**EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI**

**PADA KSU AL KAHFI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DEPOSITO PROMO**

Nita Ambar Sari dan Norma Fitria\*

PRODI HES FAI UNIVERSITAS HASYIM ASYARI TEBUIRENG

[NITAAMBARSARI0682@gmail.com](mailto:NITAAMBARSARI0682@gmail.com)

Abstract: This article aims to describe the efforts of KSU Al-Kahfi Jombang in increasing the number of promo deposit customers and using qualitative methods with observation, interviews and documentation as data collection techniques and then analyzed descriptively. The results showed that the promotion strategy of the Deposito Promo product in increasing the number of customers at KSU Al-Kahfi Jombang was said to have been effective. There are positive changes which have occurred during the last 4 years. In addition, customers of the KSU Al-Kahfi Jombang Deposit Promo products are also able to have a good impact on their business performance.

*Keywords: Effectiveness, Promotion Strategy*

Abstrak: Artikel ini bertujuan mendeskripsikan upaya KSU Al-Kahfi Jombang dalam meningkatkan jumlah nasabah Deposito Promo dan Menggunakan metode kualitatif dengan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data dan kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi pada produk Deposito Promo dalam meningkatkan jumlah nasabah di KSU Al-Kahfi Jombang dikatakan sudah efektif. Terdapat perubahan positif yang mana terjadi selama 4 tahun terakhir. Selain itu nasabah dari produk Deposito Promo KSU Al-Kahfi Jombang juga mampu membawa dampak baik dari kinerja usahanya.

*Kata Kunci: Efektivitas, Strategi Promosi*

\*Alumnus dan Dosen tetap HES FAI UNHASY Tebuireng Jombang

**PENDAHULUAN**

Kemunculan *Baitul Mal Wat Tamwil* seiring dengan upaya dari para ahli ekonomi untuk memperbaiki perekonomian Islam di Indonesia, agar mampu mengganti sistem ekonomi konvensional yang berbasis bunga menjadi sistem ekonomi Islam yang menerapkan sistem bebas bunga dalam operasionalnya. Masih banyak masyarakat yang tergantung pada rentenir padahal mereka mengetahui bahwasanya rentenir itu bukan memudahkan ekonomi masyarakat itu sendiri, tetapi sebaliknya rentenir lebih menindas perekonomian. Masyarakat tergantung dengan rentenir disebabkan terpenuhinya pemenuhan dana dengan cepat pada transaksi pinjam meminjam dan sangat mudah untuk ditemui seorang rentenir ditempat perekonomian masyarakat khususnya pasar. Oleh sebab itu BMT muncul dengan berbasis koperasi syariah yang bertujuan untuk melepaskan ketergantungan masyarakat pada rentenir. Di Indonesia sendiri setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) timbul peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syariah.[[1]](#footnote-1) Operasinalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasional daerah.

Terkait dengan bertambahnya lembaga keuangan mikro yang berbasis *syariah*, perlu adanya pelayanan yang baik guna menghadapi persaingan karena tanpa dibekali kemampuan dan keunggulan untuk bisa bersaing dengan baik produk yang ditawarkan tidak akan bisa bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Perusahaan perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat bagi usaha yang dijalankannya.

Istilah *Baitul Mal Wa Tamwil* berasal dari dua kata, yaitu *baitul mal* yang mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana bersifat nonprofit, seperti zakat, infaq, dan sedekah dan *baitul tamwil* yang merupakan lembaga usaha mengarah pada pengumpulan dan penyaluran dana komersial. BMT merupakan pengembangan ekonomi berbasis masjid. Bentuk kegiatan BMT menyerupai koperasi akan tetapi harus berdasarkan prinsip-prinsip *Syariah* Islam.[[2]](#footnote-2) *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) adalah nama generik dari KJKS/UJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah/Unit Jasa Keuangan Syariah).

Koperasi merupakan suatu sistem ekonomi yang bersifat sosial.[[3]](#footnote-3) Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib kehidupan ekonomi berdasarkan tolong-menolong.[[4]](#footnote-4) Koperasi juga merupakan badan hukum yang didirikan perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha bersama, guna memenuhi kebutuhan dibidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan prinsipnya.[[5]](#footnote-5) Sedangkan Koperasi Serba Usaha ialah koperasi yang menjalankan berbagai jenis usaha untuk memenuhi kebutuhan anggota dan masyarakat.

Seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat di wilayah Jombang mengenai permasalahan keuangan, maka berdirilah Lembaga keuangan mikro syariah yang pada saat itu bernama KJKS BMT Al-Kahfi. Lembaga ini beroperasi pada tanggal 5 Juni 2008.[[6]](#footnote-6) Seiring dengan berjalannya waktu nama KJKS BMT Al-Kahfi berubah menjadi KSU Al-Kahfi dengan Nomor Badan Hukum 518.1/277/PAD/XVI.8/415.35/2016. Hal ini dipengaruhi dari adanya keinginan untuk perkembangan usaha. Akan tetapi lembaga keuangan ini masih memegang erat prinsip syariah dalam operasionalnya.

Dalam Al Qur an dijelaskan bahwa Allah menghimbau agar lebih amanah dalam menyampaikan titipan dan melarang adanya riba, sebagaimana berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الأمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat(titipan) kepadaa yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.* (Q.S An-Nisa: 58)[[7]](#footnote-7)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah menghimbau kita agar amanah dalam setiap menjaga titipan.

Dalam meningkatkan jumlah nasabah KSU memiliki beberapa produk unggulan, diantaranya adalah produk tentang deposito. Adapun pengertian deposito berjangka yaitu investasi dana menggunakan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara pihak nasabah penyimpan dan pihak bank syariah dan/atau UUS.[[8]](#footnote-8) Deposito ini merupakan simpanan dalam bentuk pihak ketiga, yang menerbitkan nama dari nasabah pada bank dan waktu penarikannya hanya terbatas sesuai perjanjian yang disepakati dua belah pihak. Adapun deposito *syariah* adalah deposito yang berdasarkan prinsip *syariah*.[[9]](#footnote-9)

Agar meningkatnya penjualan dari sebuah produk deposito promo, maka pada KSU Al- Kahfi menginformasikan kepada calon nasabahnya dengan cara promosi. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis dari produk yang ditawarkan dan bermaksud menarik calon nasabah yang baru.[[10]](#footnote-10)Sehingga akan bertambah minat masyarakat terhadap produk. Promosi itu identik dengan pemberian informasi. Kata kunci yang penting bagi terbangunnya kepercayaan dari konsumen adalah bahwa promosi atau informasi itu ialah fakta dan kejujuran yang disampaikan pihak bank kepada calon dan nasabah.

Dalam melaksanakan strategi pengembangan produk dengan promosi cara ini dianggap sangat bagus untuk meningkatkan jumlah nasabah Deposito Promo pada KSU Al-Kahfi. Hal ini diketahui dari banyaknya respon positif nasabah yang mengambil produk ini dalam periode 2016-2019.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil *setting* KSU Al- Kahfi Jalan Seroja kawasan Pasar Citra dan Pasar Legi Jombang. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dengan prosedur reduksi data, panayangan data, dan verifikasi/pengambilan simpulan

**HASIL PENELITIAN**

**Profil Koperasi Serba Usaha (KSU) Al-Kahfi**

Lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah BMT Al**-**Kahfi Jombang pendiriannya di prakarsai oleh tokoh masyarakat, alim ulama, dan tokoh-tokoh pemuda. Setelah persiapan maka tanggal 3 mei 2008 diadakan rapat investor disperindagkop yang diwakili oleh bapak Tulus dan dari Muamalah Center Indonesia (MCI) dan pada saat itulah BMT berdiri dengan nama KJKS Al**-**Kahfi merupakan salah satu jaringan Muamalah Center Indonesia yang ke 86 dan mendapatkan Badan Hukum dari Pemda Jombang pada tanggal Juni 2008 dengan Nomor Badan Hukum: 518.1/1193/BH/XVI.8/415.31/208 BMT Al**-**Kahfi berlokasi di Jalan Soroja Jombang yakni kawasan Pasar Citra Niaga atau Pasar Legi Jombang Jawa Timur.

BMT Al**-**Kahfi pertama kali beroprasi pada tanggal 5 juni 2008, pendiriannya dikarenakan keinginan untuk membentuk lembaga keuangan yang didalam operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Seiring dengan berjalannya waktu nama KJKS Al**-**Kahfi berubah menjadi KSU Al**-**Kahfi dengan Nomor Badan Hukum 518.1/277/PAD/XVI.8/415.35/2016. Hal ini dipengaruhi dari adanya keinginan untuk megembangkan lembaga, yang tidak hanya menyediakan pelayanan dari sektor keuangan saja tetapi juga dalam hal jasa tour dan travel berupa ziaroh dan wisata. Tentunya dalam bentuk penyediaan elf long dan bus.

Visi KSU Al**-**Kahfi adalah:

Mewujudkan lembaga ekonomi umat berdasarkan nilai – nilai yang *rahmatan lil alamin.*

Misi KSU Al**-**Kahfi adalah :

1. Membangun usaha mikro atau lembaga ekonomi yang tangguh, mandiri, dan profesional.
2. Membangun jaringan ekonomi umat yang tangguh, adil, dan mandiri.

**Mekanisme Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Produk Deposito Promo**

Produk Deposito Promo merupakan investasi berjangka yang berdasarkan pada prinsip syariah dan ditujukan kepada nasabah pasar dan nasabah yang sudah memiliki simpanan di KSU Al-Kahfi Jombang. Adapun produk ini menggunakan prinsip mudharabah mutlaqah. Dalam menjalankan prinsip mudharabah mutlaqah sepenuhnya tanggung jawab pengelolaan dana berada pada bank. Tidak ada batasan bank dalam penggunaan dana yang dihimpun dari nasabah, karena ia tidak memberikan syarat kepada bank saat melakukan investasi. Bank memiliki kebebasan dalam penyaluran dana ke setiap usaha bisnis apapun yang diperkirakan dapat menguntungkan. Setiap bulan deposan akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah dari investasi yang ia miliki pada bank

Hasil wawancara yang kami lakukan dengan para nasabah produk Deposito Promo di KSU Al-Kahfi Jombang yaitu sebagai berikut:

1. Ibu Eni Mulyaningsih, bagi beliau dengan adanya produk Deposito Promo di KSU Al-Kahfi Jombang ini sangat bagus. Sebab menjelang Hari Raya biasanya terdapat banyak dari nasabah yang melakukan penarikan dana dengan skala besar-besaran[[11]](#footnote-11).
2. Lilik Yosumiatun, dari wawancara secara langsung dengan beliau. Ibu Lilik Yosumiatun menjelaskan bahwasannya beliau sangat senang sekali dengan adanya hadiah yang diberikan kepada nasabah Deposito Promo. Beliau berkata *“Saya selama 2 periode melakukan simpanan Deposito Promo di KSU Al-Kahfi Jombang ini Alhamdulillah mendapatkan Hadiah yang saya inginkan yang pertama kipas angin dan mesin cuci.”*[[12]](#footnote-12)
3. Saleh, dari wawancara secara langsung beliau menjelaskan bahwasannya dengan adanya produk Deposito Promo ini beliau bisa mengoptimalkan lagi dana yang dimilikinya dan tidak diambil menjelang Hari Raya Idul Fitri.[[13]](#footnote-13)

Adapun keuntungan, nisbah, fasilitas, persyaratan, saldo minimum dari produk Deposit Promo:

1. Keuntungan: Dapat dijadikan jaminan dari pembiayaan, peluang besar mendapatkan hadiah menarik dari kupon yang akan diundi di akhir periode, bagi hasil bisa diambil perbulan
2. Nisbah: jangka waktu 1 bulan 0,7% : 0,9% (nasabah : bank) dan jangka waktu 6 bulan 0,42% : 0,54% (nasabah : bank)
3. Fasilitas: Sertifikat deposito, jangka waktu 6 bulan
4. Persyaratan: Kartu Identitas Asli (KTP/Paspor), setoran minimal Rp. 10.000.000, mengisi formulir pembukaan rekening, melakukan setoran awal Rp. 10.000.000
5. Saldo minimum: Rp.10.000.000 akan mendapatkan 1 kupon dan berlaku kelipatannya.

Deposito promo merupakan upaya untuk menarik para calon deposan untuk mendopositkan uangnya ke KSU Al**-**Kahfi. Promosi yang ditawarkan dalam produk deposito ini yakni mulai diadakan atau dibuka 2 bulan sebelum bulan Ramadhan. Selain itu deposan juga akan mendapatkan kupon yang akan diundi di akhir periode dengan periode 6 bulan dan dengan berbagai hadiah menarik.

Berikut ini adalah data wawancara secara langsung yang dilakukan kepada nasabah dari KSU Al-Kahfi Jombang mengenai pengetahuan tentang produk Deposito Promo, diantaranya:

“iya mbak, sebelumnya itu saya menabung ke kantor , terus saya ditawarin sama pegawainya produk ini. Katanya si ada hadiahnya, terus tahun kemarin saya coba beneran mbak.”[[14]](#footnote-14)

“tau saya mbak, waktu pegawainya KSU Al-Kahfi ke pasar saya diberitahu kalo produk ini ada kupon dan hadiahnya juga. Saya langsung tertarik mbak, ya selama ini saya nabung itu ndak ada hadiahnya gitu mbak. .”[[15]](#footnote-15)

“oh iya saya tau, kebetulan saya juga punya tabungan disitu. Waktu itu saya ditawarin produk ini yang ada hadianya. Saya senang sekali mbak waktu pengundian saya dapat lemari es.”[[16]](#footnote-16)

“ tau mbak barusan saya ditawarin pegawainya, kalo ada hadiahnya.”[[17]](#footnote-17)

“gak tau mbak, ini baru dengar dari sampean kalo disini ada produk yang berhadiah.”[[18]](#footnote-18)

“saya pernah ditawarin pegawainya mbak produk ini, tapi sayangnya saya kurang minat mbak.”[[19]](#footnote-19)

Berikut yaitu data wawancara yang dilakukan peneliti kepada staff dari KSU Al-Kahfi Jombang mengenai upaya yang dilakukan KSU Al-Kahfi Jombang dalam meningkatkan jumlah nasabah Deposito Promo, diantaranya:

“untuk cara yang dilakukan KSU Al-Kahfi Jombang dalam meningkatkan nasabah produk ini ya dengan promosi mbak, sebab tidak semua lembaga keuangan mampu memberikan hadiah dengan cara seperti ini.”[[20]](#footnote-20)

“kalo untuk meningkatkan jumlah nasabah terutama Deposito Promo cara yang bagus ya dengan memberikan kupon, terus hadiah kepada nasabahnya, agar mereka senang dan tetap setia ke KSU Al-Kahfi.”[[21]](#footnote-21)

“iya upaya yang digunakan agar nasabah produk ini meningkatkan selain hadiah dan kupon menurutku si dengan memberikan pengetahuan langsung kepada calon nasabah mbak.”[[22]](#footnote-22)

“jika lembaga keuangan ini bisa memberikan sarana dan prasarana lebih kepada nasabah pastinya jumlah dari nasabah produk ini bisa meningkat.”[[23]](#footnote-23)

“agar nasabah Deposito Promo ini bertambah diperlukannya pemberian informasi yang jelas kepada calon nasabah, supaya mereka mengetahui mbak bahwasannya di KSU Al-Kahfi ini ada produk tabungan deposito yang berhadiah.”[[24]](#footnote-24)

Hasil dari wawancara langsung kepada beberapa staff tentang bagaimana upaya KSU Al-Kahfi Jombang dalam meningkatkan jumlah nasabah Deposito Promo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kupon Undian, media yang diberikan KSU Al**-**Kahfi kepada nasabah produk Deposito Promo dan akan di undi ketika akhir periode dengan jangka waktu 6 bulan. Kupon diberikan kepada nasabah yang memiliki saldo minimum Rp. 10.000.000 dan berlaku kelipatannya.
2. Hadiah untuk pemilik simpanan Deposito Promo, hadiah ini diperuntukkan kepada nasabah yang memiki rekening Deposito Promo di KSU Al**-**Kahfi. Hal ini digunakan untuk meningkatkan daya tarik dari calon nasabah agar melakukan pembukaan rekening produk Deposito Promo.
3. Menginformasikan bertatap muka langsung, kegiatan strategi promosi ini dilakukan oleh *marketing* dari KSU Al**-**Kahfi dengan cara mendatangi nasabah langsung. Hal ini dilakukan untuk mempererat hubungan pihak bank dengan pihak nasabah agar nasabah lebih loyal terhadap pihak bank.
4. Membahagiakan nasabah, dengan adanya pelayanan dan karakteristik dari sebuah produk bank mengharapkan agar setiap nasabah dapat meningkatkan kesetian mereka kepada bank. Adapun kegiatan membahagiakan nasabah Deposito Promo di KSU Al-Kahfi Jombang yaitu dengan mendengarkan segala keluhan dari nasabah, memperbaiki sarana, prasarana pelayanan kepada nasabah dan menjalin hubungan kekeluargaan antara pihak bank dan nasabah dengan baik.

**EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI KSU AL**-**KAHFI JOMBANG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DEPOSITO PROMO**

Dalam mempertahankan keberlangsungan hidup dari suatu lembaga keuangan dibutuhkan cara yang baik agar dapat mengatasi masalah yang muncul seiring dengan berjalannya waktu. Selain itu pihak bank juga harus menjalin kerjasama dengan baik agar tercapainya tujuan suatu perusahaan tersebut. Kehadiran dari KSU Al**-**Kahfi sangat membawa pengaruh besar bagi setiap pengusaha ekonomi mikro dan setiap nasabahnya karena KSU Al**-**Kahfi merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang perbankan dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini KSU Al-Kahfi mampu memberikan produk investasi dalam bentuk Deposito Promo yang berdasarkan prinsip Mudharabah Mutlaqah dan di khususkan kepada mereka nasabah pasar dan nasabah yang sudah memiliki simpanan di KSU Al**-**Kahfi.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Dadan Surachmat [[25]](#footnote-25), selaku Manager KSU Al**-**Kahfi Jombang untuk mengukur kinerja dari adanya produk Deposito Promo yang dilakukan dan seberapa efektif dari pengukuran tersebut cara yang dilakukan yaitu dengan menetapkan target yang dilakukan oleh pimpinan. Penetapan target dilakukan dengan melihat berapa jumlah nasabah yang melakukan pembukaan rekening produk Deposito Promo di KSU Al**-**Kahfi pada periode tersebut. Berikut data produk Deposito Promo pada periode 2016-2019 KSU Al-Kahfi Jombang:

Tabel 1: Data Target dan Realisasi produk Deposito Promo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Target | Terealisasi |
| 2016 | Rp.10.000.000 | Rp. 12.000.000 |
| 2017 | Rp. 25.000.000 | Rp. 28.800.000 |
| 2018 | Rp. 50.000.000 | Rp.57.600.000 |
| 2019 | Rp. 80.000.000 | Rp.108.000.000 |

Berdasarkan data tersebut target yang dikeluarkan KSU Al-Kahfi Jombang dalam melakukan kegiatan promosinya pada produk Deposito Promo sudah bisa dikatakan efektif, hal ini dapat diketahui dari periode 2016-2019 keuntungan dari lembaga keuangan ini melebihi dari target yang telah ditentukan.

Persentase keuntungan yang dicapai produk Deposito Promo

Bagi Hasil Bank = Porsi Nisbah Bank × Rp.10.000.000 × 6

Bagi Hasil 1` Periode = Jumlah Nasabah × Bagi Hasil Bank

Penerapan produk Deposito Promo di KSU Al**-**Kahfi Jombang dikatakan sudah cukup berhasil dikarenakan sudah jelas terlihat bahwa terdapat peningkatan nasabah pada 4 tahun terakhir ini. Berdasarkan dengan penelitian yang sudah kami selesaikan disimpulkan bahwaannya nasabah produk Deposito Promo membawa dampak baik dari kinerja usahanya. Hal ini dapat kita lihat dari selesainya semua kegiatan investasi Deposito Promo dalam periode 6 bulan 4 tahun terakhir ini.

**SIMPULAN**

Penerapan pada praktiknya upaya yang dilakukan KSU Al**-**Kahfi Jombang dalam meningkatkan jumlah nasabah Deposito Promo yaitu dengan beberapa cara, diantaranya yaitu kupon undian yang diberikan kepada nasabah dengan saldo minim Rp.10.000.000, hadiah yang diberikan untuk pemilik simpanan Deposito Promo, menginformasikan bertatap muka langsung atau biasanya bisa disebut juga dengan *face to face*, dan membahagiakan nasabah dengan cara medengarkan segala keluhan nasabah, memberikan sarana, prasarana pelayanan yang baik, menjalin hubungan kekeluargaan yang baik.

Keraberadaan produk Deposito Promo di KSU Al**-**Kahfi Jombang dikatakan efektiv bagi pihak nasabah dan bank, karena nasabah mengetahui bahwasannya pada produk ini terdapat kupon yang akan diundi pada akhir periode dengan berbagai macam hadiah, dan sovenier menarik. Adapun hadiah dan sovenier yang diberikan pihak bank kepada nasabah yaitu mesin cuci, lemari es, *rice cooker*, kipas angin, kompor gas, blender, setrika, selimut, sajadah, paying dan sebagainya. Dari adanya promosi yang diberikan bank kepada pihak nasabah mampu membawa dampak positif bagi usaha yang dijalankannya. Hal ini dapat diketahui dari adanya peningkatan jumlah nasabah Deposito Promo di KSU Al-Kahfi Jombang. Selain itu dari pihak bank juga selama kurun waktu 4 tahun diadakannya strategi promosi dari produk Deposito Promo tidak mengalami kerugian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Al-Qur’an Terjemah Departemen Agama RI (Semarang:CV Toha Putra) 1989

Arifin Sitio dan Halomoan Tamba. *Koperasi:Teori dan Praktik.* (Jakarta:Erlangga) 2001

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/ DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito

Lely Ana Ferawati Ekaningsih. *Lembaga Keuangan Syariah Bank & Non Bank*. (Kopertais:Wilayah lV Surabaya) 2016

Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia.* (Jakarta:Kencana) 2015

Muhammad Firdaus dan Agus Edhi Susanto. *PERKOPERASIAN*: *Sejarah Teori dan Praktik.* (Jakarta:Ghalia Indonesia) 2009

M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung:Alfabeta) 2010

Undang-Undang No. 17 Tahun 2012 Tentang *Perkoperasian* perubahan atas Undang-Undang No. 25 Tahun 1992

Undang-Undang Nomor. 21 tahun 2008, *Perbankan Syariah*. Pasal 01 ayat 22

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta) 2007

1. Lely Ana Ferawati Ekaningsih. *Lembaga Keuangan Syariah Bank & Non Bank*. (Kopertais:Wilayah lV Surabaya) 2016. 51 [↑](#footnote-ref-1)
2. Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia.* (Jakarta:Kencana) 2015. 316 [↑](#footnote-ref-2)
3. Muhammad Firdaus dan Agus Edhi Susanto. *PERKOPERASIAN*: *Sejarah Teori dan Praktik.* (Jakarta:Ghalia Indonesia) 2009. 39 [↑](#footnote-ref-3)
4. Arifin Sitio dan Halomoan Tamba. *Koperasi: Teori dan Praktik.* (Jakarta:Erlangga) 2001. 17 [↑](#footnote-ref-4)
5. Undang-Undang No. 17 Tahun 2012 Tentang *Perkoperasian* perubahan atas Undang-Undang No. 25 Tahun 1992.2 [↑](#footnote-ref-5)
6. Dadan Surachmat, wawancara 4 April 2020 [↑](#footnote-ref-6)
7. Al-Qur’an Terjemah Departemen Agama RI (Semarang:CV Toha Putra) 1989). 87 [↑](#footnote-ref-7)
8. Undang-Undang Nomor. 21 tahun 2008, *Perbankan Syariah*. Pasal 01 ayat 22. 143 [↑](#footnote-ref-8)
9. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/ DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito [↑](#footnote-ref-9)
10. M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung:Alfabeta) 2010. 169 [↑](#footnote-ref-10)
11. Eni Mulyaningsih Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 28 Mei 2020 [↑](#footnote-ref-11)
12. Lilik Yosumiatun Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 9 April 2020 [↑](#footnote-ref-12)
13. Saleh Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 28 Mei 2020 [↑](#footnote-ref-13)
14. Usnidah Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 8 April 2020 [↑](#footnote-ref-14)
15. Sulasih Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 8 April 2020 [↑](#footnote-ref-15)
16. Lina Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 8 April 2020 [↑](#footnote-ref-16)
17. Azizah. R Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. Wawancara: 9 April 2020 [↑](#footnote-ref-17)
18. Asmat Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara:10 April 2020 [↑](#footnote-ref-18)
19. Amin Nasabah KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara:10 April 2020 [↑](#footnote-ref-19)
20. Dadan Surachmat, S.E Manajer KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara:20 April 2020 [↑](#footnote-ref-20)
21. Dwi Yuana Kasir KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara: 6 April 2020 [↑](#footnote-ref-21)
22. Hilda Marketing KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara: 6 April 2020 [↑](#footnote-ref-22)
23. Eko Marketing KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara: 6 April 2020 [↑](#footnote-ref-23)
24. Halimah Marketing KSU Al-Kahfi Jombang. wawancara: 20 April 2020 [↑](#footnote-ref-24)
25. Dadan Surachmat Manajer KSU Al-Kahfi Jombang, wawancara: 20 Maret 2020 [↑](#footnote-ref-25)