



**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN NASABAH MELALUI PENERAPAN PRINSIP AL-AMANAH PADA PROGRAM *HOME VISIT* BMT BAROKAH ABDUSSALAM**

**IMPROVING HE QUALITY OF CUSTOMER SERVICE THROUGH THE APPLICATION OF THE PRINCIPLE OF AL-AMANAH IN THE HOME VISIT PROGRAM BMT BAROKAH ABDUSSALAM**

**Mat Tolib<sup>1a</sup>, Tuti Kurnia<sup>1</sup>, M. Basri<sup>1</sup>**

<sup>1a</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru, Universitas Djuanda

<sup>1a</sup>Korespondensi: Mat Tolib ([muhammادتolib172@gmail.com](mailto:muhammادتolib172@gmail.com))

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru, Universitas Djuanda

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam penerapan prinsip al-amanah dalam program *Home Visit* serta peranannya dalam meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah di BMT Barokah Abdussalam. Prinsip al-amanah, yang mencakup nilai kejujuran, tanggung jawab, dan menjaga kepercayaan, merupakan aspek fundamental dalam praktik ekonomi syariah. Program *Home Visit* sebagai bentuk layanan langsung ke rumah nasabah dinilai memiliki potensi strategis dalam membangun kedekatan emosional dan kepercayaan, terutama dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam terhadap petugas pelaksana program dan beberapa nasabah yang menerima layanan *Home Visit*. Selain itu, observasi langsung dan dokumentasi turut digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip al-amanah dalam program *Home Visit* tercermin dalam sikap profesionalisme, ketepatan waktu, kepedulian terhadap kondisi nasabah, serta komitmen dalam menjaga kerahasiaan dan integritas transaksi. Penerapan prinsip ini secara konsisten telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan, loyalitas, dan rasa aman nasabah terhadap layanan BMT. Temuan ini mengindikasikan bahwa internalisasi nilai-nilai syariah dalam pelayanan bukan hanya memperkuat aspek spiritual lembaga, tetapi juga berdampak nyata pada

---

peningkatan kualitas hubungan antara BMT dan nasabahnya.

---

**Kata Kunci:** *Home Visit*, Kualitas Layanan, Keuangan Mikro Syariah, Prinsip Al-Amanah,

---

### **Abstract**

*This study aims to explore in depth the implementation of the al-amanah principle within the Home Visit program and its role in enhancing the quality of customer service at BMT Barokah Abdussalam. The al-amanah principle, which encompasses values such as honesty, responsibility, and trustworthiness, serves as a fundamental pillar in Islamic economic practices. The Home Visit program, as a direct service initiative to customers residences, holds strategic potential for fostering emotional connection and trust—particularly within the context of Islamic microfinance institutions. This research adopts a qualitative descriptive approach, employing in depth interviews with program officers and selected customers. Additional data were gathered through direct observation and document analysis to ensure data triangulation. The findings reveal that the application of al-amanah is reflected in professionalism, punctuality, attentiveness to customers' conditions, and strong commitment to confidentiality and transaction integrity. Consistent application of these values has led to noticeable improvements in customer satisfaction, loyalty, and a greater sense of security in dealing with BMT services. These results suggest that the internalization of Islamic ethical values not only strengthens the spiritual foundation of the institution but also has a tangible impact on the quality of its relationship with customers.*

---

**Keywords:** *Al-Amanah Principle, Service Quality, Home Visit, Islamic Micro Finance.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi dalam perspektif Islam merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya pada lapisan menengah ke bawah. Islam memandang bahwa kesejahteraan ekonomi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan individu, melainkan juga sebagai sarana untuk menciptakan keadilan sosial dan pemerataan kesejahteraan dalam masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi berbasis prinsip-prinsip syariah menjadi instrumen strategis dalam mendukung perbaikan taraf hidup masyarakat luas, sekaligus mempercepat laju pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, dapat kita ketahui bahwa saat ini banyak sekali bermunculan berbagai jenis lembaga perbankan syariah yang beroperasi di Indonesia. Lembaga-lembaga ini berperan sebagai motor penggerak dalam

menyediakan layanan keuangan relevan terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, "gharar, dan maysir, serta menekankan pada prinsip keadilan, transparansi, dan kemitraan. Eksistensi perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Pada undang-undang tersebut, menyatakan yang dimaksud dengan Perbankan Syariah adalah segala hal yang berkaitan dengan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, yang mencakup aspek kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam pelaksanaan kegiatan usahanya. Menurut (Prasetyo.n.d.2008). perbankan syariah bukan hanya sekadar lembaga keuangan, tetapi juga sebagai implementasi nyata dari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang berorientasi pada keadilan sosial, pemberdayaan ekonomi umat, dan peningkatan kesejahteraan bersama. Dengan adanya perbankan syariah, diharapkan dapat memperluas akses masyarakat terhadap layanan

keuangan yang inklusif dan berkelanjutan, serta membangun sistem ekonomi nasional yang lebih adil dan stabil

Lembaga perbankan syariah, misalnya Baitul Maal wa Tamwil (BMT), memiliki peranan penting dalam mendukung serta mempercepat perkembangan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan yang sering kali kurang terjangkau oleh layanan perbankan konvensional. Keberadaan BMT menjadi solusi strategis dalam memberdayakan masyarakat kecil melalui penyediaan layanan keuangan berbasis prinsip-prinsip syariah. Mengenai hal ini, kualitas layanan yang disediakan oleh BMT menjadi faktor krusial yang dapat mendorong tingkat kepuasan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Kepuasan dan loyalitas tersebut berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan lembaga itu sendiri.

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah suatu konsep keuangan mikro syariah yang memiliki keunikan tersendiri dan berkembang secara khas di Indonesia. Gagasan yang diusung BMT mempunyai ciri khusus, yakni menggabungkan dua jenis aktivitas dalam satu institusi, yaitu aktivitas sosial (baitul maal) yang berfokus pada pengumpulan dan penyaluran dana sosial, serta aktivitas komersial (baitul tamwil) yang bergerak di bidang pembiayaan usaha berbasis profit. Integrasi ini menjadikan BMT sebagai lembaga yang bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengentasan kemiskinan.

BMT terwujud mengikuti dengan tumbuhnya industri perbankan syariah di Indonesia, yang mana keduanya merupakan bagian dari upaya besar untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam sistem keuangan nasional (Saepul Rohman et al., 2022). Kehadiran BMT tidak hanya memperluas akses layanan keuangan syariah hingga ke tingkat akar rumput, tetapi juga

membuktikan bahwa prinsip ekonomi Islam mampu diterapkan secara praktis dan efektif dalam membangun kemandirian ekonomi umat, terutama di wilayah pedesaan.

BMT Barokah Abdussalam yang beralamat di Jl. Parit Surabaya Desa Pasak Kec. Sui Ambawang Kab. Kubu Raya Kalimantan Barat adalah koperasi jasa keuangan syariah yang ada dibawah naungan lembaga Pondok Pesantren Salafy Abdussalam yang berdiri pada tahun 2012, yang didirikan langsung oleh Pondok Pesantren Abdussalam dengan anggota masyarakat sekitar pesantren dan para santri. Dalam usaha pemberdayaan ekonomi rakyat BMT Barokah Abdussalam hadir sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang menyediakan berbagai produk seperti produk tabungan dan deposito serta produk pembiayaan yang dikelola sesuai prinsip syariah, BMT ini juga sudah memiliki nomor izin pendirian dengan nomor 328/PAD/XVII.14/2014 (Alhifni, n.d.2014).

Menurut pandang Islam yang terdapat di Al-Qur'an dan Hadis, Al-Amanah dapat ditemukan dari berbagai macam aspek. Ada enam kata didalam al-qur'an yang menyebutkan kata Amanah diantaranya, Al-Qur'an surat Al Ahzab: 72, Amanah sebagai tugas atau kewajiban; surat Al Baqorah: 283, Amanah sebagai hutang atau janji yang harus ditunaikan; surat An Nisa ayat 58, amanah berupa kewajiban yang wajib disampaikan kepada yang berhak; surat Al Anfal ayat 27, Mengenai memelihara amanah; surat Al Mukminun: 8, kewajiban menjaga amanah; dan surat Al Mangarij: 32 kewajiban menjaga amanah.

Di dalam Hadist, amanah bisa didapatkan dalam sejumlah hadis mengenai amanah, contohnya "*Setiap dari kalian adalah pemimpin dan setiap dari kalian akan dimintai pertanggungjawaban dari yang dipimpinya*" (H.R. Muslim).

Pada praktiknya penerapan prinsip al-amanah ini diharapkan dapat membangun kepercayaan dan hubungan

yang lebih erat antara lembaga keuangan dan nasabah. Banyak nasabah yang bergantung pada BMT Barokah Abdussalam untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka. Namun Tantangan geografis dan keterbatasan akses terkadang menghambat interaksi langsung antara pihak BMT dan nasabah. Sebagai salah satu upaya untuk mengatasi kendala ini BMT Abdussalam menerapkan program kunjungan rumah (*Home Visit*) yaitu pelayanan yang dilakukan dengan mengunjungi langsung pelanggan di tempat tinggal mereka.

Program kunjungan rumah (*Home Visit*) nasabah BMT Barokah Abdussalam bertujuan untuk memberikan wadah sarana komunikasi dan meningkatkan kenyamanan nasabah dalam berinteraksi dengan pihak BMT Barokah Abdussalam. Melalui kunjungan rumah prinsip Al-Amanah dapat diterapkan secara langsung, karena staf BMT Barokah Abdussalam dapat menampilkan komitmen dan dedikasinya dalam melayani nasabah secara personal, Dari data yang peneliti dapatkan dari salah satu petugas BMT Barokah Abdussalam, diketahui bahwa ada tiga kategori nasabah di BMT Barokah Abdussalam diantaranya nasabah santri, nasabah masyarakat daerah, dan nasabah masyarakat luar daerah. Jika dihitung dengan persentase 100% maka dari nasabah santri 24%, nasabah masyarakat daerah 43%, dan nasabah masyarakat luar daerah 33%. Dengan demikian nasabah yang banyak adalah nasabah masyarakat daerah sekitar, nasabah masyarakat luar daerah, lalu nasabah santri.

Berdasarkan persentase diatas, sebelum ada nya program *Home Visit* di BMT Barokah Abdussalam, program yang baru diadakan di BMT Barokah Abdussalam sehingga pasti adanya pengaruh atau kelebihan dan kekurangan yang dimiliki di dalam program diatas. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Peningkatan Kualitas Layanan Nasabah Melalui Penerapan Prinsip

*Al-Amanah Pada Program Home Visit BMT Barokah Abdussalam"*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali secara mendalam penerapan prinsip al-Amanah dalam program Home Visit oleh BMT Barokah Abdussalam dan pengaruhnya terhadap kualitas layanan nasabah. Penelitian dilaksanakan di Desa Pasak, Kecamatan Sungai Ambawang, Kalimantan Barat pada Oktober 2024. Fokus penelitian adalah pada praktik layanan keuangan yang dilakukan dengan mengunjungi langsung rumah nasabah sebagai bentuk kepercayaan dan tanggung jawab syariah.

Sumber data terdiri dari data primer melalui wawancara mendalam, observasi, dan data sekunder berupa dokumen internal BMT serta literatur ilmiah. Informan dipilih secara *purposive*, yaitu petugas Home Visit, manajemen BMT, dan nasabah yang pernah menerima layanan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, serta dokumentasi kegiatan, untuk memperoleh informasi yang holistik dan kontekstual.

Analisis data dilakukan menggunakan model tematik enam langkah yang mencakup identifikasi kutipan penting, pengkodean, pengelompokan tema, interpretasi, pembuatan model konseptual, dan validasi. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, member checking, deskripsi mendalam (*thick description*), audit trail, dan diskusi rekan sejawat. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan layanan keuangan mikro syariah berbasis nilai spiritual dan sosial.

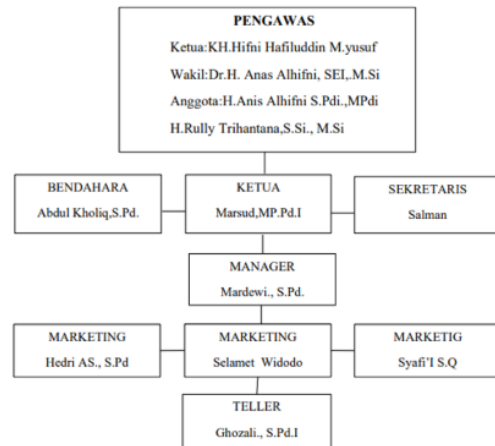
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum BMT Barokah Abdussalam

BMT Barokah Abdussalam merupakan sebuah lembaga keuangan syariah yang resmi berdiri pada tanggal 17 Juli 2013. Lembaga ini berlokasi di Desa Pasak, Kecamatan Sungai Ambawang, Kabupaten Kubu Raya. Dalam proses pendiriannya, tim perintis BMT Barokah Abdussalam tidak bergerak sendiri. Mereka terlebih dahulu melakukan konsultasi dan koordinasi dengan pejabat terkait di Kantor Departemen Koperasi, Dinas Koperasi, serta para pengusaha kecil dan menengah. Hal ini dilakukan guna memastikan bahwa pendirian lembaga koperasi tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku, serta mendapatkan arahan yang tepat demi menunjang keberlangsungan dan pengembangan BMT Barokah Abdussalam ke depannya.

Setelah berdiskusi dan informasi yang didapat dari beberapa pihak maka berdirilah BMT Barokah Abdussalam. Adapun yang menjadi latar belakang berdirinya BMT Barokah Abdussalam adalah berawal dari kepedulian Dr. H. Anas Alhifni, S.E.i, M.Si yang merupakan salah satu putra dari pengasuh Pondok Pesantren Abdussalam, terhadap perilaku masyarakat yang masih cenderung melakukan praktek-praktek yang mengarah pada riba sedangkan kebanyakan masyarakat yang berada disekitarnya adalah muslim. Dari permasalahan tersebut maka temukanlah solusi dengan mendirikan usaha yang mengarah pada lembaga keuangan yang berbasis syariah yang ikut berkontribusi terhadap masyarakat dalam meningkatkan dan membantu masyarakat yang masih dalam golongan mikro (Kecil). Memiliki visi "Menjadi BMT yang Amanah, Berkualitas dan Bertanggung Jawab" dan misi "Membangun BMT yang Amanah, Berkualitas, Bertanggung Jawab dengan prinsip prudential dalam rangka

meningkatkan kesejahteraan masyarakat di BMT yang selamat, damai dan barokah". Berikut ini adalah struktur BMT Barokah Abdussalam.



Gambar 1 Strukur organisasi

### Program Home Visit BMT Barokah Abdussalam

Program *Home Visit* (Kunjungan Rumah) merupakan salah satu layanan inovatif yang diberikan oleh beberapa bank di Indonesia, khususnya untuk nasabah yang memiliki produk tabungan. Pada layanan ini, nasabah diberikan kemudahan untuk melakukan penyetoran tabungan tanpa harus datang langsung ke bank. Pihak bank akan mengunjungi rumah, toko, atau pasar tempat nasabah berada, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi langsung di lokasi yang lebih nyaman dan efisien.

Kunjungan rumah adalah alat penting dalam praktik pekerjaan sosial, yang memungkinkan para profesional untuk mengamati kondisi nyata, mengumpulkan informasi, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan klien. Namun, kunjungan rumah juga memiliki tantangan, termasuk masalah keamanan dan kerahasiaan (Soares et al., 2023).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Home Visit* atau kunjungan rumah adalah metode pendekatan personal yang dilakukan dengan cara mengunjungi langsung lokasi

tempat tinggal atau tempat usaha individu atau kelompok tertentu, dengan tujuan untuk melakukan observasi, pengumpulan data, monitoring, bimbingan, serta pendampingan secara langsung. Dalam konteks BMT Barokah Abdussalam, *Home Visit* dilakukan sebagai bagian dari proses analisis pembiayaan, evaluasi usaha, dan pembinaan nasabah secara berkelanjutan.

Layanan ini dirancang untuk mengurangi hambatan yang mungkin dihadapi oleh nasabah, seperti keterbatasan waktu atau jarak dari kantor bank. Dengan adanya program *Home Visit*, nasabah dapat lebih mudah mengakses layanan perbankan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Selain itu, layanan ini juga menunjukkan komitmen bank dalam memberikan pelayanan yang lebih personal dan responsif, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah, terutama bagi mereka yang memiliki kesibukan atau tinggal di daerah yang jauh dari kantor bank.

Program *Home Visit* merupakan salah satu strategi pelayanan langsung yang diinisiasi oleh BMT Barokah Abdussalam sebagai bentuk pendekatan personal terhadap nasabah. Strategi ini dirancang untuk meningkatkan kualitas layanan melalui penguatan hubungan emosional, percepatan akses terhadap produk dan layanan keuangan, serta pendalaman pemahaman atas kondisi sosial-ekonomi dan kebutuhan riil nasabah di lapangan. Amin, dkk (2023).

Melalui pendekatan ini, BMT tidak hanya bertindak sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai mitra pemberdaya yang hadir secara aktif dalam kehidupan ekonomi anggotanya. Pelaksanaan program *Home Visit* meliputi beberapa aktivitas utama, seperti pengambilan setoran langsung di tempat tinggal atau lokasi usaha nasabah, survei kelayakan pembiayaan untuk memastikan validitas data dan prospek usaha, edukasi literasi keuangan syariah untuk meningkatkan pemahaman terhadap prinsip-prinsip

ekonomi Islam serta monitoring berkala terhadap keberlanjutan usaha nasabah. Ismail, R. (2014).

Nilai dan praktik syariah secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan di lembaga keuangan syariah. Kepuasan nasabah, nilai yang dirasakan, dan religiusitas Islam secara positif mempengaruhi loyalitas pada bank syariah (Rofiqo et al., 2023). Kegiatan ini dijalankan dengan mengedepankan prinsip al-amanah, yakni kepercayaan dan tanggung jawab sebagai fondasi utama hubungan antara BMT dan nasabah. Prinsip ini sejalan dengan nilai-nilai syariah yang menempatkan integritas, transparansi, dan profesionalisme sebagai pilar dalam pengelolaan keuangan (Sutedi, 2012).

Lembaga-lembaga Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) berusaha untuk membangun loyalitas nasabah melalui penerapan nilai-nilai Islam dan layanan yang personal. Penelitian menunjukkan bahwa BMT menggunakan strategi seperti menumbuhkan rasa persaudaraan Islam (*ukhuwah Islamiyah*), memberikan layanan pelanggan yang sangat baik, berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan, dan menawarkan bantuan amal kepada anak yatim piatu (Zawawi, 2021). Melalui pelaksanaan *Home Visit*, BMT berupaya mewujudkan pelayanan yang lebih inklusif dan humanis, serta memperkuat loyalitas nasabah melalui sentuhan pelayanan yang adaptif dan berbasis nilai-nilai Islam. Khairan, K. K. K. (2024).

Pentingnya nilai-nilai dan praktik-praktik Islam dalam membina loyalitas nasabah dalam lembaga keuangan syariah. Untuk mempertahankan dan membangun loyalitas nasabah, bank syariah harus fokus pada penawaran produk dan layanan yang sesuai dengan syariah yang membedakannya dari bank konvensional (Rofiqo et al., 2023). Sehingga penerapan sifat Al-amanah memberikan dampak yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam melakukan kegiatan pembiayaan di BMT.

Sebelum menjalankan program kunjungan rumah (*Home Visit*) tabungan, pihak bank tentu sudah lebih dulu melakukan sosialisasi tentang tabungan dan pentingnya menabung kepada Mayoritas Masyarakat. Dalam pelaksanaannya, sistem jemput tabungan merupakan sistem yang dilakukan dengan cara tim marketing BMT Barokah Abdussalam berkunjung ke rumah setiap nasabah. Setiap Petugas *marketing* BMT Abdussalam mempunyai wilayah yang akan di kunjungi rumah nasabahnya. Misal Hedri As,S.Pd (*Marketing 01*) wilayahnya di Sui. Asam dan sekitarnya, Selamat Widodo (*Marketing 02*) wilayahnya di Kuala Mandor dan sekitarnya, Syafi'i S.Q (*Marketing 03*) wilayahnya di Ambawang dan sekitarnya. Hal ini dilakukan untuk memudahkan jangkauan petugas dalam bertransaksi terhadap nasabah.

#### **Penerapan Prinsip Al-Amanah dalam Program Home Visit**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan petugas dan nasabah BMT Barokah Abdussalam, ditemukan bahwa prinsip al-amanah yang dalam konteks ekonomi syariah bermakna kepercayaan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam menjalankan amanah telah diterapkan secara konsisten dalam pelaksanaan program *Home Visit*. Prinsip ini tidak hanya menjadi nilai moral personal, tetapi juga menjadi landasan etika profesional dalam pelayanan keuangan syariah Kusmilawaty, dkk (2024) Penerapan prinsip al-amanah tercermin dalam beberapa sikap dan tindakan petugas BMT selama pelaksanaan *Home Visit*, sebagai berikut:

1. Kejujuran (Ṣidiq), berikut ini adalah definisi sidiq menurut beberapa ahli :
  - a. Menurut Al-Ghazali (Ihya' Ulumuddin), "*Siddiq adalah konsistensi antara ucapan dan kenyataan, antara hati dan lisan, serta antara niat dan tindakan.*"
  - b. Menurut Karim (2004), "*Kejujuran adalah nilai dasar dalam etika bisnis Islam yang harus dipegang teguh oleh*

*semua pelaku ekonomi, termasuk lembaga keuangan syariah, agar terhindar dari perilaku manipulatif dan ketidakadilan.*"

- c. Menurut Nurhayati dan Wasilah (2015) "*Petugas BMT harus memiliki sifat siddiq, yaitu jujur dalam menyampaikan informasi, melakukan analisis pembiayaan secara objektif, dan menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab.*"
- d. Siddiq (kejujuran) dianggap sebagai prinsip-prinsip moral fundamental yang berasal dari karakteristik Nabi Muhammad (Romli & Daud, 2023). Sehingga siddiq merupakan salah satu sifat utama "*Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi seluruh umat Islam, termasuk dalam praktik muamalah (hubungan sosial dan ekonomi).*"
- e. Menerapkan nilai siddiq yang membutuhkan keselarasan antara perkataan dari tindakan, menghindari penipuan dan potensi kerugian bagi diri sendiri dan orang lain, sangat penting untuk menjaga kepercayaan publik dan memastikan praktik-praktik etis dalam menangani dana masyarakat. (Qurratul Aini, 2024).

Dalam praktek pengaplikasian sifat sidiq petugas menyampaikan informasi mengenai produk pembiayaan dan simpanan secara terbuka dan transparan. Tidak terdapat upaya untuk menyembunyikan risiko, biaya administrasi, maupun ketentuan layanan yang berlaku. Hal ini menunjukkan komitmen terhadap transparansi informasi sebagaimana dianjurkan dalam transaksi muamalah yang adil.

2. Tanggung Jawab (Mas'uliyah), konsep amanah lebih dari sekadar kejujuran, tetapi juga mencakup tanggung jawab dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan (Widyanti et al., 2021). Sehingga para petugas BMT yang menerapkan konsep amanah harus

memperhatikan tanggung jawab kerja, serta memperhatikan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan. Tanggung jawab”merupakan sikap atau tindakan untuk menanggung segala akibat dan resiko dari perbuatan yang dilakukan (Gde Yogi Yustyawan et al., 2018). Dalam konteks organisasi, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh niat dan kontrol perilaku persepsian, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku persepsian (Nurofik, 2013). Pelaksanaan kunjungan yang dilakukan oleh petugas BMT secara tepat waktu dan sesuai jadwal yang telah disepakati bersama nasabah. Bahkan dalam kondisi kurang mendukung seperti hujan deras atau akses jalan sulit, petugas tetap berupaya hadir sebagai wujud komitmen dan menjaga amanah layanan. Tindakan ini mencerminkan semangat profesionalisme dan integritas, dua karakter utama dalam pelayanan keuangan syariah.

3. Komitmen Terhadap Kerahasiaan (Ḥifz Al-Sirr), dalam konteks Maqashid Syariah (tujuan- tujuan syariat Islam), menjaga rahasia tidak termasuk dalam lima tujuan pokok, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Namun, menjaga rahasia memiliki relevansi dalam menjaga kehormatan individu dan stabilitas sosial (Khairul Hamim, 2021). Hal ini sejalan dengan prinsip menjaga martabat (ḥifz al- 'ird) dalam Maqāṣid al-Sharī'ah, yang juga tercermin dalam budaya siri' Bugis yang menghargai harga diri dan kehormatan (Razida & Nasrulloh, 2024). Dalam praktek nya, di BMT informasi pribadi nasabah, termasuk data keuangan dan kondisi usaha, dijaga secara ketat dan tidak disebarluaskan kepada pihak lain tanpa izin. Ini sesuai dengan prinsip syariah yang menjunjung tinggi privasi dan perlindungan hak-hak individu dalam bermuamalah.

4. Kepedulian (Raḥmah Dan Ta'āwun), rahmah merupakan kasih sayang universal untuk semua makhluk, disosialisasikan melalui kehidupan dan ajaran Nabi Muhammad, dan dipraktekkan sebagai cara hidup oleh para sufi klasik dan kontemporer (Rosidin & Ja'far, 2019). Sedangkan Qur'an menyebutkan ta'āwun dan turunannya sebanyak 12 kali, menekankan mencari bantuan dari Allah dan membantu orang lain di jalan Allah (Saputra, 2022). Lembaga Baitul Maal wat Tamwil (BMT) di Indonesia menjalankan dua fungsi sekaligus: fungsi bisnis dan fungsi sosial. Fungsi bisnis mereka berfokus pada layanan keuangan, sementara fungsi sosial mencakup pengelolaan dana masyarakat dan pemberdayaan ekonomi anggota (Ainul Yaqin, 2021) Sehingga dalam penerapan kepedulian petugas BMT tidak hanya fokus pada aspek finansial semata, melainkan juga memperhatikan kondisi sosial dan kesejahteraan keluarga nasabah secara menyeluruh. Mereka aktif mendengarkan keluhan, memberikan saran, serta menunjukkan empati terhadap permasalahan yang dihadapi anggota. Sikap ini memperkuat fungsi sosial BMT sebagai lembaga yang berpihak pada pemberdayaan umat. Dengan demikian, penerapan prinsip al-amanah dalam program *Home Visit* bukan sekadar bentuk kepatuhan terhadap ajaran syariah, tetapi juga merupakan strategi etis untuk membangun kepercayaan, loyalitas, dan keberlanjutan hubungan antara lembaga dan nasabah. Saifullah, M., & Walisongo, W. W. (2011).

#### **Dampak Penerapan Prinsip Al-Amanah Kualitas Layanan**

Penerapan prinsip al-amanah dalam program *Home Visit* oleh BMT Barokah Abdussalam memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi dan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan. Berdasarkan hasil wawancara

mendalam, ditemukan bahwa nasabah merasa aman, dihargai, dan diperlakukan dengan baik oleh petugas. Prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian yang ditunjukkan dalam interaksi sehari-hari telah menciptakan relasi yang tidak hanya profesional, tetapi juga emosional dan spiritual.

Salah satu nasabah menyampaikan: *"Saya merasa tenang karena petugas selalu menyampaikan informasi apa adanya. Tidak ada yang ditutupi, bahkan soal biaya tambahan pun dijelaskan sejak awal."* (Wawancara dengan Nasabah A, 10 Mei 2025) Kutipan ini menunjukkan dimensi *reliability* (keandalan), sebagaimana dijelaskan dalam teori SERVQUAL oleh Parasuraman et al. (2010), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang akurat dan konsisten. Nasabah lain menambahkan: *"Waktu itu hujan deras, saya kira petugas batal datang. Tapi ternyata tetap datang sesuai jadwal. Saya merasa dihargai sebagai nasabah."* (Wawancara dengan Nasabah B, 12 Mei 2025)

Pernyataan ini menegaskan aspek *responsiveness* (ketanggapan), di mana petugas menunjukkan kesiapan dan komitmen untuk hadir dalam situasi sulit sekalipun. Ini menunjukkan tanggung jawab moral dan profesional yang kuat, sejalan dengan konsep *mas'uliyah* (tanggung jawab) dalam prinsip *al-amanah* (Antonio, 2011).

Lebih jauh, beberapa informan juga menyoroti aspek kenyamanan dan kepercayaan yang dibangun oleh petugas: *"Saya percaya sama petugas karena data saya dijaga dengan baik. Tidak pernah ada cerita bocor atau disembarkan."* (Wawancara dengan Nasabah C, 13 Mei 2025). Hal ini memperkuat dimensi *assurance* (jaminan), yaitu rasa aman terhadap integritas dan kompetensi staf layanan.

Selain itu, bentuk perhatian yang bersifat personal juga sangat dirasakan oleh nasabah: *"Petugas itu tidak hanya tanya soal cicilan, tapi juga nanya kondisi saya dan keluarga. Rasanya kayak punya saudara*

*sendiri yang peduli."* (Wawancara dengan Nasabah D, 14 Mei 2025). Pernyataan tersebut mencerminkan *empathy*, yaitu perhatian individu terhadap kebutuhan dan kondisi unik masing-masing nasabah.

### **Analisis Tematik**

Melalui analisis tematik terhadap data wawancara dan observasi, ditemukan tiga tema utama sebagai berikut:

#### **1. Interaksi yang Amanah**

Petugas dianggap bukan sekadar pelaksana teknis, melainkan perwakilan nilai-nilai Islam dalam pelayanan. Kejujuran, ketepatan janji, dan sikap menjaga rahasia menjadi indikator kuat bahwa prinsip *al-amanah* diwujudkan dalam interaksi sehari-hari (Antonio, 2011). Penerapan prinsip *Al-amanah* termasuk menghindari bunga, perjudian, dan spekulasi serta mengedepankan keadilan dan keseimbangan (Novita, 2023) Dari uraian diatas interaksi petugas yang menerapkan prinsip *al-amanah* tidak hanya berdampak pada keberhasilan hubungan jangka pendek, tetapi juga memperkuat fondasi keberlanjutan lembaga keuangan syariah. Dengan meneladani Rasulullah SAW yang dikenal sebagai *al-Amin* (orang yang terpercaya), petugas BMT dapat menjadi representasi nyata dari etika bisnis Islam yang amanah dan profesional.

#### **2. Pemberdayaan melalui Home Visit**

Dengan adanya penerapan prinsip syariah pada *Home Visit* Nasabah tidak hanya memperoleh akses layanan keuangan, tetapi juga merasa didampingi secara psikologis dan spiritual. Beberapa nasabah bahkan menyebut kunjungan petugas sebagai *"penyejuk hati"* karena diiringi nasihat dan doa. Temuan ini mendukung peran sosial sebagai BMT sebagai lembaga pemberdayaan, bukan hanya komersial (Ascarya dan Yumanita, 2018). Penerapan prinsip *Al-amanah* ini, selaras dengan

prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang menekankan pada target hasil, pertumbuhan, keberlanjutan, dan keberkahan, yang berkontribusi pada ekonomi Syariah yang kompetitif (Krisna Sudjana & Rizkon, 2020). Sehingga petugas BMT tidak hanya bertugas menyalurkan dana, tetapi juga menjaga, mendampingi, dan mempertanggung jawabkan dana tersebut sesuai syariah. Pemberdayaan prinsip ini menciptakan ekosistem keuangan mikro yang sehat, beretika, dan penuh keberkahan.

### 3. **Loyalitas Nasabah**

Loyalitas nasabah merupakan faktor penting bagi keberhasilan lembaga keuangan, termasuk lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Fertika Puspita Dewi et al., 2024). Nasabah yang loyal cenderung tetap menggunakan jasa lembaga keuangan meskipun ada pilihan lain, merekomendasikan kepada orang lain, dan memiliki komitmen jangka panjang (Yentisna et al., 2024). Hal ini relevan dengan hasil penelitian. Nasabah yang merasakan kejujuran dan kepedulian petugas cenderung loyal terhadap lembaga. Mereka bersedia merekomendasikan BMT kepada keluarga dan rekan. Seperti disampaikan oleh seorang informan: *"Saya sudah ajak dua saudara saya gabung karena saya yakin mereka akan diperlakukan dengan baik juga."* (Wawancara dengan Nasabah E, 15 Mei 2025). Hal ini menunjukkan bahwa prinsip al-amanah berkontribusi terhadap loyalitas, yang dalam teori pemasaran relasional merupakan kunci keberlanjutan lembaga keuangan mikro.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai al-amanah dalam pelaksanaan program Home Visit tidak hanya memperkuat aspek spiritual kelembagaan, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas hubungan antara BMT dan nasabah. Nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, kepedulian, dan kerahasiaan yang diterapkan oleh petugas dalam interaksi langsung dengan nasabah telah menciptakan iklim pelayanan yang tidak hanya profesional, tetapi juga bernuansa etis dan humanis. Kualitas layanan muncul sebagai faktor yang paling dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di BMT, yang pada gilirannya berkontribusi pada keunggulan kompetitif (Pritandhari, 2015). Layanan berbasis nilai (*value-based service*) yang menekankan bahwa pelayanan yang dilandasi oleh nilai-nilai spiritual dan etika agama mampu menciptakan keterikatan emosional serta loyalitas jangka panjang (Alserhan, 2010; Ahmad, 2015).

Dalam konteks perbankan syariah, prinsip amanah merupakan pondasi utama dalam membangun kepercayaan dan keberlanjutan relasi antara lembaga dan masyarakat (Dusuki and Abdullah, 2007). Oleh karena itu, pendekatan yang dilakukan oleh BMT Barokah Abdussalam tidak hanya mencerminkan pemenuhan fungsi ekonomi, tetapi juga penguatan dimensi sosial dan spiritual lembaga keuangan syariah. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini mengungkap bahwa layanan Home Visit yang mengedepankan nilai amanah telah melampaui sekadar hubungan transaksional. Layanan tersebut berkembang menjadi bentuk pelayanan rohani dan sosial yang mampu mempererat ikatan batin antara nasabah dan petugas, serta membangun kepercayaan yang mendalam terhadap institusi. Sebagaimana dikemukakan oleh Tasmara (2002).

Pelayanan yang berbasis pada nilai-nilai Islam tidak hanya berdampak pada efisiensi, tetapi juga menghasilkan

keberkahan (barakah) dalam hubungan antar-manusia dan antar-lembaga. Mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam manajemen organisasi dan pemberian layanan dapat memberikan dampak positif di luar efisiensi. Dalam organisasi publik, memasukkan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, integritas, dan akuntabilitas ke dalam strategi manajemen dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan, moral karyawan, dan kepuasan pemangku kepentingan (Lelyana, 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program Home Visit berbasis prinsip al-amanah yang diterapkan oleh BMT Barokah Abdussalam merupakan bukti nyata bahwa etika Islam tidak hanya dapat diimplementasikan dalam praktik pelayanan keuangan, tetapi juga "memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Temuan ini menguatkan posisi BMT sebagai lembaga keuangan syariah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

### KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan prinsip al-amanah dalam program *Home Visit* BMT Barokah Abdussalam tercermin dalam sikap petugas yang menjunjung tinggi kejujuran, tanggung jawab, dan profesionalisme. Nilai-nilai Islam menjadi fondasi etis dalam pelayanan, memperkuat citra BMT sebagai lembaga keuangan yang tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan spiritual yang kuat. Petugas menjaga kerahasiaan nasabah, menepati janji, dan memberikan edukasi keuangan syariah secara komunikatif, sehingga mempertegas integritas dan keunggulan lembaga. Penerapan nilai al-amanah berdampak positif terhadap kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Nasabah merasa dihargai secara pribadi dan

spiritual, yang meningkatkan rasa percaya dan kepuasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa layanan berbasis nilai tidak hanya membentuk relasi profesional, tetapi juga menciptakan ikatan emosional dan kepercayaan jangka panjang. Program *Home Visit* juga terbukti relevan dalam menjawab tantangan sosial-ekonomi, karena mampu menjangkau langsung masyarakat akar rumput dan memberikan layanan yang empatik dan solutif. Sebagai tindak lanjut, BMT Barokah Abdussalam diharapkan terus meningkatkan pelatihan petugas dan memperluas jangkauan program *Home Visit*. Bagi peneliti selanjutnya, pendekatan partisipatif atau komparatif disarankan untuk menggali dinamika sosial-spiritual pelayanan syariah secara lebih dalam. Lembaga keuangan syariah lainnya juga dianjurkan untuk menjadikan nilai amanah sebagai prinsip dasar dalam merancang layanan, agar tercipta sistem keuangan yang inklusif, bernilai etis, dan berorientasi pada kemaslahatan umat (masalah).

### DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, Y. (2021). "Fungsi Sosial Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt) Pasca Uu No 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro. Masya: Jurnal Al-Ghazali. Ihya' Ulumuddin. 56
- Alhifni, A. (N.D.). "Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah Factors Led To A Lack Of Public Interest To Saving In Islamic Microfinance Institutions."
- Amin, L., Fauzi, A., Jaya, F., Hasanah, N., & Seituni, S. (2023). Sistem Jemput Tabungan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Pada Nasabah Pasar Dan Sistem Bagi Hasil. *Journal Of Community Empowerment And Innovation*, 2(3),88-93."
- Azidni, R., Febrian, A. W., Abdul Rizqi. (2023). Factors that Influence to

- Customers Sharia Bank Loyalty: An Empirical Study of Students at Universitas Darussalam Gontor Ponorogo. *Ethad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3 (2), 122-  
doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1086>"
- Fathony, A. A., " & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Perkebunan Nusantara Viii. *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 11(1), 43-54. (N.D.). "
- Febrian, H., "Asyari, A., Anggraini, D., Hasanah, N. F., & Sholihin, A. (2023). Analisis Penggunaan Berkelanjutan Digital Banking Dengan Fitur Layanan Sebagai Variabel Moderasi Pada Nasabah Pt. Bank Syariah IndonesiaKc" <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.948>  
<https://doi.org/10.47668/Join.V2i3.879>
- Khairul, H. (2021). "Hifz Al-Lisan As Maqasid Al-Syari'ah Al-Daruriyyah
- Kusmilawaty, K., "Tarigan, A. A., & Nasution, Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 185-194.
- Made, I., Wisnawa, B., "Prayogi, P. A., Ketut Sutapa, I., & Jaya Badung, T. (2019). *International Journal Of Multidisciplinary Educational Research* [www.ijmer.in](http://www.ijmer.in) 372 Brand Loyalty Model For Developing Potential Tourist Attraction At Tangkup Village In Karangasem Bali.
- Manajemen Bisnis Syariah, 3,(2), 146-163 Mendapatkan Nasabah Yang Loyal. *AL Maqasid : Journal of Economics and Islamic Business*, 1(1), 2-33."
- Meyta, P. (2015) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo). *Promosi : Jurnal Pendidikan Ekonomi Um Metro*, 3 (1), 50-60. "
- Mirdawati, R., Nasrulloh. (2024). "Relevansi Budaya Siri' Dalam Ajaran Al- Qur'an: Menjaga Harga Diri Di Masyarakat Bugis : *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2, (12), 268-277"
- Rina, W., Puguh, S., Muhammad, S. (2021) Konsep Amanah Dalam Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Pada Masjid Ikhlas Muhammadiyah Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang : *Menara Ekonomi*, Vii, (3). 2407-8565"
- Sudjana, K., " & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah Yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175-
- Sudjana,"K., & Rizki Pon (2020). Peran Baitul
- Teguh, S. (2022) Konsep Ta'awun Dalam Al-Qur'an Sebagai Penguat Tauhid Dan Solidaritas Sosial. *Al- Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 19 ( 2), 184-200"
- Umam, M., " & Rufaida, R. (2019). Kabilah: *Journal Of Social Community Motivasi Menabung Nasabah Melalui Sistem Service Jemput Bola Di Bmt* Nu. 4(1). "
- Wijaya, E., "Tavip, A., Luciana, J., Stefani, F., & Suyono, C. (N.D.). Trust, Satisfaction, And Loyalty Of Islamic Bank Customers: Role Of Religiosity. 21(2).  
<https://doi.org/10.21776/Ub.Jam>
- Y. S. J. (2024). Good Corporate Governance Sebagai Implementasi Amanah Dalam Al-Qur'an (Tafsir Qs. Al-Mu'minun). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1045.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12803>
- Yentisna., , Alvin, A., "Likonopa, S., Ridho, D. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas

Nasabah (Studi Kasus: Nasabah Kredit Konsumtif Pada Bank Nagari Capem M. Jamil). JEBS : Jurnal Ekonomika Dan Bisnis, 4 (4), Zawawi. (2021).”Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bmt Dalam