



THE INFLUENCE OF DIRECT MARKETING, INFORMAL SOCIALIZATION, AND FACILITIES ON COMMUNITY INTEREST IN BATUANG TABA VILLAGE AT BMT PADANG AMANAH SEJAHTERA

PENGARUH PEMASARAN LANGSUNG, SOSIALISASI INFORMAL, DAN FASILITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT DI KELURAHAN BATUANG TABA PADA BMT PADANG AMANAH SEJAHTERA

Siska Fitrima Sari¹, Geby Salsha Nabila²

^{1,2} Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera barat

E-mail: siskafitrima@gmail.com¹, gebyshalsanabila@gmail.com²

ARTICLE INFO

Correspondent

Siska Fitrima Sari
siskafitrima@gmail.com

Key words:

direct marketing influence, informal socialization, and facilitation

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 137 - 146

ABSTRACT

The public has an important role as a form of conducting transactions in a financial institution. In attracting public interest to make transactions at BMT Padang Amanah Sejahtera, various efforts are made such as marketing products directly, socializing to providing facilities to make people feel comfortable when transacting. Factors influencing interest in using KSPPS services include direct marketing, informal socialization, and facilities. Therefore, from the focus of this research can be drawn the formulation of the problem: 1) How the influence of direct marketing on public interest in BMT Padang Amanah Sejahtera. 2) How does informal socialization affect public interest in BMT Padang Amanah Sejahtera. 3) How the influence of facilities on public interest in BMT Padang Amanah Sejahtera. 4) How the influence of direct marketing, informal socialization and facilities on public interest in BMT Padang Amanah Sejahtera. From the results of data processing, it is concluded: 1) Direct marketing variables partially have a positive and significant influence on community interest in Batuang Taba Village. 2) The variable of informal socialization partially has a positive and significant effect on community interest in Batuang Taba Village. 3) Facility variables have an effect but not significant on community interest in Batuang Taba Village. 4) Direct marketing variables, informal socialization, and facilities simultaneously affect community interest in Batuang Taba Village.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Siska Fitriana Sari <i>siskafitriana@gmail.com</i> Kata kunci: pemasaran langsung, sosialisasi informal, fasilitas Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 137 - 146	Masyarakat memiliki peran penting sebagai bentuk untuk melakukan transaksi di sebuah lembaga keuangan. Dalam menarik minat masyarakat untuk melakukan transaksi di BMT Padang Amanah Sejahtera dilakukan berbagai upaya seperti halnya dengan memasarkan produk secara langsung, bersosialisasi hingga menyediakan fasilitas untuk membuat masyarakat merasa nyaman saat bertransaksi. Faktor-faktor mempengaruhi minat untuk menggunakan jasa KSPPS di antaranya pemasaran langsung, sosialisasi informal, dan fasilitas. Maka dari fokus penelitian ini dapat ditarik rumusan masalah: 1) Bagaimana pengaruh pemasaran langsung pada minat masyarakat pada BMT Padang Amanah Sejahtera. 2) Bagaimana pengaruh sosialisasi informal pada minat masyarakat pada BMT Padang Amanah Sejahtera. 3) Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat masyarakat pada BMT Padang Amanah Sejahtera. 4) Bagaimana pengaruh pemasaran langsung, sosialisasi informal dan fasilitas pada minat masyarakat pada BMT Padang Amanah Sejahtera. Dari hasil olah data disimpulkan: 1) Variabel pemasaran langsung secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba. 2) Variabel sosialisasi informal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba. 3) Variabel fasilitas berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba. 4) Variabel pemasaran langsung, sosialisasi informal, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba. <i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Di Indonesia Lembaga keuangan Syariah saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini di tandai dengan semakin banyaknya Lembaga-lembaga keuangan islam salah satunya yaitu bank muamalat pertama di Indonesia yang sampai saat ini berbagai bank islam telah muncul. Selain itu juga telah muncul Lembaga keuangan islam lainnya seperti Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, dan Lembaga Keuangan Mikro Islam. BMT merupakan salah satu jenis Lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam skala mikro seperti koperasi simpan pinjam (KSP).

Baitul maal tamwil (BMT) terdiri dari dua pengertian yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal adalah Lembaga keuangan yang mengolah dana bersifat nirlaba (sosial) seperti zakat, infaq, shadaqah, maupun wakaf serta mengatur distribusinya sesuai dengan yang telah di amanahkan serta disyaratkan dalam islam, sedangkan

Baitul tamwil adalah Lembaga keuangan yang berfungsi sebagai intermediasi keuangan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan berlandaskan profit motive (motif keuntungan). (Jannah, U., Hak, N., & Hariyadi, R. 2023).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran umat muslim akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, BMT menjadi alternatif yang menarik bagi mereka yang ingin mendapatkan layanan keuangan yang sesuai dengan keyakinan mereka. BMT berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan yang halal, seperti pembiayaan mikro, tabungan, pembiayaan kendaraan, pembiayaan modal usaha, dan lain sebagainya. Salah satu karakteristik utama BMT adalah keberpihakannya pada pemberdayaan ekonomi masyarakat yang kurang mampu, BMT mampu memberikan solusi keuangan yang relevan dan terjangkau bagi masyarakat yang seringkali diabaikan oleh Lembaga keuangan tradisional (Nura Rahayu, 2023).

Selain memberikan akses keuangan, BMT juga berperan dalam memberikan Pendidikan dan pembinaan kepada nasabahnya. Edukasi mengenai manajemen keuangan, pengelolaan usaha, dan pengembangan keterampilan menjadi bagian penting dari peran BMT dalam memperkuat perekonomian masyarakat. Dengan menyediakan pelatihan dan pendampingan, BMT membantu meningkatkan kapasitas ekonomi dan kemandirian finansial anggotanya. BMT juga memiliki mekanisme pengawasan yang berbeda dengan Lembaga keuangan konvensional.

Prinsip keuangan Syariah yang dijalankan oleh BMT mengharuskan adanya Lembaga pengawas independen yang disebut Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS bertugas memastikan bahwa seluruh operasional BMT sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah dan tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan. Hal ini memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa transaksi mereka dilakukan secara etis dan sesuai dengan prinsip Syariah.

Perkembangan BMT tidak hanya terbatas di lokal, tetapi juga telah meluas ke tingkat nasional dan internasional. Banyak BMT yang telah mendapatkan pengakuan dan penghargaan sebagai Lembaga keuangan mikro yang sukses dan berdampak positif. Keberhasilan BMT dalam memberikan pelayanan keuangan Syariah yang inovatif dan inklusif telah menjadi inspirasi bagi Lembaga keuangan lainnya untuk mengadopsi prinsip-prinsip Syariah dalam operasional mereka.

Namun, seperti halnya dengan Lembaga keuangan lainnya, BMT juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Tantangan utama yang dihadapkan oleh BMT termasuk pemenuhan modal, manajemen resiko, pengembangan produk yang inovatif dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi keuangan. Untuk menghadapi tantangan ini, BMT perlu terus berinovasi dan berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk Lembaga keuangan Syariah lainnya, pemerintah dan masyarakat.

BMT sendiri adalah Lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat martabat serta membela kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas modal awal tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan sistem ekonomi yang berintikan keadilan, kedamaian, dan kesejahteraan. BMT merupakan Lembaga

keuangan Syariah dengan target operasionalnya fokus pada sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM), (Melina. F , 2020)

Kota Padang menjadi salah satu koperasi simpan pinjam dan pembiayaan Syariah yang memiliki kuantitas mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Sebagai salah satu jenis koperasi yang mampu menjaga eksistensinya dan memiliki jumlah KSPPS yang cukup tinggi, keberadaan KSPPS di Kota Padang diharapkan dapat membantu meningkatkan kondisi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat salah satunya adalah dapat dilihat dari jumlah SHU koperasi tersebut (Novesi, V. T., & Marwan, M. 2023)

Kota Padang sendiri merupakan daerah dengan inovasi pengembangan BMT dan KSPPS yang cukup membanggakan. Program pemerintah Kota Padang yang memberikan bantuan modal untuk pengembangan BMT dikururkan kepada setiap kelurahan yang berjumlah 104 KJKS BMT. Program ini di mulai pada tahun 2009 dan berkesinambungan hingga saat ini. Jumlah ini merupakan jumlah KJKS BMT tersebut dikururkan bantuan permodalan hingga 300 juta rupiah (Zaky Mubarak Lubis, 2019)

Pemerintah memberikan bantuan modal untuk pengembangan BMT disetiap kelurahan termasuk di Kelurahan Batuang Taba yang dinamai dengan BMT Padang Amanah Sejahtera yang dibuka pada tanggal 4 Juni 2010 oleh Bapak Walikota Padang. Program tersebut dibentuk dalam upaya mengatasi permasalahan kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat, membantu permodalan bagi bagi usaha ekonomi produktif dan pengelolaan usaha bagi bagi usah mikro yang ada di Kota Padang

BMT pada saat ini juga merupakan suatu kebutuhan yang penting bagi manusia, baik bagi masyarakat yang membutuhkan pembiayaan maupun masyarakat yang membutuhkan suatu hal yang dapat menarik minatnya untuk melakukan transaksi tersebut, maka untuk dapat menarik minat dari masyarakat adalah dengan menciptakan komunikasi yang efektif untuk dapat mempromosikan koperasi Syariah kepada masyarakat untuk menciptakan komunikasi yang baik hal yang diperlukan adalah keramah tamahan pasda masyarakat (Reni, R., & Alhifni, A. 2019).

Oleh sebab itu sangat perlu bagi nasabah memahami tentang produk-produk yang disediakan koperasi Syariah dibandingkan produk Lembaga keuangan lain. Agar nasabah lebih tertarik untuk memilih koperasi Syariah yang dapat menjadi penunjang ekonomi yang handal dan beroperasi secara sehat.

Namun di sisi lain pemahaman nasabah terhadap Lembaga keuangan masih belum optimal dan menyeluruh. Hal ini disebabkan karena keterbatasan sumber daya manusia yang bertugas memahami dan memasarkan produk beserta sistem syariahnya, dan juga karena fasilitas dan sosialisasi masih kurang untuk memaparkan keunggulan produk Syariah. Dalam sistem keuangan Syariah dengan adanya prinsip bagi hasil telah memberikan keuntungan antar pihak, sistem bagi hasil tersebut membrikan aspek keadilan dalam bertransaksi serta melaksanakan kegiatan investasi yang menunjang etika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam aktifitas operasionalnya (Zulianto, A. 2019)

Selain itu faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat adalah adanya pemasaran langsung sebagai proses merancang komunikasi yang efektif harus memperhatikan langkah-langkah proses komunikasi, mulai dari komunikator, sebagai informasi, isi pesan, media yang digunakan dan kesiapan komunikan (penerima) sehingga mendapatkan respon yang sesuai diharapkan. Agar komunikasi pemasaran efektif maka proses adopsi (penerimaan) harus dipertimbangkan penetapan tujuan dan respon komunikasi (M. Marentek At all, 2020).

Agar dapat komunikasi yang baik untuk dapat meningkatkan minat nasabah diperlukan adanya sosialisasi untuk menjelaskan mengenai koperasi syariah beserta produk yang ditawarkan kepada masyarakat secara langsung, baik menjelaskan kepada sekelompok masyarakat atau secara individu. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan perusahaan akan membuat produk tidak dikenal secara luas oleh masyarakat, sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk meyakinkan masyarakat (Susilo. E, 2017).

Pemahaman yang kurang terhadap Lembaga keuangan Syariah salah satunya diakibatkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem ekonomi Syariah. Dengan demikian hal tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap BMT. Maka tugas yang penting yang harus dilakukan oleh pengelolaan anggota BMT adalah meningkatkan sosialisasi melalui media masa yang aktif, sehingga pengetahuan masyarakat mengenai BMT tidak terbatas hanya pada BMT yang menggunakan sistem bagi hasil (Utami. R, 2016).

Dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat memberikan contoh sosialisasi lembaga keuangan Syariah yang tepat yaitu salah satunya di acara pengajian, dimana mayoritas adalah orang-orang yang telah sadar mengenai agama sehingga lebih mudah memasarkan Lembaga keuangan Syariah (Hidayat, S. 2018)

Selain komunikasi dan sosialisasi hal yang diperlukan agar lancarnya sesuatu yang diperhatikan untuk dapat menarik minat masyarakat adalah dengan tersedianya fasilitas yang memudahkan pelaksanaan dalam proses kerja. Dukungan fasilitas kerja yang berupa teknologi yang baik akan mempermudah dan mempercepat pekerjaan.

Fasilitas kerja merupakan sarana yang diberikan organisasi untuk mendukung jalannya roda organisasi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh pemegang kendali. Fasilitas kerja yang tersedia akan memberikan dampak yang positif bagi pegawai dalam meningkatkan prestasi kerja pegawai (Asri *et al.*, 2019)

Selanjutnya menurut (Alma, B. 2009) fasilitas adalah perlengkapan- perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada penggunaannya sehingga kebutuhan pengguna fasilitas tersebut dapat terpenuhi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas kerja merupakan pendorong dalam membantu kerja karyawan agar lebih produktif dan dapat menambah semangat kerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Fasilitas kerja yang tersedia semestinya dapat diakses dan di manfaatkan dengan baik oleh pegawai dalam melakukan pekerjaannya untuk dapat kinerja yang baik, permasalahan yang timbul adalah kurangnya fasilitas kerja yang memadai atau tidak termanaftkannya dfasilitas kerja yang ada, sehingga terkesan mubazir (Nurhadian, A. F, 2019).

Dari pengertian fasilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja lebih efektif jika dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap sehingga karyawan maupun nasabah lebih terlihat nyaman. Lain halnya dengan BMT Padang Amanah Sejahtera yang memiliki fasilitas tetapi tidak dapat berfungsi sesuai dengan kinerja yang membuat kurangnya minat nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif yang mana metode ini disebut juga sebagai metode positivistic sebab di dasari oleh filsafat positivism, metode penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi serta sampel yang terdapat, pada pengumpulan data metode ini menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik menggunakan tujuan artinya menguji hipotesis yang telah di tetapkan sebelumnya (sugiono, 2016). Tempat penelitian berlangsung adalah di Kelurahan batuang Taba dengan objek BMT Padang Amanah Sejahtera.

Analisis Data

Analisis deskriptif dimaksud untuk menggambarkan masing-masing variable secara mandiri yaitu Pemasaran Langsung (X1), Sosialisasi informal (X2), Fasilitas (X3) Dan Minat masyarakat (Y) di Kelurahan Batuang Taba. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan masing-masing variable dalam bentuk menyatukan data kedalam bentuk hasil distribusi, frekuensi, kemudian dilakukan analisis persentase, mean, standard deviasi, dan koevisien variasi serta memberikan interpretasi analisis tersebut.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Bertujuan buat menguji apakah nilai residual yang telah terstandarisasi di contoh regresi berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan Suliyanto (2011), "Nilai residual dikatakan normal Jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai homogen rata-rata.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini dipergunakan untuk menguji apakah contoh regresi ditemukan adanya hubungan antara variabel bebas atau tidak, contoh yang baik tidak akan terjadi korelasi antara variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai Tolerance (Ghozali, 2011).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan Jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Contoh regresi yang baik adalah yang mengandung situasi Homoskedastisitas (Ghozali, 2011).

Analisis Linear Berganda

Uji Analisis Regresi Linier Berganda Uji ini digunakan untuk menganalisis data yang bersifat multivariate. Analisis ini dipergunakan untuk menganalisis nilai variabel dependen menggunakan variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu.

Uji Hipotesis

1. Uji-T

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen atau mengetahui seberapa tingkat signifikansi variabel independen secara individu. Uji ini dilakukan secara parsial atau individu dengan menggunakan uji-t statistic untuk masing-masing variabel bebas. Pada penelitian ini, Pengujian dilakukan pada signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$)

2. Uji simultan dengan uji F

Ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun nilai taraf signifikannya sebesar $\alpha=1\%$ sampai dengan 10% . Untuk melakukan uji hipotesis,

3. Uji R² (Uji Koefisien Determinasi)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sudah sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, atau dapat dikatakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Analisis koefisien R² digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase yang berpengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.20454218
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Sig	Tolerance	VIF
Komunikasi pemasaran langsung	0,01	836	1,196
Sosialisasi informal	738	826	1,221
Fasilitas	749	929	1,077

3. Uji Heteroskedastis

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.192	3.571		2.014	.454		
pemasaran langsung	.523	.142	.547	3.688	.467	.836	1.196
sosialisasi informal	.071	.210	.050	.337	.912	.826	1.211
fasilitas	.048	.148	.045	.322	.905	.929	1.077

a. Dependent Variable: minat masyarakat

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.462	2.216		5.173	.000	
pemasaran langsung	.679	.089	.711	7.664	.000	
sosialisasi informal	.581	.083	.643	7.004	.000	
fasilitas	.127	.096	.120	1.323	.194	

a. Dependent Variable: minat masyarakat

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji-T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.462	2.216		5.173	.000	
pemasaran langsung	.679	.089	.711	7.664	.000	
sosialisasi informal	.581	.083	.643	7.004	.000	
fasilitas	.127	.096	.120	1.323	.194	

a. Dependent Variable: minat masyarakat

2. Uji- F

ANOVA						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	433.865	3	144.622	30.619	.000 ^b	
Residual	170.035	36	4.723			
Total	603.900	39				

a. Dependent Variable: minat masyarakat

b. Predictors: (Constant), fasilitas, sosialisasi informal, pemasaran langsung

3. Uji-R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.718	.695	2.173

a. Predictors: (Constant), fasilitas, sosialisasi informal, pemasaran langsung

b. Dependent Variable: minat masyarakat

SIMPULAN

Dari uji hipotesis didapatkan:

1. Variabel pemasaran langsung secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba pada BMT Padang Amanah Sejahtera
2. Variabel sosialisasi informal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba pada BMT Padang Amanah Sejahtera
3. Variabel Fasilitas berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba pada BMT Padang Amanah Sejahtera
4. variabel pemasaran langsung (X1), sosialisasi informal (X2), dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Batuang Taba pada BMT Padang Amanah Sejahtera

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Ansar, & Munir, A. R. (2019). Pengaruh Kompensasi, Fasilitas Kerja, Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Melalui Kepuasan Kerja Pegawai Pada Rektorat Uin Alauddin Makassar. *Journal of Management*, 2(1).
- Hidayat, S. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 198-212.
- Jannah, U., Hak, N., & Hariyadi, R. (2023). Peran BMT Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Usaha Mikro (Studi Kasus BMT Syariah Jaya Abadi). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8438-8447.
- M. Marentek, At all (2020). Komunikasi Pemasaran
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 269-280.
- Novesi, V. T., & Marwan, M. (2023). Pengaruh Modal Sendiri, Jumlah Pembiayaan, dan Pembiayaan Bermasalah (Non Performing Financing) Terhadap Sisa Hasil Usaha Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22170-22180.
- Nura Rahayu (2003), BMT (Baitul mal waat tamwil).
- Nurhadian, A. F. (2019). Pengaruh fasilitas kerja terhadap kinerja pegawai. *Bisnis Dan Iptek*, 12(2502-1559), 3.
- Reni, R., & Alhifni, A. (2019). faktor-faktor penyebab kurangnya minat masyarakat menabung di Ikms (studi: bmt barokah abdussalam). *jurnal syarikah: jurnal ekonomi islam*, 5(1).

- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Susilo, E. (2017). Shariah Compliance Akad Rahn Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus BMT Mitra Muamalah Jepara). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), 120-136.
- UTAMI, R. (2016). persepsi nasabah kelurahan sei selincih terhadap keberadaan bmt (baitul mal wat tamwil) al-aqobah palembang (doctoral dissertation, uin raden fatah palembang).
- Zaky Mubarak Lubis, (2019). Sumber Daya Manusia Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) di Kota Padang: Dilema antara Pengelolaan dan Pemahaman Konsep. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(1), 77-89.
- Zulianto, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo. *Attanwir: Jurnal Keislaman dan Pendidikan*, 10(2), 16-34.