

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah pada KJKS BTM Se Jawa Tengah

Cholisa Rosanti

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

*Email korepondensi: feb@umpp.ac.id

Abstract

This study has the aim to investigate and obtain empirical evidence Factors that affect product innovation Cooperative Financial Services Sharia At BTM KJKS of Central Java. The method used in this research is quantitative method is the method of the survey to the Manager / Branch Manager BTM KJKS of Central Java which has done more product innovation than five years. Which gained 35 respondents from 35 respondents there. This study uses SmartPLS assistance program version 2.0 as a test of the hypothesis that exist in this study. The results of this study are factors that affect product innovation Cooperative Financial Services Sharia At BTM KJKS of Central Java is fully proved empirically is the corporate culture and environment dynamics.

Keywords: *product innovation, human resources, corporate culture, customer orientation, and environmental dynamics*

Saran sitasi: Rosanti, Cholisa. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah pada KJKS BTM Se Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(01), 8-13. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.927>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.927>

1. PENDAHULUAN

Sejalan dengan pesatnya kemajuan ekonomi dan bisnis di dunia pada umumnya dan Indonesia pada khususnya, bisnis perbankan tumbuh menjadi semakin beraneka ragam jenisnya. Beraneka ragam pula jasa-jasa dan fasilitas yang diberikan oleh bank. Bank mempunyai peranan penting dalam sistem perekonomian di Indonesia. Jasa layanan yang diberikan kepada masyarakat tersebut dapat mendukung laju pertumbuhan ekonomi dan dapat memperlancar perekonomian.

BTM/BMT sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) terbilang mengalami perkembangan paling menonjol selama 15 tahun terakhir, jika diperbandingkan dengan berbagai lembaga keuangan syariah lainnya di Indonesia. LKMS-LKMS tersebut lebih dikenal masyarakat luas dengan sebutan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT), yang dikembangkan oleh Muhammadiyah menjadi Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM). Ada sekitar 3900 BTM/BMT

yang beroperasi di Indonesia pada akhir tahun 2010. Beberapa diantaranya memiliki kantor pelayanan lebih dari satu. BTM/BMT hampir semuanya berbadan hukum koperasi tersebut melayani lebih 3,5 juta orang nasabah, yang dalam praktiknya merupakan anggota dan calon anggota. Pengembangan inovasi produk yang inovatif merupakan kunci keunggulan KJKS BTM Se-Jawa Tengah dalam menyediakan layanan produknya sesuai dengan kebutuhan anggota koperasi/nasabah.

Menurut Crawford & De Benedetto (2000:9) inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/kegunaannya.

Inovasi produk sangat penting karena persaingan antar KJKS sudah sangat tinggi dan pasar dipenuhi produk-produk yang hampir homogen. Apalagi suatu produk koperasi jasa keuangan syariah mempunyai siklus hidup, dari tahap pengenalan (*introduction*)

sampai penurunan (*decline*). Artinya produk KJKS ada yang mempunyai umur terbatas. Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang variatif dan sesuai kebutuhan nasabah lahir dari inovasi produk yang cemerlang. Inovasi produk (*product innovation*) menjadi jalan menuju pengembangan produk (*product development*). Inovasi produk bisa melahirkan produk yang akan dikemas kembali (*repackage*) atau produk baru (*new product*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan Penelitian ini adalah untuk menginvestigasi dan mendapatkan bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk koperasi jasa keuangan syariah pada KJKS BTM Se-Jawa Tengah.

2. METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel dengan kriteria tertentu dan pertimbangan tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah Manajer dari KJKS BTM Se-Jawa Tengah, sebanyak 35 orang yang diambil dari 35 kantor KJKS BTM Se-Jawa Tengah. Untuk meyakinkan bahwa responden benar-benar memahami inovasi produk KJKS BTM, maka ditetapkan dengan kriteria pengambilan sebagai berikut :

1. Manajer KJKS BTM yang masih aktif dan menjabat sebagai manajer 5 tahun
2. Manajer KJKS BTM yang menggunakan layanan inovasi produk lebih dari 5 tahun

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Koefisien Jalur pada Pengujian Model Struktural
Total Effect (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T-Statistics (IO/STERRI)
BP-> IP	0,228422	0,215627	0,078538	0,078538	2,908422
DL->IP	0,896775	0,855573	0,174250	0,174250	5,146468
OP->IP	0,017043	0,036236	0,159645	0,159645	0,106758
SDM->IP	-0,062931	-0,031598	0,107445	0,107445	0,585702

(Sumber : Output SmartPLS)

Menurut Hartono (2008a), ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika nilai *T-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *T-table*, berarti hipotesis terdukung. Untuk tingkat keyakinan 95 persen (*alpha* 5 persen) maka nilai *T-table* untuk

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan metode survei. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada Manajer KJKS BTM Se Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis varian yaitu dengan menggunakan Partial Least Square (PLS), model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model structural digunakan untuk uji kausalitas yaitu uji hipotesis dengan model prediksi. Dalam pengujian model digunakan software SmartPLS versi 2.0.

Penelitian dengan variabel penelitian terdiri dari Sumber Daya Manusia, Budaya Perusahaan, Orientasi Pelanggan, Dinamika Lingkungan dan Inovasi Produk. Pengembangan Sumber daya manusia (SDM) dalam suatu organisasi adalah jantung dari upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi karyawan dan kinerja organisasi. Budaya perusahaan merupakan adalah nilai, norma, keyakinan, sikap dan asumsi yang merupakan bentuk bagaimana orang-orang dalam organisasi berperilaku dan melakukan sesuatu hal yang bisa dilakukan. Menurut Narver & Slater (1990) orientasi pelanggan diartikan sebagai pemahaman yang memadai terhadap pembeli sasaran, sehingga *superior value* dapat diberikan secara terus menerus. Menurut Tan & Li (1996) dan Luo (1999, p. 42) mengkonsepkan dinamika sebagai derajat perubahan dan ketidakstabilan lingkungan yang sulit diramalkan.

hipotesis dua ekor (*two-tailed*) adalah $\geq 1,96$ dan untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) adalah $\geq 1,64$.

Berdasarkan nilai Beta Koefisien dan nilai T-Statistic diatas, maka hasil uji masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1 menyatakan bahwa Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software* SmartPLS 2.0 menunjukkan *path* antara Sumber Daya Manusia (SDM) dengan Inovasi Produk (IP) memiliki nilai koefisien beta -0,062931 dan *t-value* 0,585702. Hal ini menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) tidak berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk artinya hipotesis 1 tidak terdukung.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa Budaya Perusahaan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software* SmartPLS 2.0 menunjukkan *path* antara Budaya Perusahaan (BP) dengan Inovasi Produk (IP) memiliki nilai koefisien beta 0,228422 dan *t-value* 2,908422. Hal ini menunjukkan bahwa Budaya Perusahaan (BP) berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk artinya hipotesis 2 terdukung.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa Orientasi Pelanggan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software* SmartPLS 2.0 menunjukkan *path* antara Orientasi Pelanggan (OP) dengan Inovasi Produk (IP) memiliki nilai koefisien beta 0,017043 dan *t-value* 0,106758. Hal ini menunjukkan bahwa Orientasi Pelanggan (OP) tidak berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk artinya hipotesis 3 tidak terdukung.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa Dinamika Lingkungan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil uji hipotesis dengan perhitungan *software* SmartPLS 2.0 menunjukkan *path* antara Dinamika Lingkungan (DL) dengan Inovasi Produk (IP) memiliki nilai koefisien beta 0,896775 dan *t-value* 5,146468. Hal ini menunjukkan bahwa Dinamika Lingkungan (DL) berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk artinya hipotesis 4 terdukung.

Ringkasan hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Model
H1	Tidak terdukung
H2	Terdukung pada signifikansi level 99%
H3	Tidak terdukung
H4	Terdukung pada signifikansi level 99%

3.2. Pembahasan

3.2.1. Analisis pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Inovasi Produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh positif terhadap Inovasi

Produk. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ceacilia Srimindarti (2002) Meneliti tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat inovasi Bagian penelitian dan pengembangan (R&D)” di Direktori Capital Market Indonesia tahun 2000 menemukan hasil yang signifikan Gaya kepemimpinan, karakteristik personal dan strategi perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat inovasi perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia di KJKS BTM Se-Jateng belum maksimal karena dari hasil kuesioner dalam jawaban belum terdapat bagian *Research Development* terhadap Inovasi produk dan meskipun tercermin dalam jawaban responden yang menunjukkan rata-rata jawaban mereka pada skala puas.

3.2.2. Analisis pengaruh Budaya Perusahaan terhadap Inovasi Produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa Budaya Perusahaan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eleanor D.Glor (2001) Meneliti tentang “*Key Factors Influencing Innovation in Government* secara deskriptif *qualitative* dan memperoleh kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pada pemerintahan adalah motivasi individu, budaya perusahaan, dan tantangan untuk berinovasi.

3.2.3. Analisis pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Inovasi Produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa Orientasi Pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bryan A. Lukas dan O.C Ferrell yang meneliti “*The Effect of Market Orientation on Product Innovation*”, dengan Metode penelitian kuesioner dikirimkan kepada perusahaan yang telah dipilih secara acak dari 800 perusahaan yang terdaftar di *Dun’s Market identifiers File*. Item pernyataan yang dibuat terbentuk dalam 7 skala, 1 artinya tidak sama sekali sampai 7 yang artinya sangat setuju sekali. Alat analisis yang digunakan adalah analisa korelasi kanonik dan analisa regresi. Dari hasil penelitian tersebut bahwa orientas pelanggan berpengaruh terhadap inovasi produk. Hal ini memberikan implikasi bahwa Orientasi kepada Pelanggan masih belum memberikan pengembangan terhadap inovasi produk.

3.2.4. Analisis pengaruh Dinamika Lingkungan terhadap Inovasi Produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa Dinamika Lingkungan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luo, Yadong (1999, p. 44), dinamika lingkungan persaingan mempunyai pengaruh positif terhadap keinovatifan, keberanian mengambil resiko, dan pro aktivitas perusahaan. Dalam kondisi lingkungan yang berubah dengan cepat. Hal ini memberikan implikasi bahwa perubahan dinamika lingkungan yang semakin maju, maka KJKS BTM Se-Jateng dituntut untuk ikut menyesuaikan dengan perubahan dinamika lingkungan yang ada.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data pada bab sebelumnya maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Inovasi produk tidak sepenuhnya terbukti secara empiris dalam faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk pada KJKS BTM Se- Jateng.
2. Dalam penelitian ini bahwa yang berpengaruh terhadap inovasi produk adalah variabel Budaya Perusahaan dan Dinamika Lingkungan, sedangkan untuk variabel Sumber Daya Manusia dan Orientasi Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Inovasi Produk.
3. Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ceacilia Srimindarti (2002) Meneliti tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat inovasi Bagian penelitian dan pengembangan (R&D)” di Direktori Capital Market Indonesia tahun 2000 menemukan hasil yang signifikan Gaya kepemimpinan, karakteristik personal dan strategi perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat inovasi perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas Sumber Daya Manusia di KJKS BTM Se-Jateng belum maksimal karena hasil kuesioner dalam jawaban belum terdapat bagian Research Development terhadap Inovasi produk dan meskipun tercermin dalam jawaban responden yang menunjukkan rata-rata jawaban mereka pada skala puas.
4. Budaya Perusahaan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eleanor

D.Glor (2001) Meneliti tentang “Key Factors Influencing Innovation in Government secara deskriptif qualitative dan memperoleh kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pada pemerintahan adalah motivasi individu, budaya perusahaan, dan tantangan untuk berinovasi. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden memahami salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat inovasi produk suatu perusahaan adalah faktor budaya perusahaan melalui sikap/perilaku dan nilai/norma tentang inovasi, komitmen dan motivasi, disertai tindakan manajerial (kepemimpinan) untuk berinovasi.

5. Orientasi Pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bryan A. Lukas dan O.C Ferrell yang meneliti “The Effect of Market Orientation on Product Innovation”, dengan Metode penelitian kuesioner dikirimkan kepada perusahaan yang telah dipilih secara acak dari 800 perusahaan yang terdaftar di Dun’s Market identifiers File. Item pernyataan yang dibuat terbentuk dalam 7 skala, 1 artinya tidak sama sekali sampai 7 yang artinya sangat setuju sekali. Alat analisis yang digunakan adalah analisa korelasi kanonik dan analisa regresi. Dari hasil penelitian tersebut bahwa orientasi pelanggan berpengaruh terhadap inovasi produk. Hal ini memberikan implikasi bahwa Orientasi kepada Pelanggan masih belum memberikan pengembangan terhadap inovasi produk.
6. Dinamika Lingkungan berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luo, Yadong (1999, p. 44), dinamika lingkungan persaingan mempunyai pengaruh positif terhadap keinovatifan, keberanian mengambil resiko, dan pro aktivitas perusahaan. Dalam kondisi lingkungan yang berubah dengan cepat. Hal ini memberikan implikasi bahwa perubahan dinamika lingkungan yang semakin maju, maka KJKS BTM Se-Jateng dituntut untuk ikut menyesuaikan dengan perubahan dinamika lingkungan yang ada.

Bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap sebuah inovasi produk di KJKS BTM Se-Jateng adalah Budaya Perusahaan dan Dinamika

Lingkungan. Penelitian ini memberikan saran kepada KJKS BTM Se-Jateng meliputi hal berikut :

- a. KJKS BTM Se-Jateng harus tetap mempertahankan budaya perusahaan untuk meningkatkan inovasi produk, dengan adanya komitmen budaya perusahaan yang ada di KJKS BTM Se-Jateng diharapkan mampu menghasilkan sebuah inovasi produk yang updated sesuai dengan kebutuhan yang ada di Pasar Lembaga Keuangan Non Bank.
- b. KJKS BTM Se-Jateng dituntut untuk ikut menyesuaikan dengan perubahan dinamika lingkungan yang ada sesuai dengan keadaan zaman yang semakin maju.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pusat KJKS BTM Jawa Tengah dan anggotanya yang telah memberikan fasilitas dan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian, fakultas ekonomika dan bisnis universitas muhammadiyah pekajangan pekalongan, terimakasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan fasilitas dan bantuan sehingga terselesainya penulisan ini.

6. REFERENSI

- Ahmad Sumiyanto, *Menuju Koperasi Modern* (Panduan untuk Pemilik, Pengelola dan Pemerhati Baitul maal wat Tamwii dalam format Koperasi), Yogyakarta: Debeta, 2008
- Aditya, Helmi, 2004. "Analisis Pengaruh Merk, Orientasi Strategik, Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM Tanggulangan di Kota Sidoarjo)", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol III, No 3 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Agustianto, 2009, *Pentingnya inovasi produk bank syariah*
(1). http://www.islamicfinance.co.id/berita_detail.php?id=785
- Anatan, Lina. 2007, Inovasi produk dan keunggulan bersaing; suatu pandangan berbasis sumber daya. Modus Vol. 19 (2) : 157-165, Jurnal Ekonomi & Bisnis. Yogyakarta.
- Budiono, Karno. 2000. *Meningkatkan daya saing perusahaan dengan inovasi produk baru*. <http://www.ristinet.com/index.php?ch=8&lang=ind&s>

Chaudhury, S.R. 2010. *Working Paper : Hidden attributes of human resources for successful innovation*.

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1589399

Dagi, William. 2010. *Budaya perusahaan sebagai sumber motivasi berinovasi, dalam Febransyah (editor); Prasetya Mulia on innovation kekayaan perspektif untuk mendesain hari esok yang lebih baik*. Hal 218-251. Jakarta : Prasetya Mulia Publishing.

Dwiyono, 2006. "Studi Mengenai Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran", Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol V, No 3 Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.

Febransyah et.al. 2010. *Prasetya Mulya on Innovation, Kekayaan Perspektif untuk Mendesain hari esok yang lebih baik*. Jakarta : Prasetya Mulia Publishing.

Glor, Eleanor D. 2001. *Key factors influencing innovation in government. The innovation Journal The Public Sector Innovation Journal Volume 6 (2)*

Gatigon, Hubert and Thomas S. Robertson, (1991) "Innovative Decision Processes," Ch 9 in *Handbook of Consumer Behavior*, Eds. T.S. Robertson and H. H. Kassarian, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

Hurley, Robert. F. and Hult, G, Tomas. M. 1998, "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning : An Intergration and Empirical Examination " *Journal of Marketing*, July.

Horwitz, M., & Prahalad, C.K. (1976). *Managing technological innovation : Three ideal modes*, *Sloan Management Review*, 17 (2 winter), 77-89.

Hutagaol, Richard. 2002. Tesis : Analisis pengaruh budaya perusahaan terhadap sikap kerja dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Semarang : Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Hadjimanolis, Athanasios, 2000, "An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country", *R&D Management*, Vol. 30

Jogiyanto, 2004, "Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman". Yogyakarta : BPFE

- Jogiyanto, 2008, "*Metodologi Penelitian Sistem Informasi*", Yogyakarta : Penerbit Andi
- Jogiyanto HM, 2007, "*Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Andi : Yogyakarta
- Jogiyanto HM, Willy Abdillah, 2009, "*Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*, BPFE UGM Yogyakarta
- Kohli, AK., & Jaworsky B.J. 1990. *Market orientation : the construct, research proposition, and managerial implications. Journal of Marketing, vol. 54 (April 1990), 1-18*
- Kensinger, Steve, 1997, "*Re-Engineering Engineering : Managing to be innovative!*", *Computer=Aided Engineering, Dec.*
- Khamidah, Nur, 2005. "*Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap inovasi produk dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran (studi pada perusahaan kerajinan keramik di Sentra Industri Kasongan Kabupaten Bantul, Yogyakarta)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. IV, No 3 Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Kusumo.A.R.W. 2006. Tesis : "*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran*. Semarang: Program studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Li, Tiger and Calantone, Roger J, 1998, "*The Impact of Market knowledge competence on New Product Advantage: conceptualization and empirical examination,*" *Journal of Marketing, Vol. 62, October.*
- Lukas, Bryan. A. and Ferrell, O.C. 2000, *The Effect of Market Orientation on Product Innovation, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 28, Spring*
- Manurung, Laurensius, 2010. *Strategi dan inovasi model bisnis meningkatkan kinerja usaha (Studi Empiris Industri Penerbangan)*. Jakarta : PT. Media Elex Komputindo Kompas Gramedia.
- Mashudi. 2004. Tesis : Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik inovasi produk terhadap peningkatan kinerja perusahaan (studi empiris pada BPR di Jawa Tengah) Semarang: Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro
- Muhammad Firdaus, Agus Edhi Susanto, *Perkoperasian, sejarah, teori, dan praktek*, (Bogor: Ghalia Indonesia Anggota IKAPI 2004), cet 2, h.37