

STRATEGI PELAYAN HUMANISTIK BERBASIS KEARIFAN ADAT MADURA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI NASABAH PADA BMT NU CABANG BLUTO

Mashuri Toha¹, Jihan Maknunah²
Universitas Al-Amien (UNIA) Prenduan
Email: jihanmaknunah4@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi pelayanan humanistik berbasis kearifan adat Madura pada BMT NU Cabang Bluto dalam meningkatkan partisipasi nasabah. Topik ini dilatarbelakangi oleh pentingnya model pelayanan lembaga keuangan mikro syariah yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi administratif, tetapi juga mampu membangun relasi sosial yang kuat dengan masyarakat melalui pendekatan kultural. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pelayanan humanistik, menginterpretasikan nilai-nilai kearifan adat Madura dalam praktik pelayanan, serta mengkaji dampaknya terhadap partisipasi nasabah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Keabsahan data dijaga melalui ketekunan pengamatan, pengecekan data, kecukupan referensial, dan teknik *member check*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan humanistik di BMT NU Cabang Bluto diwujudkan melalui komunikasi empatik, pendekatan kekeluargaan, pelayanan jemput bola, serta internalisasi etika pelayanan berbasis kesantunan. Nilai-nilai kearifan adat Madura seperti *bhâpa'-bhâbhu'-ghuru-rato*, *pakesanan*, gotong royong, dan kesantunan berbahasa terintegrasi dalam praktik pelayanan sehingga membentuk relasi berbasis kepercayaan dan tanggung jawab moral. Implementasi strategi tersebut terbukti meningkatkan partisipasi nasabah melalui pertumbuhan anggota, loyalitas komunal, serta munculnya kontrol sosial berbasis rasa *todus* yang memperkuat kepatuhan nasabah.

Kata Kunci: Pelayanan Humanistik, Kearifan Lokal Madura, Partisipasi Nasabah

Abstract

This study examines the implementation of a humanistic service strategy based on Madurese local wisdom at BMT NU Bluto Branch in enhancing customer participation. The research is motivated by the need for an Islamic microfinance service model that not only emphasizes administrative efficiency but also strengthens social relationships through a cultural approach. The study aims to analyze the implementation of humanistic service, interpret the integration of Madurese local wisdom values in service practices, and examine their impact on customer participation. This research employed a qualitative field study approach. Data were collected through interviews, observation, and documentation, then analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was ensured through persistent observation, referential adequacy, data verification, and member checking. The findings show that humanistic service at BMT NU Bluto Branch is implemented through empathetic communication, a family-oriented approach, proactive outreach services, and

service ethics based on courtesy. Madurese local wisdom values, including bhâpa'-bhâbhu'-ghuru-rato, pakesanan, mutual cooperation, and respectful language, are integrated into service practices. These strategies strengthen trust, communal loyalty, membership growth, and social control through todus (a sense of shame), thereby increasing customer participation.

Keywords: *Humanistic Service, Madurese Local Wisdom, Customer Participation.*

A. Pendahuluan

Lembaga keuangan mikro syariah memiliki peran strategis dalam mendorong inklusi keuangan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan lembaga seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT) tidak hanya dituntut mampu menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga membangun hubungan sosial yang erat dengan masyarakat. Dalam konteks tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan tingkat kepercayaan dan partisipasi nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang baik tidak hanya diukur dari kecepatan dan ketepatan layanan, tetapi juga dari kemampuan lembaga dalam memahami kebutuhan, kondisi sosial, serta nilai-nilai budaya yang hidup di tengah Masyarakat.¹

Secara ideal, pelayanan pada lembaga keuangan syariah seharusnya berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan (humanistik) yang menempatkan nasabah sebagai subjek yang harus dihormati dan diperlakukan secara bermartabat. Pelayanan humanistik menekankan pentingnya empati, komunikasi yang baik, penghargaan terhadap individu, serta pembentukan hubungan yang didasarkan pada kepercayaan dan kepedulian sosial. Selain itu, lembaga keuangan syariah juga dituntut mampu mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dalam praktik pelayanannya agar lebih kontekstual dan sesuai dengan karakteristik masyarakat setempat.²

Namun, realitas yang terjadi menunjukkan bahwa sebagian lembaga keuangan masih cenderung berorientasi pada aspek administratif dan transaksional. Hubungan antara lembaga dan nasabah sering kali hanya dibangun berdasarkan kepentingan ekonomi semata, sehingga mengurangi kedekatan emosional dan sosial yang seharusnya menjadi ciri khas lembaga keuangan syariah. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan, loyalitas, dan partisipasi nasabah dalam mendukung keberlanjutan lembaga. Kesenjangan antara praktik pelayanan yang berorientasi pada prosedur dengan pelayanan yang berorientasi pada manusia menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga keuangan syariah, khususnya yang beroperasi di lingkungan masyarakat yang memiliki ikatan budaya kuat seperti Madura.³

Masyarakat Madura dikenal memiliki nilai-nilai budaya yang masih terpelihara dalam kehidupan sosialnya, seperti prinsip *bhâpa'-bhâbhu'-ghuru-rato*, kesantunan berbahasa, gotong royong, serta penghormatan terhadap hubungan kekeluargaan. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi pedoman dalam kehidupan sosial, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat membangun kepercayaan terhadap suatu lembaga. Oleh karena itu, integrasi antara pelayanan humanistik dan kearifan adat Madura menjadi penting untuk menciptakan pelayanan yang lebih dekat dengan kebutuhan dan karakter

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Rajawali Pers, 2022), 214.

² Fandy Tjiptono, *Service, Quality and Customer Satisfaction* (Andi, 2023), 35.

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba Empat, 2022), 181.

masyarakat.⁴

BMT NU Cabang Bluto merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menerapkan pendekatan pelayanan humanistik berbasis kearifan adat Madura. Dalam praktiknya, pelayanan dilakukan melalui komunikasi empatik, penggunaan bahasa Madura halus (*engghi bhunten*), pendekatan kekeluargaan, sistem jemput bola, serta berbagai aktivitas sosial yang mencerminkan nilai-nilai budaya lokal. Strategi tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga membangun kepercayaan dan partisipasi nasabah secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelayanan humanistik yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Bluto, mengkaji integrasi nilai-nilai kearifan adat Madura dalam pelayanan, serta menganalisis dampaknya terhadap partisipasi nasabah. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep pelayanan humanistik berbasis budaya lokal serta kontribusi praktis bagi penguatan model pelayanan pada lembaga keuangan mikro syariah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilaksanakan di BMT NU Cabang Bluto, Kabupaten Sumenep, sebagai lokasi yang menerapkan pelayanan humanistik berbasis kearifan adat Madura. Informan penelitian terdiri atas pengelola dan nasabah yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan keterlibatan dan pengalaman mereka dalam aktivitas pelayanan di BMT NU Cabang Bluto. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana.⁵ Keabsahan data dijaga melalui Triangulasi, yakni triangulasi teknik untuk memastikan kredibilitas dan validitas temuan penelitian. Fokus penelitian diarahkan pada strategi pelayanan humanistik, integrasi nilai-nilai kearifan adat Madura dalam pelayanan, serta dampaknya terhadap partisipasi nasabah di BMT NU Cabang Bluto.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Pelayanan Humanistik di BMT NU Cabang Bluto

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan di BMT NU Cabang Bluto dibangun atas orientasi kemanusiaan yang menempatkan nasabah sebagai mitra sosial, bukan sekadar pengguna jasa keuangan. Pelayanan diwujudkan melalui komunikasi yang santun, pendekatan kekeluargaan, pelayanan jemput bola, serta penerapan budaya kerja “Senyum, Salam, Sapa, Santun”. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan transaksi, tetapi juga membangun hubungan interpersonal yang harmonis antara lembaga dan nasabah. Dalam praktiknya, pegawai berupaya memahami kondisi sosial dan kebutuhan nasabah sehingga pelayanan yang diberikan lebih personal dan sesuai dengan karakter masyarakat setempat.

Temuan tersebut sejalan dengan teori pelayanan humanistik yang

⁴ Huub de Jonge, *Madura dalam Empat Zaman* (Gramedia, 2019), 97.

⁵ Matthew B. Miles dkk., *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. (SAGE Publications, 2020), 10–12.

menekankan pentingnya penghormatan terhadap martabat manusia, empati, dan perhatian terhadap kebutuhan individu dalam proses pelayanan. Menurut Kasmir, pelayanan yang berkualitas tidak hanya diukur dari aspek kecepatan dan ketepatan, tetapi juga dari kemampuan petugas dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui sikap ramah, sopan, dan penuh perhatian.⁶ Dengan demikian, pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Bluto menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak semata ditentukan oleh prosedur administratif, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam menghadirkan pengalaman pelayanan yang manusiawi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mashuri Toha dkk. yang menunjukkan bahwa keterlibatan nasabah dipengaruhi oleh faktor non-ekonomi seperti kepercayaan, persepsi, dan kedekatan terhadap lembaga.⁷ Penelitian lain oleh Ilham Maulana dkk. juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan perbankan syariah.⁸

Selain itu, strategi pelayanan humanistik yang diterapkan BMT NU Cabang Bluto menunjukkan adanya pergeseran paradigma pelayanan dari orientasi transaksional menuju orientasi relasional. Nasabah tidak hanya memperoleh layanan keuangan, tetapi juga merasakan adanya perhatian dan kepedulian dari pengelola. Kondisi ini memperkuat kepercayaan serta menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga. Oleh karena itu, pelayanan humanistik dapat dipahami sebagai modal sosial yang mendukung keberlangsungan lembaga keuangan syariah di tengah persaingan yang semakin ketat.⁹

2. Integrasi Nilai-Nilai Kearifan Adat Madura dalam Pelayanan BMT NU Cabang Bluto

Penelitian menemukan bahwa pelayanan di BMT NU Cabang Bluto tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai kearifan adat Madura yang hidup di tengah masyarakat. Nilai *bhâpa'-bhâbhu'-ghuru-rato*, kesantunan berbahasa, penghormatan kepada orang yang lebih tua, serta semangat gotong royong menjadi landasan etis dalam praktik pelayanan sehari-hari. Penggunaan bahasa Madura halus (*engghi bhunten*) dalam interaksi pelayanan menunjukkan adanya upaya lembaga untuk menyesuaikan diri dengan budaya masyarakat sehingga hubungan antara pengelola dan nasabah menjadi lebih dekat dan harmonis.

Temuan tersebut sesuai dengan teori kebudayaan yang menyatakan bahwa nilai budaya berfungsi sebagai pedoman perilaku dalam kehidupan sosial masyarakat. Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan mengandung sistem nilai yang menjadi acuan dalam bertindak dan berinteraksi dengan lingkungan sosial.¹⁰ Dalam konteks penelitian ini, nilai-nilai budaya Madura tidak hanya dipertahankan sebagai identitas budaya, tetapi juga diintegrasikan ke dalam sistem pelayanan sebagai pedoman moral bagi pengelola dalam melayani nasabah.

⁶ Kasmir, *Etika Customer Service* (Rajawali Pers, 2022), 18.

⁷ Mashuri Toha dkk, *Pengaruh Brand Image, Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*, 2025.

⁸ Ilham Maulana dkk, *Analisis Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*, 2025.

⁹ Tjiptono, *Fandy Service, Quality and Customer Satisfaction* (Andi, 2023), 43.

¹⁰ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Rineka Cipta, 2015), 153.

Selain itu, integrasi nilai adat Madura juga memperkuat implementasi nilai-nilai syariah dalam pelayanan. Prinsip amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap sesama yang menjadi bagian dari ajaran Islam menemukan relevansinya dalam budaya masyarakat Madura. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kearifan lokal dan nilai syariah tidak berjalan secara terpisah, melainkan saling mendukung dalam membentuk pelayanan yang lebih kontekstual, humanis, dan mudah diterima oleh masyarakat.¹¹

3. Dampak Pelayanan Humanistik Berbasis Kearifan Adat Madura terhadap Partisipasi Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan humanistik berbasis kearifan adat Madura memberikan dampak positif terhadap partisipasi nasabah di BMT NU Cabang Bluto. Dampak tersebut terlihat dari meningkatnya loyalitas nasabah, keterlibatan dalam kegiatan kelembagaan, serta bertambahnya anggota baru yang berasal dari rekomendasi nasabah lama. Pelayanan yang mengedepankan empati dan kedekatan emosional membuat nasabah merasa dihargai sehingga muncul rasa percaya terhadap lembaga.

Temuan lain yang cukup menarik adalah munculnya nilai *todus* atau rasa malu sebagai mekanisme kontrol sosial dalam hubungan antara nasabah dan lembaga. Nasabah merasa segan untuk mengabaikan kewajibannya karena telah diperlakukan dengan baik oleh pengelola. Dalam perspektif sosiologi, kondisi tersebut menunjukkan bahwa norma sosial dan hubungan interpersonal dapat menjadi instrumen pengendalian perilaku yang lebih efektif dibandingkan sanksi formal.¹² Oleh karena itu, kedekatan emosional yang dibangun melalui pelayanan humanistik berkontribusi terhadap peningkatan kedisiplinan dan tanggung jawab nasabah.

Partisipasi nasabah juga berkembang tidak hanya dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam kegiatan sosial dan keagamaan yang diselenggarakan oleh BMT NU Cabang Bluto. Nasabah menunjukkan rasa memiliki terhadap lembaga dengan menghadiri Rapat Anggota Tahunan (RAT), mengikuti kegiatan sosial, serta merekomendasikan BMT kepada keluarga dan kerabat. Temuan ini memperlihatkan adanya hubungan yang saling menguatkan antara pelayanan humanistik, integrasi kearifan lokal, dan partisipasi nasabah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dibangun melalui pelayanan, semakin kuat pula loyalitas dan keterlibatan nasabah dalam mendukung keberlanjutan lembaga.¹³

D. Penutup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan humanistik di BMT NU Cabang Bluto diterapkan melalui komunikasi empatik, pendekatan kekeluargaan, pelayanan jemput bola, serta internalisasi budaya pelayanan yang berlandaskan prinsip “Senyum, Salam, Sapa, Santun”. Strategi tersebut menempatkan nasabah sebagai subjek yang harus dihargai dan diperlakukan secara manusiawi, sehingga pelayanan tidak hanya berorientasi pada aspek transaksional, tetapi juga pada pembentukan hubungan sosial yang harmonis antara lembaga dan nasabah.

¹¹ Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Kencana, 2023), 87.

¹² Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Rajawali Pers, 2022), 174.

¹³ Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas dan Pengembangan Masyarakat* (Rajawali Pers, 2022),

Penelitian ini juga menemukan bahwa nilai-nilai kearifan adat Madura, seperti *bhâpa'-bhâbhu'-ghuru-rato*, kesantunan berbahasa, penghormatan terhadap orang yang lebih tua, serta semangat gotong royong, terintegrasi dalam praktik pelayanan BMT NU Cabang Bluto. Integrasi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan humanistik memperoleh penguatan dari nilai budaya lokal yang hidup dalam masyarakat Madura. Dengan demikian, nilai syariah dan kearifan lokal tidak berjalan secara terpisah, melainkan saling mendukung dalam membentuk pelayanan yang kontekstual dan mudah diterima masyarakat.

Implementasi pelayanan humanistik berbasis kearifan adat Madura terbukti memberikan dampak positif terhadap partisipasi nasabah. Dampak tersebut terlihat dari meningkatnya loyalitas, rasa memiliki terhadap lembaga, keterlibatan dalam kegiatan sosial dan kelembagaan, serta munculnya promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilakukan secara sukarela oleh nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang mengedepankan nilai kemanusiaan dan budaya lokal mampu membangun kepercayaan, memperkuat hubungan sosial, serta meningkatkan partisipasi nasabah secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- B. Miles, Matthew, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 4th ed. SAGE Publications, 2020.
- Ilham Maulana dkk. *Analisis Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*. 2025.
- Jonge, Huub de. *Madura dalam Empat Zaman*. Gramedia, 2019.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Rajawali Pers, 2022.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Rajawali Pers, 2022.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Rineka Cipta, 2015.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, 2022.
- Mardani. *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Kencana, 2023.
- Mashuri Toha dkk. *Pengaruh Brand Image, Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. 2025.
- Rukminto Adi, Isbandi. *Intervensi Komunitas dan Pengembangan Masyarakat*. Rajawali Pers, 2022.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers, 2022.
- Tjiptono. *Fandy Service, Quality and Customer Satisfaction*. Andi, 2023.
- Tjiptono, Fandy. *Service, Quality and Customer Satisfaction*. Andi, 2023.