

DETERMINASI KEMUDAHAN AKSES LAYANAN DAN SKEMA BAGI HASIL (PROFIT SHARING) TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA, KARANGANYAR

Della Sephia Hardani¹, Iin Emy Prastiwi², Abdul Haris Romdhoni³

^{1,2,3}Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email : dellas77163@gmail.com¹ iinemyprastiwi24@gmail.com² harisromdhoni27@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan store layout terhadap kepuasan konsumen pada UMKM RM Kebon Keong Cengklik Boyolali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif regresi linier berganda dengan teknik accidental sampling terhadap 97 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan store layout berpengaruh secara parsial dan positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan store layout berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga semakin baik kedua aspek tersebut maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan UMKM RM Kebon Keong Cengklik Boyolali

Kata kunci: kualitas produk, store layout, kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality and store layout on customer satisfaction at UMKM RM Kebon Keong Cengklik Boyolali. This research employs a quantitative approach using multiple linear regression with an accidental sampling technique involving 97 respondents determined through the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires and analyzed to examine the effect of each variable. The results indicate that product quality and store layout have a partially positive and significant effect on customer satisfaction. The findings further show that product quality and store layout partially and significantly influence customer satisfaction, meaning that the better these two aspects are implemented, the higher the level of customer satisfaction at UMKM RM Kebon Keong Cengklik Boyolali.

Keywords: product quality, store layout, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan yang semakin ketat pada industri keuangan, khususnya lembaga keuangan syariah seperti Baitul Maal wa Tamwil (BMT), keberhasilan lembaga tidak hanya ditentukan oleh variasi produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemudahan akses layanan serta sistem profit sharing (bagi hasil) yang diterapkan kepada anggota. BMT memiliki peran strategis sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama pada sektor ekonomi menengah ke bawah. Oleh sebab itu, kepuasan anggota menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan operasional BMT.

Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kepuasan anggota, BMT dihadapkan pada tantangan untuk menyediakan akses layanan yang mudah serta mengelola sistem bagi hasil secara optimal dan transparan. Kemudahan akses menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi dan

kenyamanan anggota dalam memanfaatkan layanan keuangan. Aksesibilitas ini mencakup kemudahan secara geografis, ketersediaan teknologi, serta fleksibilitas waktu operasional. Kehadiran BMT sebagai lembaga keuangan mikro memberikan alternatif layanan dengan prosedur yang relatif sederhana, biaya terjangkau, serta lokasi yang dekat dengan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital seperti layanan berbasis aplikasi dan sistem pembayaran elektronik semakin memudahkan anggota dalam melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor. Sejalan dengan pendapat Zeithaml et al. (2002), kemudahan akses merupakan salah satu elemen penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan.

Di sisi lain, sistem profit sharing (bagi hasil) merupakan karakteristik utama lembaga keuangan syariah yang membedakannya dari sistem konvensional. Skema ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mengedepankan prinsip keadilan dan transparansi sesuai dengan nilai-nilai syariah. Implementasi sistem bagi hasil yang adil dan terbuka dapat meningkatkan kepercayaan serta kepuasan anggota. Sebaliknya, apabila mekanisme pembagian keuntungan dinilai kurang transparan atau tidak proporsional, maka hal tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepuasan. Menurut Ascarya (2012), prinsip keadilan dalam distribusi keuntungan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas dan kepercayaan anggota terhadap lembaga keuangan syariah.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, BMT tetap menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia, serta persaingan dengan lembaga keuangan konvensional yang menawarkan kemudahan layanan serupa. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat, antara lain optimalisasi pemanfaatan teknologi, peningkatan kapasitas pengelola, serta edukasi berkelanjutan mengenai sistem keuangan syariah guna meningkatkan kepuasan dan keberlanjutan lembaga.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kemudahan Akses

Kemudahan akses dapat dimaknai sebagai kondisi di mana suatu layanan atau sistem mudah dipelajari, dipahami, bersifat sederhana, serta dapat digunakan tanpa kesulitan berarti. Konsep ini juga merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi atau layanan dapat dipahami dan dioperasikan dengan mudah. Menurut Sumarwan (2014), kemudahan akses berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap kemudahan dalam memahami serta memanfaatkan teknologi yang digunakan. Beberapa ahli menjelaskan bahwa indikator variabel kemudahan akses meliputi beberapa aspek berikut:

- a. Mudah dipahami atau dipelajari (*easy to learn*) (Krug S, 2000).
- b. Mudah untuk dikelola atau dikendalikan (*controllable*) (Robbins S.P., & Coulter, 2012).
- c. Dapat digunakan kapan saja dan dimana saja (*flexible*) (Laudon, 2016).

2.2 Profit Sharing

Menurut Antonio (2010), profit sharing merupakan mekanisme pengelolaan dana dalam sistem ekonomi Islam yang didasarkan pada prinsip pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*). Sistem ini menekankan pada pembagian keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam praktik perbankan syariah, mekanisme perhitungan bagi hasil umumnya menggunakan dua pendekatan, yaitu profit sharing (pembagian berdasarkan laba bersih) dan revenue sharing (pembagian berdasarkan pendapatan kotor). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel profit sharing meliputi:

- a. Kepuasan anggota terhadap *profit sharing*
Kepuasan anggota terhadap *profit sharing* adalah perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan anggota atas keadilan, transparansi, dan kesesuaian hasil yang diterima dari sistem bagi hasil yang diterapkan oleh lembaga keuangan syariah (Arhipen Yapentra, 2017).
- b. Kesesuaian dengan kinerja BMT
Kesesuaian dengan kinerja BMT merujuk pada sejauh mana sistem atau praktik tertentu seperti *profit sharing* selaras dan mendukung pencapaian tujuan serta hasil kinerja yang diharapkan dari BMT (Srikanti, 2021).
- c. *Profit sharing* terhadap minat anggota
- d. *Profit sharing* terhadap minat anggota di BMT merujuk pada pengaruh hubungan antara sistem pembagian keuntungan yang diterapkan oleh BMT dengan ketertarikan atau minat masyarakat untuk menjadi anggota BMT (Siti Rahmania, 2022).

2.3 Kepuasan Anggota

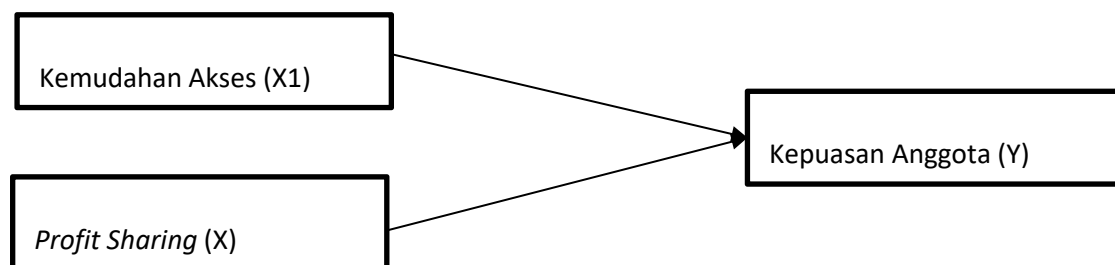
Dalam buku Marketing Management, Kotler dan Keller (2005) menjelaskan bahwa kepuasan anggota merupakan tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Kepuasan akan tercapai apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi ekspektasi, sedangkan ketidakpuasan timbul ketika kinerja berada di bawah harapan.

Variabel kepuasan anggota merujuk pada sejauh mana produk dan layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, serta harapan nasabah. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan anggota antara lain:

- a. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)
Meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Parasuraman & Zeithaml, 1998).
- b. Kemudahan Akses
Aksesibilitas layanan seperti lokasi strategis, jam operasional yang fleksibel, dan ketersediaan teknologi (Tjiptono, 2014).
- c. Kecepatan dan Efisiensi Layanan
Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi serta efisiensi dalam proses pengajuan pembiayaan atau produk lainnya (Kotler & Keller, 2016).
- d. Transparansi Informasi
Tingkat kejelasan informasi terkait produk, suku bunga bagi hasil, dan prosedur yang diberikan kepada nasabah (Kasmir, 2014).
- e. Kesesuaian Produk dengan Kebutuhan Anggota
Kemampuan produk BMT, seperti pembiayaan mudharabah dan tabungan syariah dalam memenuhi kebutuhan spesifik nasabah (Karim Adiwarmanto, 2010).

- f. Harga atau Biaya yang Kompetitif
Tingkat kompetitif dari biaya administrasi, margin pembiayaan dan keuntungan bagi hasil dibandingkan lembaga keuangan lainnya (Lovelock & Wright, 2005).
- g. Kepuasan terhadap Hasil Layanan
Persepsi nasabah mengenai manfaat yang diperoleh, seperti kemudahan mendapatkan pembiayaan atau keuntungan tabungan (Rahardjo Tulus, 2009).
- h. Kepercayaan terhadap Manajemen BMT (Sofyan Syafri, 2003).
- i. Loyalitas Nasabah
Indikator ini mengukur kesetiaan anggota terhadap BMT, termasuk keinginan untuk terus menggunakan layanan dan merekomendasikan kepada orang lain (Griffin, 2005).

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Berpikir

2.5 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang ada, maka hipotesis disusun sebagai berikut:

H1 : Kemudahan Akses berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera Kabupaten Karanganyar

H2 : *Profit Sharing* berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera Kabupaten Karanganyar

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Lokasi penelitian ditetapkan di BMT Kube Colomadu Sejahtera, Kabupaten Karanganyar. Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera Kabupaten Karanganyar.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana responden yang secara tidak sengaja ditemui peneliti dan memenuhi kriteria dapat dijadikan sebagai sampel penelitian. Penentuan jumlah sampel mengacu pada ketentuan

JMBEKO

Jurnal Manajemen, Bisnis & Eco-Industri

Peer Reviewed – Jurnal National

Vol-1, Issue-1, 2026 (JMBEKO)

E-ISSN: (Dalam Proses) P-ISSN: (Belum Tersedia)

<http://ojsman.jurmaasin.net/index.php/jmbeko/>

minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Karena terdapat 4 variabel dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 20×4 variabel, sehingga diperoleh total 80 responden

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	P value	Sig. $\alpha = 0,05$	Keterangan
X1.1	0,000	0,05	Valid
X1.2	0,000	0,05	Valid
X1.3	0,000	0,05	Valid
X1.4	0,000	0,05	Valid
X1.5	0,000	0,05	Valid
X2.1	0,000	0,05	Valid
X2.2	0,000	0,05	Valid
X2.3	0,000	0,05	Valid
X2.4	0,000	0,05	Valid
X2.5	0,000	0,05	Valid
Y1	0,000	0,05	Valid
Y2	0,000	0,05	Valid
Y3	0,000	0,05	Valid
Y4	0,000	0,05	Valid
Y5	0,000	0,05	Valid
Y6	0,000	0,05	Valid
Y7	0,000	0,05	Valid
Y8	0,000	0,05	Valid

Sumber: data diolah 2026

Dari hasil tabel uji validitas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya korelasi p value < sig α .

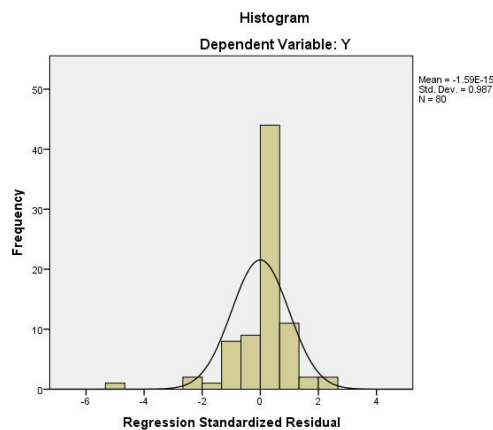
Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Role of Thumb	Keterangan
Kemudahan Akses (X1)	0,838	0,6	Reliabel
Profit Sharing (X2)	0,890	0,6	Reliabel
Kepuasan Anggota (Y)	0,957	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh faktor mempunyai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa kuisisioner yang digunakan untuk mengukur faktor kualitas pelayanan, kemudahan akses, *profit sharing* dan kepuasan anggota adalah reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas



Sumber: data diolah 2026

Hasil pengujian normalitas data pada histogram diatas menunjukkan bahwa grafik histogram seperti lonceng dan memiliki kecembungan ditengah dan tidak miring ke kiri maupun kanan, sehingga mengindikasikan bahwa residual data telah berdistribusi secara normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

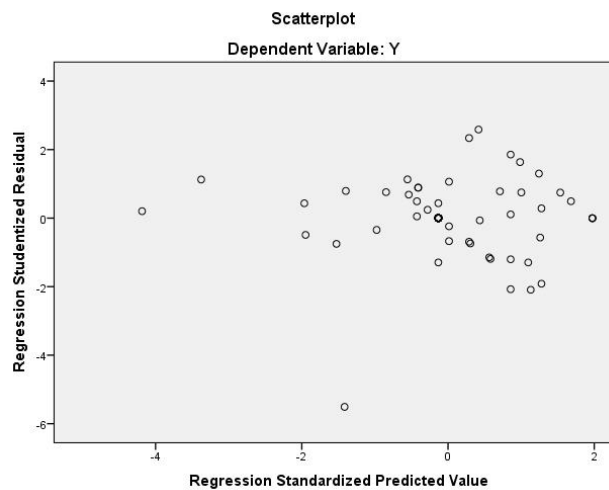
		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
Model	B	Std. Error	Beta	Tolerance			VIF
1 (Constant)	-.039	2.308		-.017	.986		
x1	.556	.193	.296	2.875	.005	.328	3.048
x2	1.046	.181	.596	5.786	.000	.328	3.048

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas, nilai tolerance masing-masing variabel tidak lebih dari 1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10. Hal ini dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah 2026

Berdasarkan gambar terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.”

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00582
Cases < Test Value	21
Cases >= Test Value	59
Total Cases	80
Number of Runs	35
Z	.882
Asymp. Sig. (2-tailed)	.378

a. Median

Sumber: data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas hasil Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,378 > 0,05$, maka data tidak terjadi autokorelasi (lolos).

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1140.475	2	570.238	105.163	.000 ^b
	Residual	417.525	77	5.422		
	Total	1558.000	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat diartikan bahwa nilai sig untuk pengaruh harga (X1) Kemudahan Akses dan (X2) *Profit Sharing* terhadap Kepuasan Anggota (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 diterima. Artinya Kemudahan Akses (X1) dan *Profit Sharing* (X2) terhadap Kepuasan Anggota (Y) secara signifikan.

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.039	2.308		-.017	.986		
	x1	.556	.193	.296	2.875	.005	.328	3.048
	x2	1.046	.181	.596	5.786	.000	.328	3.048

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2026

$$Y = - 0,039 + 0,556X_1 + 1,046X_2 + e$$

Hasil uji t pada variabel kemudahan akses nilai signifikansinya $0,005 < 0,05$. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel bagian kemudahan akses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT. Hasil uji t pada variabel *profit sharing* nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel *profit sharing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.856 ^a	.732	.725	2.32860	.732	105.163	2	77	.000	1.681

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai adjusted R square yang diperoleh sebesar 0,725 yang artinya dalam penelitian ini variabel kepuasan anggota 72,5% dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan *Profit Sharing*. Sedangkan sisanya sebesar 27,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

4.2 Pembahasan.

1. Pengaruh Kemudahan Akses terhadap kepuasan anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Kube Colomadu Sejahtera, hal ini dilihat dari nilai signifikansinya $0,005 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang artinya kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, kemudahan akses terbukti memiliki kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kepuasan anggota. Artinya, semakin baik tingkat kemudahan yang diberikan oleh BMT, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota.

Kemudahan akses dalam penelitian ini mencerminkan kemudahan dalam prosedur layanan, kejelasan informasi, kemudahan persyaratan administrasi, serta kemudahan dalam melakukan transaksi. Anggota yang merasakan proses yang sederhana, cepat, dan tidak berbelit-belit cenderung memiliki persepsi positif terhadap lembaga. Kemudahan tersebut juga mengurangi hambatan psikologis maupun administratif dalam memanfaatkan layanan keuangan syariah.

Selain itu, kemudahan akses dapat meningkatkan efisiensi waktu dan biaya bagi anggota. Lokasi yang mudah dijangkau serta sistem layanan yang praktis membuat anggota merasa lebih nyaman dan terbantu dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka. Kondisi ini secara langsung membentuk pengalaman yang menyenangkan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Sumarwan (2014) yang menyatakan bahwa kemudahan akses berkaitan dengan persepsi individu terhadap kemudahan dalam memahami dan menggunakan suatu layanan. Zeithaml et al. (2002) juga menegaskan bahwa aksesibilitas merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Oleh karena itu, BMT Kube Colomadu Sejahtera perlu terus mengoptimalkan kemudahan akses sebagai strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan anggota secara berkelanjutan.

2. Pengaruh *Profit Sharing* terhadap Kepuasan Anggota di BMT Kube Colomadu Sejahtera

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profit sharing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Kube Colomadu Sejahtera, hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang artinya profit sharing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Kube Colomadu Sejahtera.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profit sharing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Kube Colomadu Sejahtera. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, sistem bagi hasil yang diterapkan BMT terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kepuasan anggota. Semakin baik dan transparan mekanisme profit sharing yang diterapkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan anggota.

Profit sharing dalam lembaga keuangan syariah merupakan sistem pembagian keuntungan antara pemilik dana dan pengelola berdasarkan kesepakatan yang telah ditetapkan. Anggota akan merasa puas apabila pembagian hasil dilakukan secara adil, proporsional, dan sesuai dengan perjanjian awal. Transparansi dalam perhitungan serta kejelasan informasi mengenai nisbah bagi hasil menjadi faktor penting dalam membangun persepsi positif anggota terhadap lembaga.

Selain memberikan manfaat finansial, sistem profit sharing juga mencerminkan prinsip keadilan dan kemitraan dalam ekonomi syariah. Ketika anggota merasakan bahwa pembagian keuntungan dilakukan secara jujur dan sesuai prinsip syariah, maka kepercayaan terhadap lembaga akan meningkat. Kepercayaan tersebut berperan besar dalam membentuk kepuasan, karena anggota merasa dihargai sebagai mitra, bukan sekadar nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Ascarya (2012) yang menyatakan bahwa keadilan dalam pembagian keuntungan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas dan kepercayaan anggota terhadap lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, BMT Kube Colomadu Sejahtera perlu terus menjaga konsistensi, transparansi, dan keadilan dalam penerapan sistem profit sharing agar kepuasan anggota dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan akses dan profit sharing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Kube Colomadu Sejahtera. Kemudahan akses yang ditunjukkan melalui prosedur yang sederhana, kemudahan transaksi, serta akses layanan yang praktis terbukti meningkatkan kenyamanan dan kepuasan anggota. Selain itu, sistem profit sharing yang adil, transparan, dan sesuai prinsip syariah juga memberikan kontribusi nyata dalam membangun kepercayaan dan kepuasan anggota. Dengan demikian, kedua variabel tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas hubungan antara BMT dan anggotanya.

5.2 Saran

BMT Kube Colomadu Sejahtera disarankan untuk terus meningkatkan kemudahan akses layanan melalui penyederhanaan prosedur, optimalisasi teknologi, dan peningkatan kejelasan informasi kepada anggota. Di samping itu, lembaga perlu menjaga konsistensi dan transparansi dalam penerapan sistem profit sharing agar tetap adil dan sesuai dengan prinsip syariah. Upaya tersebut diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan tingkat kepuasan anggota serta memperkuat loyalitas mereka terhadap BMT.

6. REFERENSI

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya, A. (2012). Transmission channel and effectiveness of dual monetary policy in Indonesia. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 14(3), 269-298.

- Cindy Madiyaningsih, Prastiwi, I. E., & Muhammad Tho'in. (2025). The Influence Of Product Knowledge, Trust And Socialization On Customer Decisions In Financing "Future Package" At BTPN Syariah (Study at BTPN Syariah Mms Banking Mojosoongo, Boyolali, Indonesia). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 9(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v9i2.17042>
- Karim, A. A. (2010). *Ekonomi Makro Islami*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Revisi ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Khosiah, S., Prastiwi, I., & Marimin, A. (2024). Implementasi Program Dana Talangan Haji Khusus Antrian 7 Tahun dengan Program Dana Talangan Haji di BMT Mitra Mandiri Jawa Tengah. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 5(1), 213-227. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v5i1.246>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Krug, S. (2000). *Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability*. Indianapolis: New Riders Publishing.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2016). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (14th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Sugiono, E. (2019). Pengaruh Rekrutmen, Penempatan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt Indoturbine Jakarta Pusat. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(2).
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo, & Gremler, Dwayne D. (2002). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo, & Gremler, Dwayne D. (2002). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.