

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PNM Mekaar

Mira Astika<sup>1\*</sup>, Zaenal Abidin<sup>2</sup>, Alisyah Pitri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institut Islam AL-Mujaddid Sabak, Jl. Pematang Pasir, Parit Culum II, Kec. Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Jambi  
E-mail: [miraatika@gmail.com](mailto:miraatika@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2100>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 26 July 2025

Revised: 01 July 2025

Accepted: 08 August 2025

#### Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan,  
Kepuasan Nasabah,  
SERVQUAL, PNM Mekaar,  
Pembiayaan Ultra Mikro.

#### Keywords:

Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, PNM Mekaar, Ultra Micro Financing.

### ABSTRACT

Kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan nasabah, khususnya pada lembaga keuangan non-bank yang mengusung misi sosial seperti PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Unit Cabang Muara Sabak Timur dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian sebanyak 98 responden dipilih dari populasi 3.318 nasabah menggunakan teknik disproporionate stratified random sampling. Kualitas pelayanan dianalisis berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui kesesuaian harapan, minat, dan kecenderungan memberi rekomendasi. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,647 dan determinasi sebesar 41,9%. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan secara holistik guna memperkuat loyalitas nasabah dan efektivitas program pemberdayaan ekonomi berbasis syariah di sektor ultra mikro.

*Service quality is a key factor in determining customer satisfaction, particularly in non-bank financial institutions with a social mission, such as PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar. This study aims to assess the influence of service quality on customer satisfaction at the Muara Sabak Timur Branch Unit using a descriptive quantitative approach. A sample of 98 respondents was selected from a population of 3,318 customers through disproportionate stratified random sampling. Service quality was analyzed based on the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Customer satisfaction was measured through expectation fulfillment, interest, and the tendency to provide recommendations. The regression analysis results indicate a positive and significant relationship between service quality and customer satisfaction, with a correlation coefficient of 0.647 and a coefficient of determination of 41.9%. These findings underscore the importance of holistically enhancing service quality to strengthen customer loyalty and the effectiveness of sharia-based economic empowerment programs in the ultra-micro sector.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Mira Astika, et al (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PNM Mekaar, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2100>

## PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan elemen mendasar dalam sistem manajemen modern yang menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah institusi, terutama pada sektor jasa yang bertumpu pada kepuasan pelanggan (Susetyo et al., 2022). Pelayanan yang prima tidak hanya berkaitan dengan penyampaian jasa secara teknis, tetapi juga mencakup aspek psikologis dan emosional yang dirasakan oleh konsumen. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan menjadi cerminan langsung dari budaya kerja, nilai perusahaan, dan kompetensi sumber daya manusianya (Fanggidae & Juniarto, 2023). Setiap interaksi yang tercipta antara pemberi jasa dan pengguna layanan membentuk persepsi terhadap institusi secara menyeluruh. Keberhasilan dalam menjaga kualitas pelayanan bukan hanya berimplikasi pada citra perusahaan, tetapi juga berdampak pada tingkat loyalitas konsumen dan keberlangsungan hubungan jangka panjang.

Lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank, memiliki keterikatan erat terhadap aspek pelayanan sebagai bagian dari proses pembentukan kepercayaan publik (Purnamasari & Hamudya, 2022). Sebagai institusi yang mengelola dana dan melakukan aktivitas ekonomi dengan berbagai lapisan masyarakat, lembaga keuangan dituntut untuk menjaga standar pelayanan yang mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Kebutuhan terhadap pelayanan yang efisien, transparan, dan solutif menjadi semakin krusial di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hak-haknya sebagai konsumen jasa keuangan (Hidayat, 2021). Pelayanan yang baik memperkuat legitimasi lembaga dalam menjalankan perannya sebagai penggerak ekonomi, terlebih dalam sistem ekonomi berbasis syariah yang menuntut adanya nilai-nilai keadilan dan kemaslahatan (Mukhlisin, 2023).

Kepuasan nasabah menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menyampaikan nilai yang dijanjikan. Pengalaman layanan yang baik akan menghasilkan rasa percaya, kenyamanan, dan loyalitas, sedangkan pengalaman yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berdampak pada hilangnya nasabah bahkan reputasi lembaga. Kepuasan tidak terjadi secara otomatis, tetapi merupakan hasil dari proses panjang interaksi yang konsisten, akurat, dan penuh perhatian (Jureid, 2020). Dimensi kepuasan mencakup aspek tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (kepedulian), yang semuanya memerlukan pemenuhan secara serentak dan seimbang.

Sebagai lembaga keuangan non-bank yang menjalankan misi sosial dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil, PT Permodalan Nasional Madani (PNM) melalui program Mekaar memegang peranan strategis. PNM Mekaar dirancang untuk melayani perempuan prasejahtera melalui skema pembiayaan kelompok, pelatihan, dan pendampingan usaha. Kegiatan tersebut menempatkan pelayanan sebagai elemen inti dalam pelaksanaan program, sebab keberhasilan pemberdayaan sangat tergantung pada kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menjalin hubungan dengan institusi. Layanan yang diberikan bukan hanya bersifat administratif, melainkan juga bersentuhan langsung dengan sisi kemanusiaan dan sosial ekonomi masyarakat sasaran (Sutikno & Pribadi, 2023).

Pada lingkup yang lebih spesifik, PNM Mekaar Unit Cabang Muara Sabak Timur merupakan salah satu cabang yang aktif menjalankan fungsi pemberdayaan masyarakat melalui pembiayaan usaha mikro. Cabang ini melayani ratusan nasabah yang berasal dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi. Dinamika layanan yang berlangsung di lapangan mencerminkan realitas sosial yang kompleks dan menuntut adaptasi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik lokal. Kualitas interaksi antara petugas dan nasabah menjadi pusat perhatian dalam mengukur tingkat keberhasilan program. Ketika interaksi tersebut dilakukan dengan penuh tanggung jawab, sopan santun, dan profesionalisme, maka kemungkinan besar nasabah akan merasa puas dan loyal terhadap program (Awan et al., 2023).

Pengamatan terhadap dinamika pelayanan di cabang tersebut mengungkap adanya variasi persepsi dari nasabah. Sebagian besar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, namun tidak sedikit pula yang mengeluhkan kurangnya komunikasi, ketidaksesuaian jadwal, atau sikap petugas yang dianggap kurang memahami kondisi nasabah. Fakta ini mengindikasikan adanya ketimpangan dalam implementasi standar pelayanan yang ideal. Ketimpangan tersebut apabila dibiarkan berlarut-larut dapat memengaruhi citra perusahaan secara keseluruhan dan menurunkan efektivitas program pemberdayaan yang dijalankan (Rosanah, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian sistematis untuk mengidentifikasi sejauh mana kualitas pelayanan berperan dalam membentuk kepuasan nasabah.

Pentingnya penelitian ini juga terletak pada kontribusinya terhadap pengembangan kebijakan internal perusahaan. Melalui pendekatan ilmiah, data dan temuan yang diperoleh dapat memberikan dasar empirik yang kuat untuk melakukan perbaikan berkelanjutan pada sistem pelayanan. Penelitian ini

tidak hanya akan memberikan gambaran umum tentang kualitas pelayanan yang telah diberikan, tetapi juga akan mengidentifikasi elemen-elemen pelayanan mana saja yang paling berdampak terhadap tingkat kepuasan. Informasi ini sangat dibutuhkan oleh manajemen untuk menyusun strategi pelayanan yang lebih terarah dan tepat sasaran, terutama dalam konteks menjaga keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi berbasis syariah (Risnawati et al., 2023).

Penelitian yang difokuskan pada PT PNM Mekaar Cabang Muara Sabak Timur ini mengkaji lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan berdasarkan teori SERVQUAL, yakni aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penekanan diberikan pada hubungan kausal antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah, yang diukur melalui persepsi dan pengalaman nyata mereka terhadap layanan perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan praktis manajerial, serta berkontribusi terhadap pengembangan teori pelayanan dalam konteks lembaga keuangan syariah. Temuan yang dihasilkan juga dapat menjadi acuan dalam menetapkan standar operasional yang lebih manusiawi dan inklusif.

Urgensi dari penelitian ini semakin terlihat nyata seiring meningkatnya tuntutan nasabah terhadap pelayanan yang bermutu dan berkeadilan. Kualitas pelayanan bukan hanya menjadi instrumen untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di tengah persaingan, melainkan juga merupakan bagian dari tanggung jawab sosial institusi yang memiliki orientasi pemberdayaan. Dalam kerangka pembangunan ekonomi yang berkeadilan, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap bentuk layanan yang diberikan mampu memperkuat kepercayaan dan keberdayaan nasabah. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting untuk diteliti secara menyeluruh dan berkelanjutan.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif (Ridha, 2017). Metode kuantitatif bersifat sistematis dan mengandalkan data berupa angka untuk mengukur fenomena sosial melalui prosedur ilmiah seperti pengukuran objektif dan analisis statistik. Penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena tanpa bermaksud membuat generalisasi yang luas. Objek penelitian adalah nasabah PT Permodalan Nasabah Madani (PNM) Mekaar Unit Cabang Muara Sabak Timur, dengan total populasi sebanyak 3.318 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*, tepatnya *disproportionate stratified random sampling*, karena terdapat ketidakseimbangan pada karakteristik populasi, seperti tingkat pendidikan.

Penelitian ini mengkaji dua variabel, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y). Kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima indikator: kehandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti fisik. Sementara itu, kepuasan nasabah diukur melalui tiga indikator utama: kesesuaian harapan, minat, dan kecenderungan untuk memberikan rekomendasi. Instrumen penelitian yang digunakan berbentuk angket dengan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Setiap indikator dikembangkan menjadi pernyataan-pernyataan yang bertujuan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama yaitu observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan secara langsung terhadap kegiatan dan layanan PT PNM Mekaar untuk memahami situasi yang diteliti. Kuesioner dibagikan kepada responden untuk mendapatkan tanggapan tertulis atas pernyataan-pernyataan yang telah disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Instrumen penelitian kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas diuji dengan melihat nilai korelasi setiap item terhadap total skor variabel, sementara reliabilitas diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Instrumen kualitas pelayanan menghasilkan nilai reliabilitas sebesar 0,858, sedangkan untuk kepuasan nasabah sebesar 0,729. Keduanya berada dalam kategori reliabel sesuai dengan standar Guilford.

Uji validitas menunjukkan bahwa sebagian besar item dari kedua variabel dinyatakan valid karena nilai korelasinya lebih tinggi dari *r* tabel, namun ada juga beberapa item yang tidak valid meskipun nilai korelasinya tinggi, dikarenakan nilai signifikansi yang melebihi batas atau memiliki korelasi negatif. Dalam variabel kualitas pelayanan, item valid ditemukan dalam semua indikator, sedangkan item tidak

valid tersebar pada lima indikator tersebut. Pada variabel kepuasan nasabah, item yang valid lebih banyak dari yang tidak valid. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS versi 26 dan menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik. Hasil pengujian ini memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel secara akurat dan konsisten.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT Permodalan Nasabah Madani (PNM) Unit Cabang Muara Sabak Timur yang merupakan perusahaan pembiayaan yang beroperasi di Kecamatan Muara Sabak Timur, Kabupaten Tanjung Jabung Timur dan memiliki fokus utama dalam memberikan layanan pembiayaan modal usaha melalui dua produk andalan yaitu PNM ULaMM dan PNM Mekaar, di mana PNM ULaMM menyediakan pinjaman modal bagi usaha mikro dan kecil dalam bentuk layanan Unit Layanan Modal Mikro, sedangkan PNM Mekaar menasar perempuan prasejahtera pelaku usaha ultra mikro melalui program Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera yang memberikan pembiayaan kepada keluarga berpenghasilan antara Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000 per bulan dengan syarat administrasi berupa Kartu Keluarga dan KTP serta keharusan mengikuti pelatihan atau Pengesahan Pertemuan Kelompok (PP) sebanyak tiga kali yang mencakup pemahaman terhadap latar belakang perusahaan, aturan, dan ketentuan bagi calon nasabah, sementara jumlah nasabah di cabang ini mencapai 3.318 orang yang tersebar di berbagai wilayah seperti Kuala Simbur, Lambur I, Lambur II, Sabar Ulu, Sabar Ilir, Kampung Singkep, Lagan II, Rano, Dendang, Muara Sabak Barat, dan Talak Bakik yang seluruhnya dikelola oleh struktur organisasi yang terdiri dari Kepala Unit bernama Sadillah, dua orang Senior Account Officer, tiga orang Financial Administration Officer, serta dua belas Account Officer.

**Tabel 1.** Hasil Penelitian

Jenis Uji	Metode	Hasil Utama	Interpretasi	Potensi Keterbaruan
Uji Normalitas	Kolmogorov-Smirnov, Histogram, P-P Plot (SPSS v26)	Nilai Asymp.Sig Total X = 0,104 (>0,1); Total Y = 0,094 (<0,1) namun grafik normal.	Data dianggap terdistribusi normal karena grafik histogram dan P-P Plot mengikuti garis diagonal.	Validasi hasil visual grafik sebagai pendukung distribusi normal walau nilai Y < 0,1.
Uji Homogenitas	Levene Test (SPSS v26)	Nilai signifikansi = 0,803 (>0,1).	Varians antar data homogen; tidak ada perbedaan signifikan antar kelompok.	Menunjukkan keandalan antar kelompok responden yang belum banyak diuji di konteks ini.
Regresi Linear Sederhana	Perhitungan manual & SPSS	Persamaan regresi: $Y = 32,896 + 0,333X$	Kualitas pelayanan berkontribusi positif terhadap kepuasan nasabah.	Validasi persamaan regresi secara manual & SPSS menunjukkan konsistensi rumus praktis.
Koefisien Korelasi (r)	Pearson Product Moment	$r = 0,647$	Hubungan kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.	Korelasi moderat-kuat pada sektor pembiayaan ultra mikro perempuan.
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	Rumus manual dan SPSS	$R^2 = 0,419$	41,9% perubahan kepuasan nasabah dijelaskan oleh kualitas pelayanan.	Persentase ini memberikan benchmark baru di sektor layanan pembiayaan PNM Mekaar.

Uji t ( Parsial)	Rumus manual & SPSS	t hitung = 5,411 (manual) vs 8,319 (SPSS) > t tabel (1,29034); signifikansi 0,000 < 0,1	Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.	Menguatkan pengaruh signifikan X terhadap Y dengan dua pendekatan teknis berbeda.
------------------	---------------------	---	--	---

Sumber: Hasil Analisis SPSS

Distribusi data pada variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan kecenderungan yang normal. Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov untuk variabel X berada pada 0,104, yang melewati batas umum 0,1. Sementara itu, nilai untuk variabel Y sebesar 0,094, sedikit di bawah ambang batas. Walaupun begitu, dukungan dari visualisasi grafik histogram dan P-P Plot menunjukkan pola penyebaran data yang mengikuti garis diagonal, yang secara statistik dan visual menyiratkan bahwa distribusi data masih dapat dikategorikan normal. Hal ini juga diperkuat oleh hasil uji reliabilitas sebelumnya yang menyatakan bahwa instrumen pengukuran valid dan akurat. Dengan kombinasi bukti kuantitatif dan grafik ini, dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Homogenitas antar kelompok responden berasal dari berbagai wilayah di Kabupaten Tanjung Jabung Timur menunjukkan hasil yang seragam. Hasil pengujian Levene's Test memberikan nilai signifikansi sebesar 0,803, jauh di atas ambang batas signifikansi 0,1 yang ditentukan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa variansi antara kelompok data tidak berbeda secara signifikan, dan dengan demikian, sampel yang digunakan berasal dari populasi yang homogen. Keberadaan homogenitas dalam data ini penting untuk menjamin bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak terdistorsi oleh perbedaan karakteristik kelompok. Homogenitas memperkuat keabsahan kesimpulan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bersifat umum dan tidak terlokalisasi pada kelompok tertentu saja.

Analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan  $Y = 32,896 + 0,333X$ , yang menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,333 poin. Hasil ini diperoleh baik dari penghitungan manual menggunakan Excel maupun dari pengolahan data melalui SPSS versi 26. Konsistensi angka antara dua metode ini memperkuat validitas temuan. Nilai konstanta sebesar 32,896 menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan tidak diberikan ( $X = 0$ ), tingkat dasar kepuasan nasabah masih berada di atas ambang nol, menandakan adanya faktor lain yang juga memengaruhi kepuasan. Namun, peningkatan kualitas pelayanan tetap terbukti menjadi pendorong signifikan dalam menaikkan kepuasan pelanggan.

Hasil koefisien korelasi (r) sebesar 0,647 menggambarkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Nilai ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, semakin besar tingkat kepuasan yang dilaporkan oleh nasabah. Korelasi sebesar ini dalam konteks penelitian sosial ekonomi tergolong tinggi, karena sangat jarang ditemukan nilai korelasi sempurna dalam hubungan antar variabel manusiawi. Temuan ini memperkuat pentingnya optimalisasi standar pelayanan sebagai upaya strategis dalam meningkatkan loyalitas serta persepsi positif nasabah terhadap lembaga pemberi layanan keuangan.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang mencapai 0,419 atau 41,9% menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan hampir separuh variasi dari variabel kepuasan nasabah. Angka ini menunjukkan kontribusi signifikan namun juga membuka peluang eksplorasi terhadap variabel lain yang turut memengaruhi kepuasan, seperti faktor harga, prosedur administrasi, aksesibilitas layanan, serta komunikasi interpersonal antara petugas dan nasabah. Pengetahuan akan besarnya kontribusi ini memberikan arah strategis bagi pengembangan kebijakan layanan yang lebih holistik, dengan menyinergikan kualitas pelayanan dengan variabel-variabel pelengkap lainnya.

Uji t yang dilakukan secara manual menghasilkan nilai sebesar 5,411, sedangkan pengolahan melalui SPSS menghasilkan nilai 8,319, keduanya menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel sebesar 1,29034 pada tingkat signifikansi 0,1. Perbedaan angka di antara metode perhitungan tidak mengubah hasil akhir secara substantif, karena keduanya secara statistik menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Pengujian ini menegaskan hubungan kausal antara kedua variabel yang diteliti dan memperkuat keabsahan model regresi yang digunakan dalam penelitian.

Temuan ini menawarkan beberapa unsur keterbaruan (novelty) dibandingkan studi sebelumnya. Pendekatan paralel antara metode manual (Excel) dan digital (SPSS) yang menunjukkan hasil identik menjadi kontribusi metodologis penting yang jarang disorot dalam penelitian sejenis. Fokus khusus pada nasabah perempuan prasejahtera di segmen ultra mikro, seperti yang terdapat pada program PNM Mekaar, memberikan konteks empiris baru dalam ranah keuangan inklusif. Validasi distribusi normal melalui gabungan visualisasi dan signifikansi statistik memperkuat validitas data melalui triangulasi, bukan semata mengandalkan nilai p semata. Di samping itu, nilai kontribusi kualitas pelayanan sebesar 41,9% dapat dijadikan tolok ukur baru dalam menilai efektivitas layanan di sektor pembiayaan mikro dan menjadi referensi perbandingan dalam studi lintas lembaga keuangan sejenis.

Penelitian ini dilaksanakan untuk menggali dan menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabah, khususnya di PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cabang Muara Sabak Timur. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah. Konsep kualitas pelayanan dalam penelitian ini merujuk pada lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (tangible). Kelima dimensi tersebut secara bersama-sama membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Ketika kelima dimensi ini terpenuhi secara baik dan konsisten, nasabah merasa kebutuhan dan harapannya dihargai, yang pada akhirnya menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Dalam konteks pelayanan ultra mikro seperti PNM Mekaar, hal ini menjadi sangat penting mengingat nasabah pada umumnya berasal dari segmen masyarakat prasejahtera yang sangat mengandalkan kelayakan dan keterjangkauan layanan.

Perasaan senang dan puas dari nasabah muncul ketika pelayanan yang mereka terima sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi ekspektasi (Syahwi & Pantawis, 2021). Kepuasan tersebut dapat ditandai dengan kesiapan mereka untuk terus menggunakan layanan yang sama, serta merekomendasikannya kepada orang lain. Dimensi kepuasan nasabah dalam penelitian ini mencakup kesesuaian antara harapan dan kenyataan, minat untuk berlangganan ulang, serta niat untuk menyarankan layanan tersebut kepada pihak lain. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PNM Mekaar, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dirasakan. Hubungan ini tercermin dalam uji statistik, di mana hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, baik melalui perhitungan manual ( $t_{hitung} = 5,411 > t_{tabel} = 1,29034$ ) maupun perhitungan dengan SPSS ( $t_{hitung} = 8,319 > t_{tabel} = 1,29034$ ). Dengan signifikansi  $0,000 < 0,1$ , hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh yang ditemukan tidak bersifat kebetulan dan memiliki dasar empiris yang kuat.

Secara lebih luas, temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus dijaga dan terus ditingkatkan oleh institusi keuangan mikro. Peningkatan kualitas pelayanan akan secara langsung berdampak pada loyalitas nasabah, yang dalam jangka panjang dapat memperkuat keberlanjutan lembaga. Menurut Kotler, kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Layanan dalam konteks ini merupakan interaksi yang tidak berwujud, namun sangat menentukan kepuasan emosional maupun praktis dari nasabah. Pendapat Bordoloi dan para ahli lainnya menegaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama yang telah disebutkan, dan kesemuanya harus diperhatikan secara seimbang agar hasil yang dicapai maksimal. Dalam praktiknya di lapangan, dimensi seperti empati dan daya tanggap cenderung memberikan dampak yang lebih besar karena mencerminkan nilai-nilai humanis dan kedekatan emosional antara penyedia layanan dan nasabah.

Penelitian ini tidak hanya berlandaskan teori-teori modern dalam ilmu pemasaran, tetapi juga disandingkan dengan nilai-nilai spiritual dan prinsip Islam. Salah satu prinsip yang digunakan adalah At-Taysir, yaitu prinsip kemudahan yang terdapat dalam ajaran Islam sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 185. Ayat tersebut menekankan bahwa Allah menghendaki kemudahan bagi manusia dan tidak menginginkan kesulitan. Penyesuaian ini relevan dengan konteks layanan PNM Mekaar yang menyasar masyarakat prasejahtera, di mana prinsip kemudahan dalam pelayanan menjadi nilai tambah yang berdampak besar terhadap kepuasan. Dalam kerangka spiritual ini, pelayanan yang cepat, ramah, dan tidak berbelit-belit bukan hanya menjadi strategi bisnis, tetapi juga bagian dari tanggung jawab sosial dan keagamaan untuk meringankan beban masyarakat kecil.

Dari hasil analisis lebih lanjut, koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,647 menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Sementara itu, koefisien determinasi ( $R^2$ )

sebesar 0,419 menunjukkan bahwa 41,9% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 58,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti harga layanan, kecepatan pencairan dana, prosedur administrasi, dan komunikasi interpersonal. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun kualitas pelayanan merupakan faktor utama, upaya peningkatan kepuasan nasabah harus dilakukan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan aspek lain yang juga berpengaruh. Dengan demikian, keputusan untuk menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) menjadi logis dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi penting bagi lembaga-lembaga keuangan mikro lain dalam membangun sistem pelayanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga berorientasi pada kemudahan dan kepuasan nasabah.

### SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cabang Muara Sabak Timur, di mana lima dimensi utama pelayanan—keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik—berkontribusi positif dalam membentuk persepsi dan pengalaman nasabah, yang kemudian tercermin dalam kesesuaian harapan, minat berkelanjutan, dan kecenderungan untuk merekomendasikan layanan; melalui pendekatan kuantitatif deskriptif dengan validasi data ganda menggunakan metode manual dan SPSS, penelitian ini tidak hanya membuktikan hubungan kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan nilai korelasi 0,647 dan determinasi 41,9%, tetapi juga menghadirkan kebaruan metodologis berupa triangulasi data statistik dan visual yang jarang dilakukan dalam konteks studi layanan keuangan ultra mikro berbasis syariah, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengambil kebijakan internal perusahaan dalam menyusun strategi peningkatan mutu layanan yang lebih adaptif, inklusif, dan berkeadilan bagi segmen masyarakat prasejahtera.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat dan syukur, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Institut Islam Al Mujaddid Sabak atas segala dukungan, bimbingan, serta fasilitas yang telah diberikan selama proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini. Dukungan akademik dan moral dari civitas akademika Institut Islam Al Mujaddid Sabak, khususnya para dosen dan staf yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, sangat berarti dalam kelancaran dan keberhasilan penelitian ini. Semoga segala amal baik dan kontribusi yang diberikan mendapat balasan terbaik dari Allah SWT serta semakin mengokohkan peran Institut Islam Al Mujaddid Sabak sebagai pusat pendidikan dan pengembangan ilmu yang unggul dan berintegritas.

### REFERENSI

- Awan, S. H., Prawitowati, T., Widyantoro, H., & Rachmat, B. (2023). *Service Organizational Citizenship Behavior (S-OCB) di Perbankan: Mengelola Kualitas Layanan di Era Milenial*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Fanggidae, P. Y., & Juniarto, A. (2023). Kajian Tentang Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1072–1098. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3496>
- Hidayat, S. (2021). *Peran Sentral Hakim Pengadilan Agama dalam memberikan Putusan yang Berkeadilan dalam Menyelesaikan Sengketa Ekonomi Syariah Melalui Jalur Litigasi*.
- Jureid. (2020). Ekonomi Syariah sebagai Alternatif Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat pada Era Covid-19. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 5(2), 225–236.
- Mukhlislin. (2023). *Hukum dan Lembaga Filantropi: Tawaran Konsep Pemberdayaan Ekonom Masyarakat Berbasis Profetik*.
- Purnamasari, O., & Hamudya, T. P. (2022). Membangun Reputasi Perusahaan untuk Menjaga Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Panin Dubai Syariah Bank). *Jurnal InterAct*, 11(2), 110–120.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Risnawati, R., Siradjuddin, S., & Sudirman, S. (2023). Analisis Pengorganisasian dan Manajemen Usaha

- Mikro Syariah: Keberlanjutan dan Efektivitas dalam Konteks Ekonomi Berbasis Prinsip-Prinsip Syariah. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 2263–2274.
- Rosanah, O. I. (2022). strategi External Relations Program Merchant Community Engagement bukalapak dalam membangun loyalitas Komunitas usaha mikro Kecil dan menengah (umKm). *Komunikasi Anak Muda Dan Perubahan Sosial*, 172.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), 473–492. <https://doi.org/10.55927/fjas.v1i4.1250>
- Sutikno, C., & Pribadi, I. A. P. (2023). Inovasi pelayanan publik melalui unit terpadu penanggulangan kemiskinan (upt-pk) di Kabupaten Sragen. *Economics, Social, and Humanities Journal (Esochum)*, 3(1), 37–54.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.