

Analisis Minat Anggota dalam Menggunakan Produk Sajadah Berhadiah di BMT NU Cabang Pragaan

Faizzatul Ainiyah Utami

Perbankan Syariah, Universitas Al-Amien Prenduan, Indonesia

Alamat: Desa, Dunglaok, Pragaan Laok, Kec. Pragaan, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur

Korespondensi penulis : faizahainiyah22@gmail.com

Abstract : BMT NU (Baitul Maal wa at-Tamwil Nuansa Ummah) is a microfinance institution based on Islamic sharia principles and cooperatives. This institution aims to improve the economic welfare of the community through various financial products and services that are in accordance with Islamic values. One of its flagship products is SAJADAH (Wadī'ah Term Deposit with Prizes), which uses the Wadī'ah Yād Dāmānah contract. In this contract, funds deposited by customers are safeguarded by the BMT, and although there is no obligation from the institution to provide returns, customers still receive direct prizes as a form of appreciation. The prizes awarded vary, ranging from electronics and household appliances to precious metals such as gold. Uniquely, they are not drawn through a lottery system, so every eligible customer can receive them immediately. Based on internal data from BMT NU, the number of members participating in the SAJADAH program has decreased from 2019 to early 2023. This is an important background in the research that focuses on three main aspects: the level of member interest in SAJADAH products, inhibiting factors, and supporting factors for this interest. This research uses a qualitative descriptive approach, with data collection techniques including field observations, direct interviews with members and managers, and analysis of official documentation from the institution. The results show that public interest in SAJADAH products is in the moderate category, with the majority of interested parties coming from the middle to upper class who have more stable financial capabilities. Several main inhibiting factors are the large nominal savings required to receive prizes, as well as the relatively long withdrawal period, which is considered less flexible by some members.

Keywords: BMT NU, Direct Prizes, Member Interests, Prayer Rug Products, Product Usage Decisions.

Abstrak : BMT NU (Baitul Maal wa at-Tamwil Nuansa Ummah) merupakan lembaga keuangan mikro yang berbasis pada prinsip syariah Islam serta koperasi. Lembaga ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat melalui berbagai produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Salah satu produk unggulannya adalah SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadī'ah Berhadiah), yang menggunakan akad Wadī'ah Yād Dāmānah. Dalam akad ini, dana yang disimpan oleh nasabah dijaga oleh BMT, dan meskipun tidak ada kewajiban dari lembaga untuk memberikan imbal hasil, nasabah tetap memperoleh hadiah langsung sebagai bentuk apresiasi. Hadiah yang diberikan beragam, mulai dari barang elektronik, peralatan rumah tangga, hingga logam mulia seperti emas, dan uniknya tidak melalui sistem undian sehingga setiap nasabah yang memenuhi syarat dapat langsung menerimanya. Berdasarkan data internal BMT NU, jumlah anggota yang mengikuti program SAJADAH mengalami fluktuasi dari tahun 2019 hingga awal 2023. Hal ini menjadi latar belakang penting dalam penelitian yang berfokus pada tiga aspek utama, yaitu tingkat minat anggota terhadap produk SAJADAH, faktor penghambat, serta faktor pendukung minat tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi lapangan, wawancara langsung dengan anggota dan pengelola, serta analisis dokumentasi resmi dari lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk SAJADAH berada pada kategori sedang, dengan mayoritas peminat berasal dari kalangan menengah ke atas yang memiliki kemampuan finansial lebih stabil. Beberapa faktor penghambat utama adalah besarnya nominal simpanan yang disyaratkan untuk mendapatkan hadiah, serta jangka waktu pengambilan dana yang relatif panjang, yang dianggap kurang fleksibel oleh sebagian anggota.

Kata Kunci: BMT NU, Hadiah Langsung, Keputusan Penggunaan Produk, Minat Anggota, Produk Sajadah.

1. PENDAHULUAN

Institusi perbankan merupakan entitas finansial yang memiliki keterkaitan erat dengan berbagai institusi termasuk otoritas moneter pusat, aktivitas ekonomi termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta tata cara operasional dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Abdul Majid Toyyibi, 2021). Institusi perbankan menjalankan peran dalam mengumpulkan modal dari masyarakat dan mendistribusikannya ke sektor-sektor bisnis yang memerlukan pendanaan. Institusi perbankan memiliki sasaran dalam mendorong ekspansi ekonomi domestik dengan cara mengumpulkan modal, mendistribusikan modal, serta memberikan layanan finansial. Hal ini dilakukan agar tercapai peningkatan taraf hidup komunitas secara kolektif. Pertumbuhan institusi perbankan di tanah air mengalami akselerasi yang signifikan, ditandai dengan kehadiran institusi perbankan di berbagai wilayah, termasuk institusi perbankan berbasis syariah (Maryani & Abidin, 2021).

Institusi perbankan syariah adalah entitas finansial yang menjalankan peran sebagai *intermediary* dengan cara mengumpulkan modal dari komunitas dan mendistribusikannya ke individu serta sektor bisnis yang memerlukan modal melalui skema pendanaan yang berlandaskan pada kaidah-kaidah syariah (Nafiyah et al., 2023). Mekanisme operasional institusi perbankan syariah memiliki perbedaan mendasar dibandingkan institusi perbankan konvensional. Institusi perbankan syariah tidak mengimplementasikan mekanisme bunga, melainkan mengadopsi mekanisme pembagian keuntungan dan pembagian risiko. Implementasi mekanisme ini berhasil menarik perhatian banyak nasabah untuk menyimpan dana di institusi perbankan syariah sebab dianggap memberikan keuntungan yang lebih optimal.

Ketertarikan dapat didefinisikan sebagai daya tarik individu yang muncul secara internal, yang mendorong individu tersebut untuk terlibat dalam aktivitas tertentu. Ketertarikan juga dapat dimaknai sebagai keinginan mendalam seseorang pada suatu hal (Falih Anwar, Kartika, Wati, Hidayat, & Saraswati, 2023). Ketertarikan individu dapat dipengaruhi berbagai aspek termasuk pengaruh keluarga, aspek spiritual, tradisi budaya, pola kehidupan individu, serta berbagai aspek yang terkait dengan kondisi sekitar. Fenomena ini menunjukkan bahwa ketertarikan individu memiliki kaitan erat dengan tingkat kepuasan yang diperoleh melalui evaluasi yang dilakukan individu tersebut (Cahyono, Marimin, & Pardanawati, 2025).

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah entitas finansial yang dalam praktik operasionalnya mengintegrasikan prinsip *Baitul Mal wa Tamwil* yang berlandaskan kaidah-kaidah Islam dengan prinsip-prinsip perkoperasian. BMT bertujuan meningkatkan kesejahteraan para anggotanya secara khusus dan komunitas secara umum (Zuhra & Sugianto, 2024). Upaya ini

dilakukan dengan meningkatkan standar aktivitas ekonomi. Dengan demikian, praktik operasional BMT bebas dari unsur riba sebab tidak mengimplementasikan mekanisme bunga tetapi menerapkan mekanisme pembagian keuntungan. BMT berperan sebagai penyalur dengan mengumpulkan modal dari komunitas dan menyalurkannya kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membutuhkan pendanaan. BMT menawarkan berbagai produk termasuk pendanaan *mudharabah* dan pendanaan *musyarakah*. Produk BMT yang mendapat perhatian terbesar dari anggota adalah simpanan berjangka atau deposito *mudharabah*. Deposito *mudharabah* adalah bentuk investasi untuk periode panjang yang dalam praktiknya menerapkan kaidah-kaidah syariah dan pencairannya hanya bisa dilakukan sesuai periode yang telah disepakati antara nasabah dan institusi pada saat kesepakatan dibuat.

BMT NU Kantor Cabang Pragaan menawarkan berbagai produk berbasis syariah, meliputi: SIAGA (Simpanan Anggota), SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah), TABAH (Tabungan *Mudharabah*), SABAR (Simpanan Lebaran), SIDIK FATHONAH (Simpanan Pendidikan Fathonah), TARAWI (Tabungan Ukhrawi), SIBERKAH (Simpanan Berjangka *Mudharabah*), SAJADAH (Simpanan Berjangka *Wadiah* Berhadiah). Untuk memasarkan produk Simpanan Berjangka *Mudharabah* (SAJADAH), BMT NU Kantor Cabang Pragaan mengimplementasikan pendekatan pemasaran dengan fokus pada tiga komponen promosi: *Advertising* (aktivitas periklanan) melalui pemasangan spanduk dan distribusi pamflet, *personal selling* (pendekatan individual) melalui kunjungan silaturahmi, pertemuan tatap muka atau interaksi langsung dengan komunitas. *Direct marketing* (pendekatan pemasaran langsung) melalui platform digital termasuk telepon, perangkat *mobile*, aplikasi WhatsApp dan situs *web*. Dalam implementasi pemasaran produk SAJADAH, BMT NU Kantor Cabang Pragaan lebih mengutamakan pendekatan *personal selling* (pendekatan individual) sebab metode ini terbukti memiliki efektivitas tinggi, memungkinkan penjelasan yang lebih detail dan pemahaman yang lebih baik dari calon nasabah atau komunitas mengenai produk SAJADAH.

Pendekatan pemasaran BMT NU Kantor Cabang Pragaan memiliki tingkat kerumitan yang tinggi sebab tidak hanya bergantung pada pemasaran melalui platform digital, namun juga melakukan interaksi langsung dengan komunitas untuk mencapai segmen yang kurang aktif dalam penggunaan platform digital. Walaupun demikian, pendekatan ini belum mampu mendorong pertumbuhan jumlah nasabah produk simpanan SAJADAH secara optimal. Informasi statistik memperlihatkan variasi: periode 2019 mengalami penambahan 4 nasabah, periode 2020 meningkat 13 nasabah, periode 2021 stagnan tanpa penambahan, periode 2022 bertambah 12 nasabah, dan periode awal 2023 mengalami penurunan menjadi 11 nasabah. Mengacu pada kondisi ini, peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan kajian yang

berbeda dari penelitian terdahulu dengan topik "Analisis Minat Anggota Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Sajadah Berhadiah BMT NU Cabang Pragaan". Kajian ini memiliki sasaran untuk mengidentifikasi tingkat ketertarikan nasabah pada produk simpanan SAJADAH, serta menentukan aspek-aspek yang menjadi kendala maupun pendorong yang berpengaruh pada ketertarikan tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Minat Anggota

Ketertarikan memiliki makna yang serupa dengan atensi, dimana ketertarikan dan atensi secara umum dipandang identik atau tanpa adanya distinsi. Kedua konsep ini memiliki kemiripan yang tinggi dan dalam implementasinya senantiasa saling terkait. Ketika individu memfokuskan diri pada objek tertentu, hal tersebut sesungguhnya berawal dari munculnya ketertarikan pada objek yang dimaksud. Ketertarikan merupakan kondisi psikologis individu yang melibatkan tiga komponen psikis (kognitif, konatif, afektif), yang terarah pada sesuatu hal dimana komponen afektif memiliki dominasi paling kuat, sedangkan atensi merupakan aktivitas psikologis yang difokuskan pada objek spesifik (Badriyah & Indra Lesmana, 2024). Pada fenomena atensi, ketiga komponen psikis tersebut juga hadir, namun komponen kognitiflah yang memiliki pengaruh paling dominan. Ketertarikan dan atensi senantiasa memiliki kaitan dengan implementasi praktis. Sesuatu yang memicu ketertarikan akan menghasilkan atensi, dan hal yang memperoleh atensi kita pada suatu objek pasti diiringi dengan ketertarikan.

SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah)

Produk tabungan SAJADAH (Simpanan Berjangka *Wadi'ah* Berhadiah) adalah produk simpanan yang memberikan manfaat yang bisa diperoleh sejak pembukaan rekening melalui pemberian hadiah secara langsung tanpa melalui proses undian (Yuniati, Munir, & Rahmania, 2024). Produk ini menerapkan skema *Wadi'ah Yadh Dhamanah*, dimana produk simpanan ini memiliki mekanisme pencairan yang disesuaikan dengan kesepakatan awal antara pihak-pihak terkait. Produk simpanan ini memiliki sejumlah persyaratan antara lain: untuk membuka rekening, nasabah wajib menyetorkan dana minimum sebesar Rp 5.000.000, dengan periode simpanan minimum 12 bulan (setahun) dan maksimum 36 bulan (tiga tahun), nasabah tidak diizinkan melakukan pencairan dana sebelum periode jatuh tempo, serta pemberian hadiah pada saat pembukaan rekening dapat diterima dalam bentuk uang tunai atau barang senilai dengan nominal tunai tersebut berdasarkan kesepakatan.

Berdasarkan PSAK 59, *wadi'ah* didefinisikan sebagai dana titipan nasabah yang wajib dipelihara dan dapat dikembalikan kapanpun saat nasabah terkait memintanya, dimana institusi memiliki tanggung jawab penuh atas pengembalian dana titipan tersebut. Secara komprehensif, *wadi'ah* memiliki dua makna: pertama, pernyataan individu yang telah memberikan wewenang atau perwakilan kepada pihak lain dalam memelihara atau mengamankan asetnya; kedua, aset yang dipercayakan individu kepada pihak lain untuk dipelihara atau diamankan.

BMT NU (*Baitul māl Wa Tamwil*)

BMT merupakan singkatan dari Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul Mal wa Tamwil*, yang merupakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dengan sistem operasional berlandaskan kaidah-kaidah syariah (Neng Frida, 2023). Sesuai dengan nomenklaturanya, BMT memiliki dua peran fundamental: Pertama, *Bait at-Tamwil* yang berfungsi sebagai aktivitas pengembangan bisnis produktif dan investasi untuk meningkatkan standar ekonomi pelaku usaha mikro dan kecil, termasuk melalui stimulasi aktivitas menabung dan dukungan pendanaan aktivitas ekonomi. Kedua, *Bait al-Mal* (rumah harta), yang berperan menerima dana titipan serta *zakat*, *infak*, dan sedekah, sekaligus mengoptimalkan penyalurannya berdasarkan ketentuan dan amanah yang berlaku.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami gejala yang terjadi pada subjek penelitian. Penelitian ini menguraikan bentuk kata-kata bukan angka (lexy J Moleong, 2021). Dengan pendekatan kualitatif peneliti dapat memperoleh data terperinci yang tampak mengenai analisis minat nasabah terhadap produk simpanan SAJADAH di BMT NU Cabang Pragaan. Sedangkan jenis penelitian yang diambil adalah deskriptif dimana peneliti ingin menjabarkan atau mendeskripsikan mengenai minat nasabah terhadap produk simpanan SAJADAH di BMT NU Cabang Pragaan.

Sumber data dalam penelitian ini ialah primer dan sekunder. Sumber data primer dari hasil wawancara secara langsung dengan bagian ataupun ANGGOTA hasil observasi dan dokumentasi terhadap produk simpanan SAJADAH di BMT NU Cabang Pragaan. Sumber data sekunder diperoleh dari jurnal yang berkaitan dengan minat ANGGOTA terhadap produk simpanan SAJADAH di BMT NU Cabang Pragaan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang akan diperoleh diantaranya wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugioyono, 2016).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti akan menguraikan dan mendiskripsikan mengenai tujuan dari penelitian.

Minat Anggota Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Sajadah Berhadiah BMT NU Cabang Pragaan

Ketertarikan dapat diartikan sebagai kecenderungan individu dalam memberikan fokus dan melakukan tindakan pada individu lain, kegiatan maupun kondisi yang merupakan sasaran ketertarikan dengan diiringi emosi positif. Dapat dikatakan terdapat upaya (dalam hal pendekatan, pemahaman, penguasaan serta interaksi) yang dilakukan subjek dengan perasaan gembira, dimana terdapat daya pikat dari objek tersebut.

Aspek pertama, tingkat ketertarikan moderat yang muncul dalam penggunaan produk SAJADAH sesuai dengan konsep yang disampaikan Purwanto yang mengategorikan ketertarikan ke dalam tiga tingkatan: a) Ketertarikan minimal, ketika individu tidak memiliki keinginan atau daya tarik terhadap objek ketertarikan; b) Ketertarikan moderat, ketika individu memiliki daya tarik atau hasrat namun tidak untuk direalisasikan dalam waktu dekat; c) Ketertarikan maksimal merupakan hasrat atau keinginan yang direalisasikan dengan segera pada objek ketertarikan yang dimaksud.

Aspek kedua, nasabah produk SAJADAH berasal dari golongan ekonomi menengah-atas dimana nasabah yang memanfaatkan produk SAJADAH merupakan warga Pragaan dengan tingkat pendapatan tertentu yang secara finansial tergolong menengah-atas. Kondisi ini sangat sesuai dengan konsep yang telah dijelaskan pada bagian terdahulu dimana berdasarkan konsep Mayor Mowen terdapat sejumlah aspek yang memengaruhi ketertarikan individu meliputi: Variasi profesi, yang berarti perbedaan profesi individu dapat menentukan ketertarikan pada jenjang pendidikan yang hendak diraih, kegiatan yang dijalankan, pemanfaatan waktu luang, dan sebagainya. Kemudian variasi status sosial-ekonomi, dimana individu dengan status sosial-ekonomi superior akan lebih mudah meraih target yang diharapkan dibanding individu dengan status ekonomi inferior.

Faktor Penghambat Minat Anggota Pada Produk SAJADAH BMT NU Cabang Pragaan

Aspek yang menjadi kendala ketertarikan nasabah dalam pengambilan keputusan pemanfaatan produk SAJADAH pada BMT NU Kantor Cabang Pragaan meliputi besaran atau nilai simpanan tertentu yang dipandang tinggi oleh sebagian kalangan, serta periode pencairan yang terikat waktu atau tidak dapat dicairkan di luar periode yang telah ditetapkan dalam kesepakatan. Sesuai nomenklturnya, produk SAJADAH adalah simpanan dengan periode tertentu. Kondisi ini sejalan dengan konsep yang memaparkan bahwa produk simpanan ini

memiliki sejumlah persyaratan meliputi: untuk membuka rekening, nasabah wajib menyetor dana minimum Rp 5.000.000, dengan periode minimum 12 bulan (setahun) dan maksimum 36 bulan (tiga tahun), nasabah tidak diizinkan mencairkan dana sebelum periode jatuh tempo, serta hadiah pada awal pembukaan rekening dapat diterima dalam bentuk tunai atau barang senilai nominal tunai berdasarkan kesepakatan.

Wadi'ah dalam terminologi fikih berarti aset titipan atau penyerahan, juga dimaknai sebagai *i'tha' al-mal liyahfazhahu wa fi qabulihi* yang berarti penyerahan aset untuk dipelihara dan pada penerimaannya. Oleh karena itu, terminologi *wadi'ah* kerap diistilahkan sebagai *ma wudhi'a 'inda ghair malikihi liyahfazhahu* yang bermakna sesuatu yang ditempatkan pada selain pemiliknya untuk dipelihara. Terdapat dua pengertian *wadi'ah* menurut pakar fikih: Berdasarkan mazhab Hanafi, *wadi'ah* merupakan pelibatan pihak lain dalam pemeliharaan aset, baik melalui pernyataan eksplisit, melalui perbuatan, atau melalui isyarat.

Berdasarkan fenomena implementasi yang telah diuraikan peneliti, praktik ini tidak bertentangan dengan ketentuan hukum khususnya dalam kerangka hukum Islam yang secara spesifik memiliki ketentuan yang dikenal dengan *ijma'*. Pakar ulama Islam dari berbagai era telah mengkaji tentang *al-wadi'ah* mengingat kebutuhan manusia terhadap konsep ini sangat signifikan, sebagaimana paparan yang dikutip Dr. Azzuhaily dalam *Al-fiqh al-Islami wa adillatuhu* dari kitab *Al-Mughni wa Kabir li Ibni Qudamah* dan *Mubsuth li Imam Sakarsy* yang memaparkan bahwa secara prinsip penerimaan simpanan *Yadh Amanah* (tangan amanah) bermakna penerima tidak memiliki tanggung jawab terhadap hilang atau rusaknya aset titipan selama kondisi tersebut bukan diakibatkan kelalaian atau kecerobohan terkait aset titipan (karena aspek di luar kendali).

Faktor Pendukung Minat Anggota Pada Produk SAJADAH BMT NU Cabang Pragaan.

Aspek yang mendorong ketertarikan nasabah dalam pengambilan keputusan pemanfaatan produk SAJADAH pada BMT NU Kantor Cabang Pragaan adalah perolehan hadiah yang diberikan di awal tanpa proses undian, dapat berbentuk barang bernilai meliputi uang tunai, emas, lemari es, serta perangkat elektronik yang memiliki nilai ekonomis. Menurut peneliti, hal ini sangat sesuai dengan konsep yang telah diuraikan pada bagian terdahulu dimana hadiah adalah salah satu metode pengumpulan dana dengan memerlukan penjelasan detail. Dari berbagai referensi dapat dinyatakan bahwa yang serupa dengan hadiah adalah kompensasi, *'athaya*, serta bonus.

Hadiah dapat dimaknai sebagai sesuatu yang diberikan institusi finansial kepada nasabah sebagai bentuk apresiasi. *Hibah* merupakan akad muamalah yang berbasis *tabarru'*, yaitu akad pemberian aset kepada pihak lain dengan tujuan tertentu untuk memperoleh ridha tanpa

mengharapkan imbalan dari penerima. Masih menurut pendapat Nabilatuz, produk simpanan ini memiliki sejumlah persyaratan meliputi: untuk membuka rekening, nasabah wajib menyetor dana minimum Rp 5.000.000, dengan periode minimum 12 bulan (setahun) dan maksimum 36 bulan (tiga tahun), nasabah tidak diizinkan mencairkan dana sebelum periode jatuh tempo, serta hadiah pada awal pembukaan rekening dapat diterima dalam bentuk tunai atau barang senilai nominal tunai berdasarkan kesepakatan.

5. KESIMPULAN

- a. Daya minat ANGGOTA BMT NU Cabang Pragaan dalam menggunakan produk SAJADAH termasuk dalam kategori sedang. Dalam artian peminat yang menggunakan produk SAJADAH di Cabang Pragaan tersebut tidak rendah dan juga tidak tinggi. Pengguna produk SAJADAH dari kelas menengah ke atas, secara materi ANGGOTA yang menggunakan produk SAJADAH adalah dari kalangan masyarakat Pragaan yang memiliki penghasilan tertentu yakni secara kemampuan ekonomi adalah menengah ke atas.
- b. Faktor penghambat minat ANGGOTA pada produk SAJADAH BMT NU Cabang Pragaan adalah jumlah atau nominal tabungan tertentu yang oleh sebagian orang dianggap besar dan juga batas waktu pengambilan yang berjangka atau tidak bisa diambil di luar waktu yang telah ditentukan atau disepakati, sesuai dengan namanya produk SAJADAH merupakan tabungan yang memiliki jangka.
- c. Faktor pendukung minat ANGGOTA pada produk SAJADAH BMT NU Cabang adalah dapat memperoleh hadiah yang diberikan diawal tanpa melalui undian yakni dapat berupa barang-barang berharga diantaranya adalah, uang tunai, emas, kulkas serta alat-alat elektronik yang memiliki nilai jual atau beli.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Majid Toyyibi. (2021). Pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah melalui keberadaan lembaga keuangan syariah di era industri 4.0. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 3(01), 33–40. <https://doi.org/10.59636/saujana.v3i01.32>
- Amalia, E. (2018). *Keseimbangan ekonomi dalam perspektif Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badriyah, M. R., & Lesmana, C. I. (2024). Keterlibatan ego terhadap kepercayaan dan komitmen dalam meningkatkan minat anggota (Studi pada KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto). *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 11(1), 16–25. <https://doi.org/10.53429/jdes.v11i1.781>

- Cahyono, C. T., Marimin, A., & Pardanawati, S. L. (2025). Analisis pengaruh pengetahuan, budaya, dan religiusitas terhadap minat menabung di KSPPS BMT Muamalat Bekonang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02), 20–28.
- Falih Anwar, N., Kartika, I. C., Wati, D., Hidayat, W., & Saraswati, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada Bank BSI (Bank Syariah Indonesia). *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 5(1), 49–65. <https://doi.org/10.35905/banco.v5i1.5312>
- Huda, N., & Nasution, M. E. (2013). *Manajemen keuangan syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ismail, A. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(2), 145–156. <https://doi.org/10.21043/jesi.v10i2.6789>
- Lexy, J. M. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maryani, M., & Abidin, Z. (2021). Peran lembaga keuangan syariah dalam pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 392–405. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i3.3192>
- Nafiyah, I., Maulidya, A., Rosyada, N., Putri, E. K., Lestari, E., & Adinugraha, H. H. (2023). Meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat Desa Kebanggaan Kecamatan Moga melalui program literasi bank syariah. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 508–512. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.648>
- Neng, F. (2023). Peran koperasi syariah BMT El-Mizan Annafii dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 27–36. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12901](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12901)
- Rahman, F. (2021). Pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap keputusan menabung di BMT. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 5(1), 55–64. <https://doi.org/10.32505/jkps.v5i1.1122>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuniati, S., Munir, M., & Rahmania, S. (2024). The effectiveness of Wadiah term savings with prizes (SAJADAH) in increasing customers of BMT NU East Java Jatibanteng Branch. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 3(2), 133–144. <https://ejournal.stisnu.ac.id/ojs/index.php/Iltizamat/article/view/1935/637>
- Zuhra, S. A., & Sugianto, S. (2024). Peran pembiayaan industri halal di BMT: Sebuah kajian literatur tentang tantangan dan pengembangan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 1961–1970. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.5770>