMINISTRASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA BMT SURYA SEKAWAN KUDUS

Nadiya Nur Husniyah, Supardi*, Yunus Mustaqim

Fakultas Ekonomi Pendidikan Hukum Universitas Muhammadiyah Kudus

Kudus, Indonesia

*Corresponding author: supardi@umkudus.ac.id

Info Artikel	Abstrak
DOI : https://doi.org/10.26751/jeisa.v6i2.3150	<p>Penelitian ini dilakukan dalam konteks lembaga keuangan mikro syari'ah, khususnya Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Surya Sekawan, yang menghadapi fluktuasi jumlah anggota pada periode 2020–2024. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan syari'ah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan. Metode penelitian yang digunakan adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ditentukan sebanyak 100 responden melalui teknik probability sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS versi 24. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa ketiga variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan keanggotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan syari'ah merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keputusan bergabung, diikuti oleh kelompok sosial dan kemudahan administrasi. Secara simultan, ketiganya terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat untuk menjadi anggota. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu perilaku konsumen syari'ah dengan menegaskan pentingnya dimensi layanan berbasis nilai Islam yang terintegrasi dengan aspek sosial dan administratif. Temuan ini menegaskan bahwa strategi peningkatan keanggotaan BMT tidak dapat hanya bergantung pada aspek religius formal, melainkan harus memperhatikan jaringan sosial dan pengalaman administratif anggota.</p>
Article history: Received 2025-09-14 Revised 2025-09-22 Accepted 2025-10-29	
Kata Kunci: Baitul Maal wat Tamwilm, Kelompok sosial, Kemudahan administrasi, Kualitas layanan syari'ah. Keywords: <i>Administrative convenience, Baitul Maal wat Tamwil, Social group, Quality of sharia services</i>	

Abstract

This research was conducted in the context of Islamic microfinance institutions, specifically Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Surya Sekawan, which has experienced fluctuations in membership numbers during the 2020–2024 period. This phenomenon indicates that there are factors influencing people's decisions to become members. The purpose of this study is to analyze the impact of Sharia service quality, social groups, and administrative convenience on the decision to join BMT Surya Sekawan. The research method used is explanatory research with a quantitative approach. A sample of 100 respondents was determined through probability sampling techniques. Data were collected through questionnaires and interviews, and analyzed using multiple linear regression through SPSS version 24. The research hypothesis states that all three independent variables, both partially and simultaneously, significantly and positively affect membership decisions. The results indicate that Sharia service quality is the most dominant

factor influencing the decision to join, followed by social groups and administrative convenience. Simultaneously, all three factors were found to significantly contribute to increasing public interest in becoming members. This study contributes to the development of Islamic consumer behavior knowledge by emphasizing the importance of service dimensions based on Islamic values that are integrated with social and administrative aspects. The findings highlight that strategies to increase BMT membership cannot rely solely on formal religious aspects but must also consider social networks and the administrative experience of members.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia dalam dua dekade terakhir menunjukkan tren positif, ditandai dengan meningkatnya jumlah Bank Syariah, BMT, dan koperasi syariah yang beroperasi di berbagai daerah (Buono & Suryanto, 2022). Lembaga keuangan berbasis syariah dianggap lebih mampu memberikan alternatif solusi keuangan bagi masyarakat yang menginginkan sistem transaksi sesuai prinsip Islam (Syaida et al., 2024). Salah satu bentuk kelembagaan yang berkembang pesat adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT), yang berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang menyediakan layanan simpanan, pembiayaan, dan pemberdayaan masyarakat (Priyadi et al., 2024). BMT Surya Sekawan di Kabupaten Kudus merupakan salah satu BMT yang berupaya menjawab kebutuhan masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, akan akses keuangan berbasis syariah yang mudah, aman, dan sesuai dengan prinsip keadilan.

Data internal BMT Surya Sekawan menunjukkan adanya fluktuasi jumlah anggota dalam periode 2020–2024. Berdasarkan laporan keanggotaan, jumlah anggota sempat meningkat pada tahun 2021, tetapi menurun pada tahun 2022 dan kembali mengalami stagnasi pada tahun 2023–2024. Hasil observasi awal dan wawancara dengan beberapa calon anggota mengungkapkan bahwa terdapat beberapa kendala, seperti proses administrasi yang dinilai masih kurang efisien, keterbatasan informasi layanan berbasis syariah, serta minimnya dorongan dari lingkungan sosial untuk bergabung. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran komprehensif

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menjadi anggota BMT, sehingga dapat memberikan kontribusi praktis bagi BMT dalam meningkatkan keanggotaan, sekaligus kontribusi akademis dalam memperluas model penelitian keputusan keuangan berbasis syariah.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah telah banyak dilakukan. Dalam sepuluh tahun terakhir, isu yang sering muncul adalah peran kualitas layanan, kepercayaan, literasi keuangan syariah, serta kemudahan akses dalam meningkatkan minat dan keputusan menggunakan produk keuangan berbasis syariah. Misalnya, penelitian Diah Lafiana dkk. (2025) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan fitur digital berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan syariah (Lafiana et al., 2025). Sedangkan, penelitian Nursya' Bani dkk. (2024) menekankan pentingnya kepatuhan syariah dalam memengaruhi keputusan anggota koperasi syariah (Nursya Bani et al., 2024). Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek digitalisasi layanan atau kepatuhan syariah secara umum, tanpa mengaitkannya dengan dinamika sosial dan hambatan administratif pada konteks BMT.

Studi Subhan dkk. (2023) meneliti kualitas layanan islami dan kepercayaan pada travel umrah, namun tidak mengkaji pengaruh kelompok sosial dan hambatan administrasi (Abdul Subhan et al., 2023). Penelitian Clarashinta & Khoiriyah (2021) membahas religiusitas dan literasi keuangan, tetapi tidak relevan langsung dengan konteks BMT (Ilfita & Canggih, 2021). Sementara itu, Diah Lafiana dkk. (2025) dan Kharis Fadlullah

Hana dkk. (2025) mengulas layanan digital pada perbankan syariah, bukan pada keanggotaan BMT yang lebih menekankan interaksi tatap muka (JABBAR & HANA, 2025). Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian dalam mengkaji kombinasi faktor kualitas layanan syariah, pengaruh kelompok sosial, dan kemudahan administrasi terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi anggota BMT. Penelitian ini hadir untuk mengisi gap tersebut dengan memberikan kontribusi pada pengembangan model faktor keanggotaan BMT berbasis perspektif sosial dan layanan.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan tiga variabel penting, yaitu kualitas layanan syariah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi dalam satu model pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT. Kontribusi penelitian ini tidak hanya bersifat teoretis dalam memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen pada lembaga keuangan syariah, tetapi juga bersifat praktis dengan memberikan rekomendasi strategis kepada BMT untuk meningkatkan keanggotaan. Dengan menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut baik secara parsial maupun simultan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan keputusan keanggotaan BMT, khususnya di tengah persaingan lembaga keuangan yang semakin ketat.

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan syariah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan syariah terhadap keputusan menjadi anggota BMT; (2) untuk mengetahui pengaruh kelompok sosial terhadap keputusan menjadi anggota BMT; (3) untuk mengetahui pengaruh kemudahan administrasi terhadap keputusan menjadi anggota BMT; dan (4) untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmiah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen pada lembaga keuangan syariah, khususnya dalam konteks BMT. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi BMT Surya Sekawan dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan jumlah keanggotaan melalui peningkatan kualitas layanan, optimalisasi peran kelompok sosial, dan penyederhanaan prosedur administrasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji isu serupa pada konteks atau objek penelitian yang berbeda.

Penelitian ini berlandaskan pada Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (Achmad et al., 2016). Teori ini menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Aulia & Kartika, 2023). Dalam penelitian ini, kualitas layanan syariah mencerminkan sikap positif individu terhadap lembaga yang memberikan pelayanan sesuai prinsip syariah. Kelompok sosial berkaitan dengan norma subjektif, di mana individu cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya seperti keluarga, teman, atau tokoh masyarakat. Kemudahan administrasi berhubungan dengan persepsi kontrol perilaku, yang menunjukkan kemudahan seseorang dalam mengakses layanan tanpa hambatan prosedural.

A. Keputusan Menjadi Anggota

Keputusan konsumen dalam literatur perilaku konsumen didefinisikan sebagai proses pemilihan dari berbagai alternatif yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan (Rafiqi & Jazuli, 2024). Dalam konteks keanggotaan BMT, keputusan menjadi anggota merupakan hasil dari pertimbangan individu terhadap berbagai faktor, termasuk kepercayaan, kemudahan, dan pengaruh sosial. Keputusan ini mencakup tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi

alternatif, dan pengambilan keputusan (Rafiqi et al., 2025).

B. Kualitas Layanan Syariah

Kualitas layanan didefinisikan melalui dimensi SERVQUAL yang mencakup *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Cheriyah et al., 2013). Dalam hal syariah, kualitas layanan tidak hanya mengacu pada aspek teknis pelayanan, tetapi juga kepatuhan terhadap prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan kejujuran. Menurut Othman & Owen, kualitas layanan berbasis syariah mencakup aspek kepatuhan (*sharia compliance*) dan etika layanan (Sulistiyandari & Jayaprawira, 2020).

Penelitian terdahulu oleh Subhan dkk. (2023) menemukan bahwa kualitas layanan islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat menggunakan kembali jasa pada travel umrah dan haji (Abdul Subhan et al., 2023). Kharis Fadlullah Hana dkk. (2025) juga menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah (JABBAR & HANA, 2025). Maka, hipotesis parsial terkait kualitas layanan syariah yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT.

C. Kelompok Sosial

Kelompok sosial merupakan sekumpulan individu yang saling berinteraksi dan memiliki pengaruh terhadap perilaku anggotanya (Nisa & Khusnudin, 2025). Pengaruh kelompok sosial terhadap keputusan konsumen dapat terjadi melalui rekomendasi, norma, dan tekanan sosial. Dalam hal BMT, pengaruh ini muncul melalui dukungan atau ajakan dari keluarga, teman, tokoh agama, atau komunitas.

Semakin besar pengaruh sosial yang mendukung, semakin tinggi kemungkinan individu mengambil keputusan untuk menjadi anggota. Penelitian oleh Amelia Nursya'Bani dkk. (2024) menyoroti peran komunitas masjid dalam mendorong keanggotaan koperasi syariah, meskipun fokus utamanya adalah kepatuhan syariah (Nursya Bani et al., 2024). Penelitian ini menunjukkan adanya ruang untuk mengkaji pengaruh kelompok sosial secara eksplisit.

Hipotesis parsial terkait kelompok sosial adalah kelompok sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT.

D. Kemudahan Administrasi

Kemudahan administrasi didefinisikan sebagai tingkat kesederhanaan prosedur yang harus dilalui oleh individu untuk mengakses suatu layanan (Amiruddin & Mujibno, 2025). Dalam penelitian ini, kemudahan administrasi mengacu pada prosedur pendaftaran dan persyaratan keanggotaan yang tidak rumit, waktu pelayanan yang cepat, serta kejelasan informasi terkait dokumen yang diperlukan. Semakin mudah proses administrasi, semakin besar kemungkinan individu untuk bergabung.

Penelitian terdahulu oleh Diah Lafiana dkk. (2025) menekankan pentingnya kemudahan penggunaan dalam meningkatkan minat terhadap layanan berbasis teknologi syariah (Lafiana et al., 2025). Meskipun fokusnya digital, temuan ini mendukung asumsi bahwa kemudahan prosedural juga relevan pada layanan tatap muka seperti BMT. Hipotesis parsial terkait kemudahan administrasi yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT.

Berdasarkan teori TPB dan temuan penelitian terdahulu, dapat diasumsikan bahwa ketiga variabel independen, yaitu kualitas layanan syariah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi, secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT. Kombinasi dari sikap positif terhadap layanan, dukungan sosial, dan kemudahan prosedural akan memperkuat niat dan keputusan seseorang untuk bergabung (Fitrihindika Fairul & Puspita Sari, 2024). Hipotesis simultan terkait kualitas layanan syariah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan.

II. METODE PELAKSANAAN

A. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan syaria'ah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi terhadap

keputusan masyarakat menjadi anggota BMT Surya Sekawan. Metode penelitian disusun secara sistematis agar langkah-langkah penelitian dapat direplikasi oleh peneliti lain, sekaligus memberikan gambaran transparan mengenai proses yang ditempuh mulai dari identifikasi variabel, pemilihan subjek penelitian, penyusunan instrumen, hingga teknik analisis data.

B. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan setelah memperoleh persetujuan resmi dari pihak BMT Surya Sekawan, dengan rangkaian kegiatan meliputi penyebaran kuesioner, observasi lapangan, serta wawancara informal dengan pengurus BMT. Lokasi penelitian dipusatkan di kantor BMT Surya Sekawan sebagai objek utama, sekaligus mencakup beberapa unit layanan atau cabang yang berada di wilayah sekitar Kabupaten Kudus. Pemilihan lokasi tersebut bertujuan agar data yang diperoleh lebih beragam dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan, mengingat setiap cabang memiliki karakteristik anggota yang berbeda-beda baik dari segi latar belakang sosial, pengalaman dalam mengakses layanan, maupun tingkat keterlibatan dalam aktivitas BMT. Dengan rentang waktu dan cakupan lokasi tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota BMT Surya Sekawan.

C. Karakteristik Subjek/Sasaran Penelitian

Subjek penelitian adalah masyarakat yang telah menjadi anggota BMT Surya Sekawan maupun calon anggota yang sedang dalam proses pendaftaran. Populasi penelitian mencakup seluruh anggota aktif BMT Surya Sekawan pada tahun penelitian berlangsung.

D. Tahapan Penelitian

Penelitian ini diawali dengan tahap persiapan berupa penyusunan rancangan penelitian, penentuan variabel, serta penyusunan instrumen kuesioner yang kemudian diuji coba untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya dilakukan tahap pelaksanaan yang meliputi pengumpulan data primer melalui kuesioner, observasi lapangan, serta wawancara

informal dengan pengurus BMT, disertai pengumpulan data sekunder dari dokumen internal BMT. Tahap akhir adalah evaluasi dan analisis data dengan pemeriksaan kelengkapan jawaban, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan.

E. Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan empat variabel utama, yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari kualitas layanan syaria'ah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi, yang dipandang sebagai faktor penting dalam memengaruhi keputusan masyarakat. Adapun variabel dependen adalah keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan. Seluruh variabel tersebut dijabarkan ke dalam sejumlah indikator yang dapat diukur secara kuantitatif melalui kuesioner. Untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian, digunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data yang terukur dan sesuai dengan tujuan penelitian.

F. Instrumen Pengukuran

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Kuesioner tersebut menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, sehingga memungkinkan responden mengekspresikan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan. Indikator untuk variabel kualitas layanan syaria'ah mencakup kepatuhan terhadap prinsip syariah, kejelasan akad, transparansi produk, dan profesionalisme pegawai. Variabel kelompok sosial diukur melalui pengaruh keluarga, teman, serta komunitas atau lingkungan sekitar, sedangkan kemudahan administrasi dinilai dari kecepatan proses pendaftaran, kesederhanaan dan kelengkapan persyaratan, serta kejelasan prosedur.

Sementara itu, keputusan menjadi anggota diukur melalui minat bergabung, keyakinan memilih BMT, keputusan akhir, serta

kesetiaan dalam mempertahankan keanggotaan. Sebelum kuesioner digunakan secara luas, dilakukan uji coba pada sejumlah kecil responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen, dengan analisis menggunakan korelasi item-total serta perhitungan Cronbach's Alpha guna menjamin konsistensi internal pertanyaan yang diajukan.

G. Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner terlebih dahulu diperiksa kelengkapan dan konsistensinya sebelum diolah lebih lanjut. Tahap awal analisis dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan layak dan konsisten. Setelah itu, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna menjamin kelayakan data untuk dianalisis dengan regresi. Teknik utama yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan syari'ah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota BMT Surya Sekawan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil analisis ditafsirkan melalui nilai koefisien regresi, uji t, dan uji F dengan tingkat signifikansi 5 persen, serta dilengkapi dengan penjelasan substantif agar memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan anggota maupun calon anggota BMT Surya Sekawan. Data diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis dipaparkan secara berurutan mulai dari deskripsi karakteristik responden, statistika deskriptif setiap variabel, hasil uji asumsi klasik, hingga hasil uji hipotesis dengan analisis regresi linier berganda.

Statistika deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan jawaban responden atas

variabel penelitian. Skor diperoleh dari pengolahan data kuesioner menggunakan skala Likert 1–5.

Tabel 1. Statistif Deskriptif Tiap Variabel

Var.	Mean	Std. Dev	Sig	Interprtasi
X1	4,21	0,52		Tinggi
X2	3,87	0,61		Cukup Tinggi
X3	3,92	0,52		Tinggi
Y	4,15	0,49		Tinggi

Sumber: Data Primer, 2025

Dari tabel di atas terlihat bahwa kualitas layanan syari'ah memperoleh skor rata-rata tertinggi (4,21), menunjukkan bahwa responden menilai layanan BMT sudah sesuai prinsip syari'ah, transparan, dan profesional. Kelompok sosial memperoleh nilai rata-rata lebih rendah (3,87), menandakan bahwa faktor lingkungan sekitar cukup berpengaruh, meskipun tidak dominan. Variabel kemudahan administrasi juga dinilai tinggi (3,92), mengindikasikan prosedur pendaftaran dianggap relatif mudah. Sementara itu, keputusan menjadi anggota memiliki rata-rata 4,15 yang berarti responden cenderung memiliki keyakinan positif dalam bergabung dengan BMT Surya Sekawan.

Sebelum dilakukan regresi, data juga diuji untuk memastikan tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik.

Tabel 2. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji	Hasil	Ket.
Normalitas	Sig. 0,200 > 0,05	Berdistribusi normal
Multikolinearitas	VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Sig. > 0,05 (Glejser)	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Auto-korelasi	DW = 1,89 (1,5–2,5)	Tidak terjadi auto-korelasi

Sumber: Data Primer, 2025

Hasil pada tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh asumsi klasik terpenuhi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Linear Regression

Var.	Koof (B)	Thit.	Sig.	Ket.
X1	0,511	5,732	0,001	Sig.
X2	0,163	2,478	0,015	Sig.
X3	0,159	2,093	0,039	Sig.
Konstanta	1,104			

Sumber: Data Primer, 2025

Dari hasil tersebut diperoleh persamaan regresi

$$Y = 1,104 + 0,511X_1 + 0,163X_2 + 0,159X_3$$

Keterangan:

- Y = Keputusan menjadi anggota
- X_1 = Kualitas layanan syari'ah
- X_2 = Kelompok sosial
- X_3 = Kemudahan administrasi

Kualitas layanan syari'ah (X_1) berpengaruh positif dan signifikan ($p < 0,001$). Artinya, semakin tinggi kualitas layanan syari'ah yang dirasakan anggota, semakin tinggi pula keputusan mereka untuk bergabung. Kelompok sosial (X_2) berpengaruh positif dan signifikan ($p = 0,015$). Faktor lingkungan sekitar, seperti dorongan keluarga atau teman, terbukti ikut memengaruhi keputusan menjadi anggota. Kemudahan administrasi (X_3) juga berpengaruh positif dan signifikan ($p = 0,039$). Semakin sederhana prosedur administrasi, semakin besar kemungkinan masyarakat memutuskan bergabung dengan BMT.

Tabel 4. Hasil Uji F dan R

R	R ²	F hitung	Sig. F
0,712	0,507	33,546	0,000

Sumber: Data Primer, 2025

Nilai F hitung sebesar 33,546 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan. Model mampu menjelaskan 50,7% variasi keputusan menjadi anggota, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan syari'ah merupakan faktor paling dominan yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota. Hal ini selaras dengan konteks BMT sebagai

lembaga keuangan berbasis syari'ah, di mana prinsip transparansi, kepatuhan terhadap hukum Islam, dan profesionalitas sangat menentukan kepercayaan anggota.

Meski demikian, pengaruh kelompok sosial juga tidak bisa diabaikan. Dukungan keluarga, teman, dan tokoh masyarakat terbukti mampu mendorong seseorang untuk memilih bergabung dengan BMT. Faktor ini menjadi penting dalam konteks masyarakat Kudus yang memiliki ikatan sosial religius cukup kuat.

Prosedur administrasi yang mudah turut berkontribusi dalam menarik minat anggota baru. Hal ini menunjukkan bahwa BMT perlu memperhatikan efisiensi layanan, tidak hanya aspek kepatuhan syari'ah, agar dapat meningkatkan keanggotaan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara kualitas layanan syari'ah, pengaruh sosial, dan kemudahan administrasi menjadi faktor strategis yang harus dikelola secara sinergis oleh BMT Surya Sekawan untuk meningkatkan jumlah anggota.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan syari'ah, kelompok sosial, dan kemudahan administrasi terhadap keputusan menjadi anggota BMT Surya Sekawan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong keputusan individu untuk bergabung sebagai anggota. Temuan ini memberikan makna substansial terhadap bagaimana dimensi keagamaan (syari'ah), dimensi sosial, serta dimensi administratif saling melengkapi dalam membentuk preferensi calon anggota terhadap lembaga keuangan mikro syari'ah, khususnya BMT.

A. Kualitas Layanan Syari'ah terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan syari'ah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Artinya, semakin tinggi tingkat pemenuhan prinsip syari'ah dalam layanan, semakin besar pula kecenderungan masyarakat untuk memilih bergabung dengan BMT. Hasil ini konsisten dengan temuan Sulistyandari &

Kusumah (2023) yang menyatakan bahwa aspek kepatuhan syari'ah menjadi determinan utama dalam membangun kepercayaan nasabah pada lembaga keuangan syari'ah (Sulistyandari & Kusumah, 2023). Demikian pula penelitian Zaerofi, dkk (2022) menegaskan bahwa kesesuaian praktik layanan dengan prinsip Islam meningkatkan loyalitas dan keputusan partisipasi anggota (Zaerofi et al., 2022).

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan nuansa baru. Jika penelitian sebelumnya lebih menekankan aspek kepatuhan syari'ah secara formal, maka di BMT Surya Sekawan kualitas layanan syari'ah tidak hanya dipersepsikan sebagai kepatuhan hukum, tetapi juga tercermin dalam sikap pelayanan, keramahan, serta nilai-nilai etika Islami yang dirasakan langsung oleh calon anggota. Dengan kata lain, dimensi syari'ah di sini lebih holistik, meliputi aspek spiritual dan sosial. Temuan ini menambahkan literatur bahwa dalam konteks BMT, syari'ah tidak hanya bersifat normatif tetapi juga experiential, yang berimplikasi pada tingginya keputusan bergabung.

B. Kelompok Sosial terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Kelompok sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan individu untuk menjadi anggota BMT Surya Sekawan. Hasil ini memperlihatkan bahwa pengaruh lingkungan, baik dari keluarga, teman, maupun komunitas keagamaan, menjadi faktor penting dalam mendorong seseorang untuk mempercayai lembaga keuangan syari'ah. Temuan ini mendukung penelitian Hasan, dkk (2022) yang menyatakan bahwa keputusan keuangan masyarakat di pedesaan sering kali dipengaruhi oleh jaringan sosial dan norma kelompok (Hasan et al., 2022). Hal ini juga sejalan dengan teori social influence yang dikemukakan oleh Ajzen (*Theory of Planned Behavior*) yang menyebutkan bahwa norma subjektif dari kelompok referensi memiliki kekuatan memengaruhi keputusan individu.

Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh kelompok sosial di BMT Surya Sekawan tidak hanya hadir dalam bentuk

rekomendasi atau ajakan, tetapi juga melalui pengalaman bersama yang berbasis kegiatan komunitas Islami, seperti arisan jamaah, majelis taklim, dan kegiatan sosial keagamaan lain yang difasilitasi BMT. Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menekankan pada pengaruh individu atau tokoh tertentu dalam kelompok. Dengan demikian, kontribusi baru dari penelitian ini adalah menegaskan bahwa dalam konteks masyarakat religius, kekuatan kelompok sosial lebih banyak bekerja melalui interaksi kolektif berbasis nilai keislaman ketimbang hanya pengaruh tokoh semata.

C. Kemudahan Administrasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Kemudahan administrasi juga terbukti memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menjadi anggota. Proses administrasi yang cepat, sederhana, dan tidak berbelit-belit menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, khususnya di tingkat akar rumput yang sering kali enggan berhadapan dengan birokrasi rumit. Hasil ini sejalan dengan penelitian Huda, dkk (2025) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) memengaruhi keputusan adopsi layanan keuangan mikro (Huda et al., 2025).

Penelitian ini menambahkan dimensi baru bahwa kemudahan administrasi pada BMT Surya Sekawan tidak hanya dilihat dari aspek prosedural, tetapi juga dari sisi personalisasi layanan. Misalnya, staf BMT memberikan pendampingan langsung dalam proses pengisian formulir atau konsultasi tatap muka yang humanis. Hal ini memperlihatkan bahwa administrasi yang mudah tidak hanya teknis, tetapi juga emosional dan relasional. Temuan ini memperluas konsep service convenience dalam literatur manajemen jasa keuangan.

Temuan penelitian ini menegaskan adanya integrasi unik antara tiga faktor utama: dimensi syari'ah, dimensi sosial, dan dimensi administratif. Jika penelitian-penelitian terdahulu cenderung menekankan salah satu faktor domina, misalnya kepatuhan syari'ah atau pengaruh sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan menjadi anggota BMT lahir dari kombinasi yang sinergis antara ketiga faktor tersebut.

Penelitian ini juga mengungkapkan adanya diferensiasi konteks, yaitu di BMT Surya Sekawan, kualitas syari'ah dipersepsikan lebih luas (holistik), pengaruh kelompok sosial bekerja melalui komunitas religius, dan kemudahan administrasi diwujudkan secara personalisasi. Ketiga temuan baru ini memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur tentang perilaku konsumen dalam keuangan mikro syari'ah.

Penelitian ini memperkaya kajian *behavioral finance* dalam konteks keuangan mikro berbasis syari'ah, serta memberikan nuansa baru bagi teori adopsi layanan keuangan. Secara praktis, temuan ini memberikan arah strategis bagi BMT dan lembaga keuangan mikro syari'ah lainnya untuk menekankan pada layanan syari'ah yang holistik, memperkuat peran komunitas keagamaan, serta merancang administrasi yang mudah sekaligus personal.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan individu untuk menjadi anggota BMT Surya Sekawan merupakan hasil dari sinergi antara kualitas layanan syari'ah, pengaruh kelompok sosial, dan kemudahan administrasi. Secara khusus, kualitas layanan syari'ah yang tidak hanya menekankan kepatuhan normatif tetapi juga dimaknai sebagai pelayanan holistik yang ramah, etis, dan sesuai nilai Islam terbukti mendorong kepercayaan dan keyakinan anggota baru. Kelompok sosial juga berperan besar, di mana dukungan dan interaksi kolektif dalam komunitas religius terbukti memperkuat preferensi individu untuk bergabung. Kemudahan administrasi yang diwujudkan bukan hanya dalam prosedur sederhana, tetapi juga dalam bentuk personalisasi layanan yang humanis, telah menjadi faktor penting yang membuat masyarakat merasa nyaman dan yakin untuk menjadi anggota. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan individu untuk menjadi anggota BMT Surya Sekawan merupakan hasil dari sinergi antara kualitas layanan syari'ah, pengaruh kelompok sosial, dan kemudahan administrasi. Secara khusus,

kualitas layanan syari'ah yang tidak hanya menekankan kepatuhan normatif tetapi juga dimaknai sebagai pelayanan holistik yang ramah, etis, dan sesuai nilai Islam terbukti mendorong kepercayaan dan keyakinan anggota baru. Kelompok sosial juga berperan besar, di mana dukungan dan interaksi kolektif dalam komunitas religius terbukti memperkuat preferensi individu untuk bergabung. Kemudahan administrasi yang diwujudkan bukan hanya dalam prosedur sederhana, tetapi juga dalam bentuk personalisasi layanan yang humanis, telah menjadi faktor penting yang membuat masyarakat merasa nyaman dan yakin untuk menjadi anggota.

Temuan ini memberikan kontribusi baru dalam kajian perilaku konsumen pada lembaga keuangan mikro syari'ah, yaitu bahwa faktor keagamaan, sosial, dan administratif tidak bekerja secara parsial melainkan saling melengkapi. Dengan demikian, keputusan bergabung pada BMT tidak hanya didorong oleh motivasi spiritual atau rasional semata, melainkan juga oleh dukungan sosial dan pengalaman administratif yang memudahkan. Hal ini memperluas pemahaman teori adopsi layanan keuangan syari'ah dan memperkaya perspektif psikologi sosial-ekonomi dalam konteks perilaku keuangan masyarakat Muslim.

Temuan ini memberikan kontribusi baru dalam kajian perilaku konsumen pada lembaga keuangan mikro syari'ah, yaitu bahwa faktor keagamaan, sosial, dan administratif tidak bekerja secara parsial melainkan saling melengkapi. Dengan demikian, keputusan bergabung pada BMT tidak hanya didorong oleh motivasi spiritual atau rasional semata, melainkan juga oleh dukungan sosial dan pengalaman administratif yang memudahkan. Hal ini memperluas pemahaman teori adopsi layanan keuangan syari'ah dan memperkaya perspektif psikologi sosial-ekonomi dalam konteks perilaku keuangan masyarakat Muslim. preferensi individu untuk bergabung. Kemudahan administrasi yang diwujudkan bukan hanya dalam prosedur sederhana, tetapi juga dalam bentuk personalisasi layanan yang humanis, telah menjadi faktor penting yang membuat masyarakat merasa nyaman dan yakin untuk menjadi anggota.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Kudus yang telah memberikan fasilitas, dukungan, serta kesempatan untuk melaksanakan penelitian ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Subhan, Firdaus, A. F., & Mukhamad Najib. (2023). The Influence of Islamic Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Intention in Reusing The Services in The Implementation of Umrah and Special Hajj Pilgrimage. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(3), 275–289. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20233p275-289>
- Achmad Soediro, Media Kusmawardan, Muhammad Farhan, E. L. (2016). Understanding the Islamic Business Ethics in Islamic Microfinance Institutions. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(3), 1–23.
- Amiruddin, A., & Mujibno, M. (2025). Brand Image and Customer Acquisition Strategy: A Case Study of an Islamic Microfinance Institution in Indonesia. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 63. <https://doi.org/10.28944/masyrif.v6i1.2147>
- Aulia, F., & Kartika, N. D. (2023). Analysis Of Interest In Sharia Banking Students In The Use Of Bank Sharia Indonesia (BSI) Mobile Banking Services. *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.28944/assyarikah.v4i1.1123>
- Buono, K. B., & Suryanto, T. (2022). Determinants of Customer Decisions To Save At Islamic Banks. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 199–210. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.12959>
- Cheriyah, Y., Sulistyowati, W., Cornelia, A., & Viverita, V. (2013). Factors Affecting Customers' Satisfaction and Perception: Case Study of Islamic Banks' Service Quality. *ASEAN Marketing Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v2i1.1989>
- Fitrihindika Fairul, F., & Puspita Sari, L. (2024). The Influence of Sharia Compliance, Service Quality, and Promotion on E-Loyalty of Bank Jago Syariah Customers. *KnE Social Sciences*, 2024(2024), 241–256. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i20.16516>
- Hasan, I., Surachman, S., Rofiq, A., & Hussein, A. S. (2022). Study on the influence of Islamic Customer Engagement and Religiosity on Customer Loyalty (Study on Sharia Bank Customers in Malang). *Global Conference on Business and Social Sciences Proceeding*, 13(1), 1–1. [https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2022.1\(104\)](https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2022.1(104))
- Huda, N., Pratiwi, A., & Hakim, I. (2025). Nurturing Trust Through Faith-Based Service: Implementation of Islamic Service Strategies and Customer Interest. *Asian Journal of Law and Islamic Finance*, 1(1), 23–41.
- Ilfita, K., & Canggi, C. (2021). The influence of Sharia Financial literacy, Religiosity, And perception of Saving Students' Interest in Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3(2), 113–134.
- JABBAR, M. Q., & HANA, K. F. (2025). the Effect of Trust and Service Quality on Bsi Mobile Banking User Satisfaction With Customer Loyalty As an Intervening Variable (Case Study of Iain Kudus Students). *Islamic Economic and Business Journal*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.30863/iebjournal.v7i1.9258>

- Lafiana, D., Purnomo, A., Hadi, M. Q. Al, Hadi, A., & Hani, U. (2025). The Effect of Ease of Use , Service Features , Benefits , Trust , Security , and Risk on Interest in Using Linkaja Syari ' ah E-Wallet. *Journal Of Islamic Economic Business*, 06(01), 98–126.
- Nisa, I., & Khusnudin, I. (2025). The Effect of Islamic Service Quality and Trust on Member Loyalty at BMT UGT Nusantara Capem Muncar Banyuwangi Regency. *JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL*, 623, 907–918.
- Nursya Bani, A., Nurrohmah, N., & Solihin, B. (2024). PENGARUH KEPATUHAN SYARI'AH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PADA KOPERASI SYARI'AH MASJID BESAR BAITUL AMANAH KECAMATAN GANEAS. *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 88–94.
- Priyadi, R., Ismal, R., & Rahman, A. (2024). Does Intention Matter For BMT's Members to Invest In Mudharabah Muqayyadah Deposit? The Case of BMT under Indonesia Sharia Cooperative Association (AKSYINDO). *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 7(01), 29–56.
- Rafiqi, I., & Jazuli, M. N. (2024). Problem Minimnya Minat Pengambilan Pembiayaan Di Perbankan Syariah: Studi Kasus Umkm Furniture Di Kabupaten Sumenep. *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 5(1), 100. <https://doi.org/10.28944/assyarikah.v5i1.1742>
- Rafiqi, I., Nadhirah, A., Abidin, Z., & Faizah, M. (2025). Predicting Financial Distress in Islamic Banking : Evidence from Bank Muamalat Indonesia Using the Springate Model and Financial Ratios. *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 06(01), 145–166.
- Sulistiyandari, A. R., & Jayaprawira, Z. (2020). The Effect Of Sharia Services Quality And Religiosity On Trust Of Customers And Their Implications On The Intention Of Savings In Sharia Banking In Riau Province. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)* ISSN, 9(3), 47–53. www.ijbmi.org
- Sulistiyandari Sulistiyandari, & Kusumah, A. (2023). Customer Loyalty in Islamic Bank with Satisfaction as Moderator and Mediator . Is it Matter. *Muqtasid*.
- Syaida, N. A., Alidsa, N., & Hermawan, R. (2024). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Bank Konvensional dan Bank Syariah (Pada Mahasiswa FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2024). *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 5(1), 112. <https://doi.org/10.28944/assyarikah.v5i1.1747>
- Zaerofi, A., Sukmara, D., & Haryono, Y. (2022). The Impact of Sharia Compliance and Service Quality on Customer Loyalty with Religiosity as a Mediating Variable. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 8(2), 272–293. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v8i2.6043>