



THE EFFECTIVENESS OF ISLAMIC MICROFINANCE MARKETING STRATEGIES IN FACING THE DIGITAL ERA AT KSPPS BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH BATANG

EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN KEUANGAN MIKRO SYARIAH DALAM MENGHADAPI ERA DIGITAL DI KSPPS BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH BATANG

Anggun Rahadian Kusuma Dewi¹, Chusna Shoimmah², Nuridin³, Muhammad
Khafidz Ma'shum⁴, Hendri Hermawan Adinugraha⁵

¹UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Email : anggunrahadian@gmail.com

²UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Email : chusna23@uingusdur.ac.id

³UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Email : nuridin23005@mhs.uingusdur.ac.id

⁴UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Email: hafidzxxkol@gmail.com

⁵UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Email: hendri.hermawan@uingusdur.ac.id

Abstract (English version)

Purpose – This study aims to determine whether the strategies implemented at BTM Batang are already in place and effective or not.

Method – This research is a qualitative study using a case study approach. It focuses on specific strategies within various situations and phenomena. The data sources for this research are obtained from interviews and documentation.

Results – The results of this study conclude that KSPPS BTM Batang has not yet operated effectively and efficiently in adopting various technologies and digital platforms to meet the needs of customers, resulting in limited market reach to the community.

Limitations – This research has limitations in terms of the subjects studied, which are specific to KSPPS BTM Batang. Additionally, the subjects are individuals who consistently fulfill their professional zakat obligations and do not include those who are reluctant to do so.

Practical Implications – As a practical implication, the results of this study can serve as a reference for Islamic financial institutions in implementing marketing strategies in the digital era.

Keywords:

Effectiveness,
Marketing
Strategy,
Digital Era

Article History:

Submitted: June 6,
2024

Revised: June 26,
2024

Published: June
27, 2024



Abstrak (versi bahasa) Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan di BTM Batang sudah berjalan dan efektif atau belum. Metode – Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Ini berfokus pada strategi spesifik dalam berbagai situasi dan fenomena. Sumber data penelitian ini diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Hasil – Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa KSPPS BTM Batang belum beroperasi secara efektif dan efisien dalam mengadopsi berbagai teknologi dan platform digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga mengakibatkan terbatasnya jangkauan pasar kepada masyarakat. Keterbatasan – Penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam hal subjek yang diteliti, yaitu khusus pada KSPPS BTM Batang. Selain itu, subjeknya adalah individu yang konsisten menunaikan kewajiban zakat profesinya dan tidak termasuk mereka yang enggan melakukannya. Implikasi Praktis – Implikasi praktisnya, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga keuangan syariah dalam menerapkan strategi pemasaran di era digital.	Kata Kunci: Efektivitas, Strategi Pemasaran, Era Digital Riwayat Artikel: Submit: 2 Juni 2024 Revisi: 24 Juni 2024 Publish: 27 Juni 2024
--	---

PENDAHULUAN

Persaingan global dan perambahan bisnis tradisional yang cenderung eksploitatif dan imperialistik, serta pesatnya perkembangan ekonomi yang diiringi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan munculnya pendekatan berbasis masyarakat dalam membangun masyarakat yang adil dan makmur dalam menentukan kebijakan perekonomian. Sebagaimana tertuang dalam Pembukaan UUD 1945, lembaga koperasi dipandang sebagai wadah yang paling tepat sesuai dengan karakter bangsa Indonesia dalam rangka menjaga dan memperjuangkan perekonomian nasional.

Alquran sebagai sumber rujukan mengatur berbagai aktifitas manusia (Amin et al., 2022) termasuk aktifitas bisnis (Budiman, 2021a) (Dayyan & Chalil, 2020) (Dayyan et al., 2019) (Hamid et al., 2017) (Ati et al., 2020). Bisnis yang dijalankan dalam prinsip Islam memiliki sisi keuntungan dan rela menanggung kerugian (Hamid et al., 2019). (Nadilla et al., 2019) (Midesia et al., 2016) (Budiman, 2021b). Islam menentukan bahwa mereka yang memiliki kelebihan kekayaan di tuntun untuk menunaikan zakat (Kamal, S., Berakon, I., Hamid, A. and Muttaqin, 2023) (KAMAL, 2022) (Kamal, S., Safarida, N. and Kassim, 2024)(Kamal, S., Muslem, M., Mulyadi, M. and Berakon, 2024) (Kamal, 2018) (Safwan, 2021) (Safwan Kamal, 2019) (Z Muttaqin, 2022) dan juga instrument ekonomi lainnya seperti wakaf (Iskandar et al., 2023) (Kamal et al., 2023).

Koperasi Syariah yang diatur dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 1 ayat (1) mengemukakan bahwa koperasi syariah merupakan badan hukum yang didirikan oleh perseorangan atau suatu lembaga dengan cara pemisahan kekayaan para anggotanya yang menjadi modal utama untuk menjalankan usaha koperasi yang berguna memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu jenis koperasi yang sering ditemui yaitu Koperasi Simpan Pinjam (KSP). Koperasi Simpan Pinjam (KSP) bergerak pada lapangan usaha yang pembentukan modalnya melalui tabungan-tabungan para anggotanya. Modal yang terkumpul dipinjamkan kepada anggota melalui layanan peminjaman yang sederhana, mudah, cepat dan akurat yang bertujuan untuk kesejahteraan anggota. Hingga saat ini, koperasi syariah terus mengikuti perkembangan zaman dan memperluas wilayah usahanya untuk memenuhi kebutuhan umat manusia yang tiada habisnya. Bidang usaha koperasi syariah yang semakin dibutuhkan masyarakat adalah simpan pinjam (Ichwani & Farida, 2020).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah merupakan sebuah konversi dari koperasi konvensional melalui pendekatan yang sesuai dengan syariat Islam dan peneladanan ekonomi yang dilakukan Rasulullah dan para sahabatnya. Konsep pendirian KSPPS menggunakan konsep Syirkah Mufawadhoh yakni sebuah usaha yang didirikan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih, masing-masing memberikan kontribusi dana dalam porsi yang sama besar dan berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula. KSPPS mampu memberikan modal kepada individu maupun pelaku usaha yang membutuhkan modal usaha. Diberikannya suatu modal dengan syarat jenis usaha nya tidak melanggar ajaran Islam. KSPPS mampu meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat yang menjalankan bisnis atau usahanya (Prihatini et al., 2022).

KSPPS beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil dan fokus dalam mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi usaha mikro, kecil, dan menengah dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan untuk UMKM. Secara umum lembaga ini fokus pada pengembangan sektor usaha kecil menengah, yaitu dengan memberikan pembiayaan dan pembinaan terhadap pelaku UMKM. Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. UMKM merupakan elemen yang memainkan peranan penting dalam pertumbuhan stabilitas ekonomi karena mampu memberikan kontribusi serta peran yang nyata terhadap sektor perekonomian suatu negara (Kurnia Pangestuti et al.,

2022). Hal ini memberikan angin segar untuk Lembaga Keuangan Mikro Syariah, seperti BTM Batang.

Banyaknya UMKM yang tidak tersentuh oleh perbankan juga menjadi indikator perkembangan LKMS kedepan semakin cerah. Perkembangan teknologi juga akan memudahkan LKMS memasarkan produknya ke masyarakat dan pelaku UMKM. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi semakin pesat membuat masyarakat semakin mudah mengakses internet. Perkembangan teknologi berdampak pada layanan keuangan, dimana sebelumnya menggunakan sistem face to face kini mulai beralih ke Layanan Digital Keuangan (Dewi et al., 2023; Hamidiyah & Eldin Saputra, 2022). Baru-baru ini muncul start up dalam industri keuangan, yaitu Financial Technology. Namun, hal ini tidak terjadi pada KSPPS BTM Batang. Sistem informasi yang dimilikinya masih menggunakan face to face, dan hanya aplikasi whatsapp untuk keperluan mengecek saldo, transfer saldo, dan lain sebagainya. Hal ini menarik penulis untuk mengkaji strategi pemasaran KSPPS BTM Batang di era digital supaya bisa eksis melayani masyarakat kelas menengah ke bawah, dan meningkatkan jumlah nasabah dari BTM itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus. Fokus penelitian ini adalah pada analisis strategi spesifik dalam berbagai situasi dan fenomena yang relevan. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan informan dan juga melalui studi dokumentasi untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konteks yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Informasi di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Batang

Seiring berkembangnya teknologi, pengolahan data dan transfer informasi saat ini semakin mudah dan akurat. (Yudi, 2016). Dengan bantuan teknologi informasi yang cepat, sederhana, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan, dunia usaha akan semakin mudah dalam menjalankan operasional komersialnya. (Saepuloh & Ramdhani, 2021). Penelitian ini menemukan bahwa untuk sistem informasi di BTM Bandar masih manual hanya online di kantor. sehingga anggota atau nasabah tidak bisa mengecek saldonya sendiri, ketika nasabah atau anggota ingin cek saldo maka harus terlebih dulu chat whatsapp ke tim marketing terlebih dahulu. Hal ini karena posisi tim marketing lebih dekat dengan nasabah, selanjutnya tim marketing

akan mengirim pesan whatsapp dengan admin yang berada di kantor untuk menyampaikan kepada anggota koperasi.

Sistem informasi untuk nasabah itu membutuhkan biaya bulanan untuk maintainan aplikasinya jadi ketika penggunaanya itu sedikit maka BTM mengalami kerugian. Upaya BTM untuk menjaga profitabilitas adalah mengurangi pengeluaran yang belum begitu dibutuhkan yakni penggunaan sistem informasi cukup via chat whatsapp untuk nasabah sehingga dapat menghemat pengeluaran dan meningkatkan perputaran arus kas. Peningkatan pada perputaran kas akan diikuti oleh peningkatan pada profitabilitas (Wirasari & Sari, 2016).

Profitabilitas merupakan salah satu ukuran kunci dari kesehatan keuangan suatu perusahaan dan kemampuannya untuk menciptakan nilai bagi para pemegang saham. Ini mencerminkan efisiensi dalam mengelola sumber daya, keunggulan kompetitif, dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya operasional dan memberikan keuntungan yang memadai. Tingkat profitabilitas dapat diukur melalui berbagai metrik, termasuk margin laba kotor, margin laba bersih, dan tingkat pengembalian investasi (ROI) (Day, 2023).

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung lebih menarik bagi investor, dapat mengakses modal dengan lebih mudah, dan memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap fluktuasi pasar. Namun, profitabilitas juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, seperti biaya produksi, persaingan pasar, kebijakan regulasi, dan siklus bisnis. Oleh karena itu, strategi yang tepat dalam pengelolaan operasional dan keuangan sangat penting untuk meningkatkan profitabilitas jangka panjang suatu perusahaan.

Pemasaran yang dilakukan KSPPS BTM Batang secara manual saat ini sudah tidak efektif lagi. Pemasaran produk secara tradisional memunculkan banyak permasalahan antara lain:

1. Terbatasnya Jangkauan

Pemasaran secara manual terbatas pada media cetak atau media elektronik seperti TV dan Radio serta pemasaran langsung yang memakan banyak waktu dan juga biaya. Hal ini membuat jangkauan produk bank syariah terbatas pada daerah tertentu saja atau kalangan tertentu saja.

2. Inovasi Yang Minim

Pemasaran tradisional kurang inovatif dan sering kali terkesan monoton atau hanya menyajikan hal-hal yang berulang. Sehingga membuat produk bank syariah kurang menarik dan diminati oleh konsumen.

Page | 77

3. Efektivitas Pemasaran Sulit dilakukan Evaluasi

Dalam pemasaran tradisional untuk mengukur efektivitasnya sulit untuk dilakukan sehingga kampanye pemasaran dikatakan berhasil mencapai sasaran atau tidak menjadi kurang jelas.

4. Biaya Yang Tinggi

Biaya pemasaran tradisional, seperti iklan di media cetak dan televisi, cenderung lebih tinggi dari pada biaya pemasaran digital.

Solusi KSPPS BTM Batang dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk di era digital

Sebagaimana telah disebutkan pada pembahasan di atas, berbagai permasalahan yang dihadapi pada lembaga keuangan syariah khususnya di KSPPS BTM Batang hadir sebagai warna perekonomian Indonesia berdasarkan prinsip syariah untuk mengatasi permasalahan perekonomian masyarakat menengah ke bawah. Tanggapan ini harus dipertimbangkan secara serius ketika mencari solusi. Meskipun banyak permasalahan yang telah dibahas di atas, KSPPS BTM Batang mampu memasarkan produk keuangan dan tabungan secara efektif dalam pengembangan usaha dengan memberikan pendekatan dan pemahaman akan keuntungan dan manfaat yang timbul dari penggunaan produk tersebut. Saya tidak akan menyerah untuk mencoba. Adapun upaya yang dilakukan KSPPS BTM Batang untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi antara lain:

1. Pemaksimalan Teknologi

Teknologi tidak dapat dipisahkan dari gagasan mendasar yang memudahkan semua aktivitas manusia, baik atau buruk. Teknologi membantu banyak orang dengan meminimalkan waktu, tenaga, dan bahan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan mereka. Kemajuan teknologi membuat penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan efisien, dengan banyaknya platform dan forum berbagi informasi, seperti website dan media sosial. Digitalisasi memegang peranan yang sangat baik dalam dunia ekonomi syariah dalam kemajuan teknologi termasuk dalam kegiatan periklanan dan promosi.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi, hampir semua lembaga keuangan syariah memaksimalkan kemampuannya dalam menyebarkan informasi tentang produknya kepada khalayak yang lebih luas dan memperluas jangkauannya. Senada dengan itu, KSPPS BTM Batang berpendapat, mengingat ruang digital yang belum kita manfaatkan secara maksimal, maka kita perlu melakukan segala upaya untuk menyempurnakan tata cara pemasaran produk kita agar dapat diterima oleh masyarakat luas.

Upaya yang dilakukan adalah dengan membuka akun media sosial dan bekerja sama dengan pihak ketiga untuk membuat aplikasi mobile. KSPPS BTM Batang harus lebih aktif untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang ditawarkan melalui media sosial. Ketika mulai aktif menyebarluaskan informasi di media sosial seputar produk dan profile tentang KSPPS BTM Batang itu akan meningkatkan nilai efektivitas pemasaran ke banyak lingkup lapisan masyarakat dan jangkauan yang lebih luas.

2. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

Pengelolaan sistem yang terarah dan efektif tentu didukung oleh potensi tertinggi perusahaan, terintegrasi dengan baik oleh jajaran manajemen, dan komitmen terhadap kemajuan yang ada pada setiap anggota. Hanya mengandalkan kemampuan kepemimpinan tim manajemen saja tidak cukup untuk maju dan mencapai tujuan besar tanpa mengandalkan dukungan atasan yang memiliki potensi besar di perusahaan. Semuanya akan terhubung dan saling mendukung satu sama lain. Diantara potensi tersebut salah satunya adalah adanya sumber daya manusia yang berkualitas.

Ketika sebuah perusahaan memiliki orang-orang dalam sistemnya yang menunjukkan etika kerja yang baik dan kualitas yang dapat diandalkan di seluruh bagiannya, maka hal tersebut dipertahankan dan dipelihara untuk memberikan nilai yang bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Adapun upaya yang akan dilakukan KSPPS BTM Batang dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah mengadakan pelatihan dalam hal pelayanan dan pemanfaatan teknologi informasi. kegiatan pelatihan dapat mengubah pengetahuan dan keterampilan pesertanya mengenai bagaimana pemanfaatan teknologi informasi terutama media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa semuanya dapat ditumbuh kembangkan melalui penggunaan teknologi (Andini & Adji, 2023).

Pelatihan tersebut juga sejalan dengan Pemerintah Daerah Kab. Batang yang memberikan dukungan penuh kepada koperasi dalam segala aspek baik melalui

regulasi serta mendukung bantuan modal, akses pendidikan, dan pelatihan, serta fasilitasi pengembangan koperasi melalui kerjasama dengan berbagai pihak terkait. Koperasi harus mampu memajukan transformasi digital dan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan daya saing, kita harus memperkuat sinergi antar koperasi baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional untuk menciptakan ekosistem koperasi yang maju dan berkelanjutan (Jumadi, 2023).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah alat yang berguna untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Batang dalam konteks pemasaran digital dan pengembangan usaha.

Dengan analisis SWOT ini, KSPPS BTM Batang dapat mengidentifikasi area-area penting untuk perbaikan dan pengembangan, serta memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan layanan mereka di era digital.

Strengths (Kekuatan)

1. Prinsip Syariah

KSPPS BTM Batang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang memberikan kepercayaan dan daya tarik bagi komunitas Muslim.

2. Modal Berbasis Anggota

Modal yang dikumpulkan dari tabungan para anggota menciptakan basis keuangan yang stabil dan berbasis komunitas.

3. Hubungan Dekat dengan Anggota

Sistem face-to-face dan penggunaan WhatsApp memungkinkan hubungan yang dekat dan personal dengan anggota, meningkatkan loyalitas.

4. Dukungan Pemerintah

Pemerintah Daerah Kab. Batang memberikan dukungan penuh melalui regulasi, bantuan modal, dan pelatihan, memperkuat posisi koperasi dalam perekonomian lokal.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Teknologi Terbatas

Sistem informasi yang masih manual dan ketergantungan pada WhatsApp untuk layanan dasar seperti cek saldo menunjukkan keterbatasan dalam adopsi teknologi modern.

2. Biaya Operasional

Penggunaan sistem manual meningkatkan biaya operasional dan waktu yang diperlukan untuk melayani anggota.

3. Jangkauan Terbatas

Pemasaran secara tradisional membatasi jangkauan produk hanya pada wilayah tertentu, mengurangi potensi pertumbuhan.

4. Kurangnya Inovasi

Pendekatan pemasaran yang monoton dan kurang inovatif dapat membuat produk kurang menarik bagi konsumen yang lebih muda dan melek teknologi.

Opportunities (Peluang)

1. Digitalisasi Layanan

Pengembangan aplikasi mobile dan kehadiran di media sosial dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas pemasaran, serta menarik lebih banyak anggota muda.

2. Pertumbuhan UMKM

Peningkatan jumlah UMKM yang membutuhkan dukungan finansial membuka peluang besar bagi KSPPS BTM Batang untuk memperluas basis anggotanya dan meningkatkan portofolio pembiayaan.

3. Kemajuan Teknologi

Pemanfaatan teknologi informasi untuk layanan keuangan digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan anggota.

4. Kerjasama Strategis

Kemitraan dengan lembaga keuangan lain, startup fintech, atau platform digital dapat memperluas jangkauan dan diversifikasi layanan.

Threats (Ancaman)

1. Persaingan dari Lembaga Keuangan Lain

Munculnya startup fintech dan lembaga keuangan mikro lainnya yang lebih inovatif dan berbasis digital dapat menjadi ancaman bagi KSPPS BTM Batang.

Page | 81

2. Kendala Regulasi

Perubahan regulasi pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi operasional dan strategi pemasaran koperasi.

3. Perubahan Preferensi Konsumen

Konsumen yang semakin cenderung menggunakan layanan keuangan digital mungkin meninggalkan KSPPS yang masih menggunakan sistem manual.

4. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Keterbatasan dalam infrastruktur teknologi dan sumber daya manusia yang terampil dalam teknologi informasi dapat menghambat upaya digitalisasi. (Mashuri, et.al 2020)

Rekomendasi Strategis

1. KSPPS BTM Batang harus berinvestasi dalam sistem informasi digital yang lebih modern, termasuk aplikasi mobile dan platform online.
2. Mengadakan pelatihan rutin bagi staf untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam penggunaan teknologi informasi dan media sosial untuk pemasaran.
3. Mengembangkan strategi pemasaran digital yang komprehensif, termasuk penggunaan media sosial, iklan online, dan kerjasama dengan influencer atau komunitas online.
4. Menawarkan produk dan layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan UMKM dan masyarakat, seperti pembiayaan berbasis teknologi dan layanan keuangan digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk KSPPS BTM Batang saat ini masih menghadapi beberapa tantangan yang signifikan dalam mengadopsi teknologi dan platform digital. Beberapa permasalahan utama yang diidentifikasi meliputi:

1. Sistem Informasi Manual : Penggunaan sistem informasi yang masih manual mengakibatkan terbatasnya jangkauan layanan, kurangnya inovasi, sulitnya melakukan evaluasi terhadap efektivitas pemasaran, dan biaya yang tinggi dalam operasional.
2. Tantangan Teknologi : Kesulitan dalam mengintegrasikan teknologi digital secara menyeluruh sehingga menyebabkan keterbatasan dalam meningkatkan efisiensi dan memperluas akses layanan kepada nasabah.
3. Upaya Perbaikan : KSPPS BTM Batang telah mengambil langkah-langkah untuk mengatasi tantangan ini, termasuk pemaksimalan teknologi dengan meningkatkan sistem informasi dan proses digitalisasi. Selain itu, meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan dianggap sebagai strategi penting untuk mendukung perbaikan dalam operasional dan pemasaran.

Dengan demikian, untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan mencapai keberhasilan yang lebih baik di era digital, KSPPS BTM Batang perlu terus berinovasi dan mengadopsi teknologi yang tepat, serta memastikan bahwa sumber daya manusia mereka siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperbaiki kinerja pemasaran mereka, meningkatkan kepuasan nasabah, dan secara keseluruhan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., Fadil, M. R., & Syafieh, S. (2022). Scientific Tradition and Development of The Qur'anic exegesis in Aceh. *AL QUDDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 6(2). <https://doi.org/10.29240/alquds.v6i2.4175>
- Andini, R., & Adji, S. (2023). Pelatihan Pengelolaan Sdm Di Era Digital Pada Koperasi Serba Usaha Semarang. *Comunity Development Journal*, 1(2), 3262–3265. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i2.16>
- Astina, C. (2022). Revenue optimization strategy through digitizing retribution parking in Kota Batu. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41272-021-00333-y>
- Ati, A., Shabri, M., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the effects of customer satisfaction and bank reputation on the relationship between services quality and loyalty of islamic banking customers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25.

Budiman, I. (2021a). CONVERTING CONVENTIONAL BANKS TO SHARIA BANKS IN ACEH: AN EFFORT TO MAINTAIN A STABLE ECONOMY IN THE COVID-19 OUTBREAK. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.22373/share.v10i1.8337>

Budiman, I. (2021b). The islamic perspective on the improvement of family economy in the new normal. *Samarah*, 5(1). <https://doi.org/10.22373/sjhk.v5i1.8389>

Chalil, R. D. (2015). The role of consumer involvement as a moderating variable: The relationship between consumer satisfaction and corporate image on service loyalty.

<https://www.proquest.com/openview/8d569cd912641535aee7192bbea2fad0>

Day, I. P. N. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Pada PT. Pesona Permai Flores NTT. *Jurnal Revenue: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 140–143. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/hw9s5>

Dayyan, M., & Chalil, R. D. (2020). THE ATTITUDE OF MERCHANTS TOWARDS FATWA ON RIBA AND CONVENTIONAL BANK IN LANGSA. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.22373/share.v9i1.6372>

Dayyan, M., Mardhiah, A., & Sembiring, M. (2019). DA'WAH EXPERIENCE, SPIRITUAL, AND ECONOMIC RESILIENCE OF JAMAAH TABLIGH IN LANGSA. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 19(2). <https://doi.org/10.22373/jiif.v19i2.4545>

Dewi, P. L., Lasimin, L., & Dadaprawira, M. N. (2023). Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Nasabah Berbasis Web Di Lingkungan Bank Bangun Arta Kroya. *Jurnal Sistem Informasi Triguna Dharma (JURSI TGD)*, 2(5). <https://doi.org/10.53513/jursi.v2i5.8223>

Hamid, A., Majid, M. S. A., & Khairunnisah, L. (2017). An Empirical Re-Examination of the Islamic Banking Performance in Indonesia. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 6(2). <https://doi.org/10.6007/ijarems.v6-i2/3022>

Hamid, A., Mardhiah, A., & Midesia, S. (2019). FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO STOCK INVESTMENT AMONG MUSLIM INVESTORS IN LANGSA. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(2). <https://doi.org/10.22373/share.v8i2.4679>

Hamidiyah, E., & Eldin Saputra, D. (2022). Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Dalam Pengembangan Bisnis Pada Bmt Artha Jaya Babelan Bekasi Utara. *Ad Diwan*, 1(2). <https://doi.org/10.51192/ad.v1i2.196>

THE EFFECTIVENESS OF ISLAMIC MICROFINANCE

EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN KEUANGAN MIKRO

Anggun Rahadian Kusuma Dewi, et.al

Ichwani, arief, & Farida, A. D. (2020). Pengukuran Tingkat Kapabilitas Manajemen Risiko Sistem Informasi Koperasi Syariah Menggunakan Framework Cobit 5. *Jurnal Komputasi*, 8(1). <https://doi.org/10.23960/komputasi.v8i1.2528>

Page | 84 Iskandar, I., Kurlillah, A., & Munadiati, M. (2023). Roles of Waqf in Supporting Economy Recovery Post Covid-19 Pandemic. *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF*, 10(1). <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v10i1.19824>

Jumadi. (2023). Pemkab Batang Terus Berikan Dukungan Penuh Untuk Kemajuan Koperasi. *Kanal Berita Pemkab Batang*. <https://berita.batangkab.go.id/?p=1&id=11059>

Kamal, S., Berakon, I., Hamid, A. and Muttaqin, Z. (2023). How do muzakki pay professional zakat? (the qualitative inquiries using the Bloom model. *Journal of Islamic Marketing, Vol. ahead*.

KAMAL, S. et al. (2022). Is Loan Shark an Alternative? The Intentions to Take a Loan from Loan Sharks in Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(2)

Kamal, S., Muslem, M., Mulyadi, M. and Berakon, I. (2024). "The spirit of Islamic economics versus loan sharks: investigating intentions to use loan sharks in Aceh, Indonesia." *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2022-0254>

Kamal, S., Safarida, N. and Kassim, E. S. (2024). "Investigating the role of fiqh zakat knowledge in moderating the behaviour of the Acehnese to pay zakat digitally." *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2023-0055>

Kamal, S. (2018). ZAKAT DAN INFAQ DALAM MENGURANGI PATOLOGI KEMISKINAN (STUDI PADA BAITUL MAL KOTA LANGSA). *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.32505/ihthyath.v2i1.688>

Kamal, S., Sari, J. D. P., Nurjanah, & Muttaqin, Z. (2023). Merintis Digitalisasi Wakaf Berbasis Website Melalui Pemberdayaan Berbasis Asset Based Community Development (Abcd) Pada Lembaga Kantong Wakaf Dalam Membangun Kesejahteraan Masyarakat. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2)

Kismawadi, E. R. Contribution of Islamic banks and macroeconomic variables to economic growth in developing countries: vector error. Contribution of Islamic banks and macroeconomic variables to economic growth in developing countries: vector error.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIABR-01-2023-0035>, 9(9).

Kurnia Pangestuti, N., Azka Fajar Mufarih, M., Fadlilatun Nisa', A., & Hermawan Adinugraha, H. (2022). Pendampingan Pemasaran Produk Melalui Sistem Digitalisasi Bagi UMKM Mie Ayam Di Desa Gejlig, Kabupaten Pekalongan. *JDISTIRA*, 2(1). <https://doi.org/10.58794/jdt.v2i1.59>

Page | 85

Mashuri. Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing, *JuRNAL Perbankan Syariah*, 1 (1).

Midesia, S., Basri, H., & Majid, M. S. A. (2016). The Effects of Asset Management and Profitability on Stock Returns A Comparative Study between Conventional and Islamic Stock Markets in Indonesia. *Academic Journal of Economic Studies*, 2(3).

Nadilla, T., Ulfah, A., Hayati, H., Midesia, S., & Puspita, D. (2019). *The Effect Of Leverage And Earning Per Share On Earning Management (A Study Of Companies Listed In Indonesia Stock Exchange)*. <https://doi.org/10.4108/eai.18-7-2019.2288646>

Prihatini, D., Puspitasari, N., Suroso, I., & Muhsyi, A. (2022). Peningkatan Literasi Keuangan Islam Pada KSPPS di Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4). <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.414>

Safwan, S. K. (2021). Wisdom Of Zakat (Muzakki Behavioral Phenomenon Of Paying Zakat For Professionals In Langsa City, Aceh Province). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1666>

Safwan Kamal. (2019). *Fiqih Zakat dan Teori Kemiskinan*. Perdana Publisir.

Saepuloh, M., & Ramdhani, Y. (2021). Sistem Informasi Simpan Pinjam Berbasis Website Koperasi KSPPS BMT Amanah Bersama. *EProsiding Teknik Informatika (PROTEKTIF)*, 2(2), 150.

Wirasari, N. P. P., & Sari, M. M. R. (2016). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Dan Pertumbuhan Koperasi Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(2), 885–912.

Yudi. (2016). Sistem Informasi Simpan Pinjam Berbasis Website Koperasi “Rikrik Gemi” SMKN 15 Bandung. *Informatika*, 3(September), 183–190.

Z Muttaqin, S. K. (2022). INVESTIGASI PENDAYAGUNAAN ZAKAT ASNAF GHARIM MENJADI ALTERNATIF HUTANG PIUTANG (Studi pada Baitul Mal Langsa). *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7 nomor 2, 371–398.