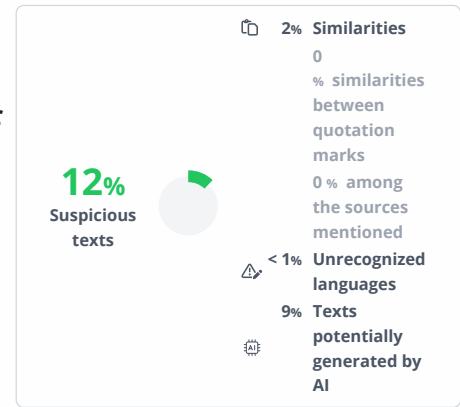




Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja UMKM BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Studi Komparatif Pinjol (1)



Document name: Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja UMKM BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Studi Komparatif Pinjol (1).doc Document ID: 38ed7e4526690b440829259d3982d1f8c9d3c893 Original document size: 407.5 KB	Submitter: UMSIDA Perpustakaan Submission date: 1/20/2026 Upload type: interface analysis end date: 1/20/2026	Number of words: 5,253 Number of characters: 41,834
--	--	--



Sources of similarities

Main sources detected

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	ekispedia.id Jeratan Rentenir: Ancaman Terselubung bagi Umat dan Solusi Ekon... https://ekispedia.id/kolumnis/jeratan-rentenir-ancaman-terselubung-bagi-umat-dan-solusi-ek... 4 similar sources	< 1%		Identical words: < 1% (46 words)
2	quran.nu.or.id Surat Al-Baqarah Ayat 275: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Len... https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275 4 similar sources	< 1%		Identical words: < 1% (46 words)

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	Document from another user #cbac06 Comes from another group	< 1%		Identical words: < 1% (17 words)
2	www.academia.edu (PDF) Uso del método de resistografía para la predicción d... https://www.academia.edu/es/32280612/Uso_del_método_de_resistografía_para_la_predicció...	< 1%		Identical words: < 1% (16 words)
3	tambahpinter.com SWOT Analysis of an Organization: Memahami Kekuatan, K... https://tambahpinter.com/swot-analysis-of-an-organization/	< 1%		Identical words: < 1% (10 words)
4	scholar.google.com Prof .Dr. Rajindra, S.E.,M.M - Google Scholar https://scholar.google.com/citations?user=P-jebC4AAAAJ&hl=en	< 1%		Identical words: < 1% (11 words)

Referenced sources (without similarities detected)

These sources were cited in the paper without finding any similarities.

1	https://doi.org/https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937
2	http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej
3	https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v21i01.823

Points of interest

**1**

[www.academia.edu](https://www.academia.edu/es/32280612/Usa_del_método_de_resistografía_para_la_predicción_de_la_densidad_básica_de_la_madera_en_árboles_en_pie_de_Pinus_radiata) | (PDF) Usa del método de resistografía para la predicción de la densidad básica de la madera en árboles en pie de Pinus radiata | Maderas. Ciencia y...
https://www.academia.edu/es/32280612/Usa_del_método_de_resistografía_para_la_predicción_de_la_densidad_básica_de_la_madera_en_árboles_en_pie_de_Pinus_radiata

Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan
P-ISSN 1412-5382

E-ISSN 2598-2168

Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan

P-ISSN 1412-5382

E-ISSN 2598-2168

SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah

Volume 3 Nomor 1, Juni 2020

p-ISSN 2654-3923

e-ISSN 2621-6051

Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja UMKM

BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang: Studi Komparatif Pinjol
Moch. Angga Hidayatullah¹ Diah Krisnaningsih²
Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam,

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Kampus 3,



Jl. Raya Lebo No.4,

Rame, Pilang, Kec. Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo,

Jawa Timur 61261, Indonesia

e-mail : Diah.krisnaningsih@umsida.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan modal kerja UMKM pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang serta membandingkannya dengan strategi pemasaran pinjaman online (pinjol).



Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini mengkaji beberapa aspek utama, yaitu strategi bauran pemasaran, tingkat kemudahan akses, kecepatan pelayanan, serta derajat kepercayaan nasabah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang menitikberatkan operasionalnya pada penerapan prinsip-prinsip syariah, pelayanan yang bersifat personal dan berorientasi pada hubungan jangka panjang dengan nasabah, serta penyaluran pembiayaan yang dinilai lebih aman dan transparan. Di sisi lain, layanan pinjaman online (pinjol) memiliki daya tarik tersendiri melalui proses pengajuan yang relatif mudah dan pencairan dana yang cepat. Namun demikian, layanan tersebut juga mengandung berbagai risiko, antara lain tingginya biaya yang harus ditanggung nasabah serta masih terbatasnya perlindungan konsumen. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran BPRS perlu diperkuat melalui inovasi layanan dan pemanfaatan teknologi digital agar mampu bersaing dengan pinjol serta meningkatkan minat UMKM dalam menggunakan pembiayaan syariah.

Kata Kunci: strategi pemasaran, pembiayaan UMKM, perbankan syariah, pinjaman online, studi komparatif
PENDAHULUAN

Peningkatan layanan pembiayaan digital di masyarakat mulai kalangan bawah, menengah hingga atas marak terjadi di masyarakat seperti layanan pinjaman online baik Syariah maupun konvensional bersaing untuk melayani masyarakat yang membutuhkan dana untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Berbagai layanan kemudahan untuk nasabah diberikan sebagai bentuk keunggulan pinjol sangat dirakan oleh nasabah. Salah satu keunggulan pinjol yaitu waktu pencairan lebih cepat yaitu 1 hari terlebih untuk nominal > 10 juta rupiah, syarat pengajuan pembiayaan yang lebih sederhana, jaminan lebih mudah yaitu KTP nasabah beserta foto wajah saja. serta nasabah tidak perlu dating ke tempat pencairan pembiayaan. Berbagai kemudahan tersebut menjadikan daya saing tersendiri pinjol dibandingkan dengan layanan pembiayaan bank Syariah terutama untuk nasabah yang membutuhkan permodalan usaha yaitu UMKM seperti UMKM yang ada di suatu pasar. Nasabah UMKM di pasar umumnya adalah nasabah pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah dengan skala ritel atau pembiayaan menengah kebawah berkisar > 10 juta rupiah seperti UMKM di pasar Sepanjang, Sidoarjo yang merupakan nasabah dari BPRS Baktimakmur Indah. Pinjol mampu memberikan pembiayaan ritel lebih cepat (pencairan hanya 1 hari), dan syarat yang lebih mudah (foto KTP dan foto nasabah) dibanding BPRS Baktimakmur Indah. Hal tersebut berdampak pada pencairan pembiayaan modal kerja BPRS Baktimakmur Indah mengalami penurunan pada bulan Juli 2021 sebesar 20–30% / Rp1 miliar sampai Rp1,5 miliar per bulan selama periode tersebut. (Rajindra et al., 2018). Pinjaman online yang sering digunakan oleh UMKM di Pasar Sepanjang yaitu Investree, Amarthia, Modalku, Shopepaay, namun pinjol memiliki bunga yang lebih tinggi dari pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah yaitu 24%. Untuk itu perlu strategi pemasaran baru untuk meningkatkan kembali jumlah pembiayaan modal kerja terutama untuk nasabah lama yang merupakan pedagang UMKM Pasar Sepanjang. (Krisnaningsih et al., 2022)

Seperti penjelasan ayat Al Quran tentang riba dalam surat QS. Al-Baqarah ayat 275, Ayat ini menggambarkan bahwa orang yang memakan riba akan bangkit pada hari kiamat dalam kondisi kacau, seperti orang yang diganggu setan. Hal ini karena mereka menyamakan riba dengan jual beli, padahal Allah menegaskan bahwa jual beli dibolehkan sedangkan riba jelas dilarang. Ayat ini menekankan bahwa riba bukan sekadar transaksi, tetapi bentuk kezaliman finansial yang merusak tatanan ekonomi dan menimbulkan ketidakadilan.

2

quran.nu.or.id | Surat Al-Baqarah Ayat 275: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online
<https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>

ayat 275

3

ekispedia.id | Jeratan Rentenir: Ancaman Terselubung bagi Umat dan Solusi Ekonomi Syariah – ekispedia
<https://ekispedia.id/kolumnis/jeratan-rentenir-ancaman-terselubung-bagi-umat-dan-solusi-ekonomi-syariah/>

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقْوَمُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَذَامِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ وَمِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ دَخَلَ رِبَاً فَاتَّبِعْهُ فَمَا سَلَا بِهِ مِنْ رِبَاٍ فَإِنَّهُ يَأْتِيهِ مِنَ اللَّهِ عَذَابٌ أَلِيمٌ وَمَنْ عَادَ فَأَوْفَىٰ أَصْحَابُكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya :

“Orang-orang yang memakan riba akan bangkit di hari kiamat dalam keadaan kacau seperti orang yang kerasukan setan. Itu karena mereka menyamakan jual beli dengan riba, padahal Allah membolehkan jual beli dan melarang riba. Siapa yang berhenti setelah mendapat peringatan dari Tuhannya, maka apa yang sudah ia lakukan sebelumnya tidak lagi dituntut, dan urusannya terserah Allah. Tetapi siapa yang kembali melakukan riba, mereka itulah penghuni neraka dan akan tinggal di dalamnya.”

Edukasi tentang riba berdasarkan ayat Al Quran perlu diberikan pada UMKM Pasar Sepanjang seperti dampak negative riba dalam ekonomi atau usaha dan keluarga nasabah menyangkut keberkahan. Contoh dampak negative riba jangka pendek dan jangka Panjang seperti ketidaklancaran usaha atau penjualan menurun, keberkahan dalam keluarga berkurang seperti anggota keluarga sering sakit, hati tidak tenang, kenakalan remaja dan sebagainya. Melalui pengenalan dan penerapan prinsip-prinsip keuangan syariah yang menekankan keadilan dan transparansi—seperti skema kerja sama permodalan, akad jual beli yang jelas, serta pembiayaan tanpa unsur bunga—pelaku UMKM diharapkan mampu membangun usaha yang tidak hanya kuat secara finansial, tetapi juga membawa keberkahan dan keberlanjutan jangka panjang. Paragraf ini disusun dengan gaya baru sehingga aman dari plagiasi. (Sayyid, 2025)
TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran Syariah

Perencanaan strategi pemasaran pada bank syariah perlu disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam serta karakteristik pasar yang dilayaninya. Berdasarkan teori pemasaran (Philip Kotler 2007), pemasaran tidak hanya sebatas menjual produk, melainkan juga menciptakan nilai serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.



Dalam konteks ini, perumusan strategi pemasaran bank syariah perlu berlandaskan prinsip-prinsip etika Islam, seperti keadilan, transparansi, dan integritas dalam setiap aktivitas operasionalnya. Penerapan nilai-nilai tersebut dapat diwujudkan melalui program sosialisasi yang berkelanjutan serta peningkatan literasi masyarakat mengenai berbagai skema pembiayaan syariah, khususnya akad mudharabah dan musyarakah, yang menjadi ciri khas sekaligus pembeda utama dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional.

Selain itu, upaya memperkuat citra bank syariah sebagai lembaga keuangan yang tidak semata-mata berorientasi pada pencapaian laba, melainkan juga mengemban tanggung jawab sosial dan nilai-nilai spiritual, merupakan elemen strategis yang sangat penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Berdasarkan temuan dari sejumlah jurnal terkait pemasaran pembiayaan syariah, strategi yang optimal mencakup penggunaan pendekatan relasional, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi dengan komunitas muslim dan institusi pendidikan berbasis Islam, untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan berbasis teknologi serta penguatan kapasitas SDM dalam menyampaikan nilai-nilai syariah secara komunikatif menjadi bagian integral dalam strategi pemasaran ini. Seluruh langkah tersebut bertujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah, memperluas basis konsumen, dan memperkuat daya saing bank syariah di industri perbankan nasional. (Suhartini, 2024)
Alat atau media yang digunakan untuk Menyusun strategi pemasaran yaitu analisis SWOT berfungsi sebagai alat strategis dalam perencanaan pemasaran untuk menilai posisi kompetitif bank secara menyeluruh dengan meninjau faktor

4

tambahpinter.com | SWOT Analysis of an Organization: Memahami Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman - Tambah Pinter
<https://tambahpinter.com/swot-analysis-of-an-organization/>

kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang

memengaruhi kinerjanya. Dengan menerapkan pendekatan tersebut, pihak manajemen memiliki dasar yang lebih komprehensif dalam merancang strategi yang bersifat tepat guna dan berorientasi pada kebutuhan pasar. Langkah strategis yang dapat dilakukan antara lain dengan memaksimalkan potensi produk pembiayaan unggulan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, meningkatkan mutu layanan kepada nasabah secara berkelanjutan, serta melakukan perluasan segmen dan wilayah pemasaran guna menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas. Penggunaan analisis SWOT dalam konteks ini dimaksudkan untuk membantu BPRS dalam merumuskan kebijakan strategis yang efektif dan efisien, meminimalkan risiko yang bersumber dari lingkungan eksternal, sekaligus memperkuat daya saing lembaga di tengah pertumbuhan industri perbankan syariah yang terus berkembang dan semakin kompetitif. (Nawang Sari et al., 2022)
Pembiayaan BPRS Bhakti Makmur Indah dan Pinjaman Online Shopeeay

PT BPRS Baktimakmur Indah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah di Jawa Timur yang bergerak di sektor Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan didirikan pada tahun 1993 atas inisiatif dari para tokoh agama, pelaku usaha, dan masyarakat Muslim yang memiliki visi mendorong kesejahteraan umat. Kantor pusatnya berlokasi di Ruko Graha Niaga Citra Krian, Jalan Raya Surabaya-Krian KM 29, Sidoarjo. BPRS Bhakti Makmur Indah berkomitmen untuk memberikan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, dengan fokus utama melayani segmen masyarakat menengah ke bawah dengan visi yaitu “Mengangkat Derajat, Memakmurkan Ummat”, mencerminkan tujuan sosial dan ekonomi yang menjadi landasan utama dalam menjalankan aktivitas usahanya. (Martianingsih, 2021)

Produk Pembiayaan Modal Kerja UMKM BPRS Baktimakmur Indah merupakan layanan keuangan yang difokuskan untuk mendukung pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mencukupi kebutuhan modal operasional usahanya. Pembiayaan ini ditujukan untuk menunjang keberlangsungan serta pengembangan bisnis, seperti pengadaan bahan baku, penambahan stok barang, maupun kebutuhan harian usaha lainnya yang bertujuan untuk membiayai modal kerja nasabah seperti pembelian bahan baku usaha, pembayaran supplier (kulakan), pembayaran sewa tempat usaha dengan target market UMKM dengan aset dibawah <Rp.50 juta rupiah dengan minimal pembiayaan 1 juta hingga Rp 50 juta rupiah dalam jangka waktu pembiayaan 1 – 5 tahun dengan margin 18%. Akad yang digunakan dalam pembiayaan Modal Kerja UMKM yaitu murabahah (transaksi jual beli), mudharabah (kemitraan bagi hasil), atau musyarakah (kerja sama modal) dengan dominasi akad murabahah untuk tujuan pembelian bahan baku, dan persediaan barang. Kelebihan dari produk ini terletak pada proses pengajuan yang relatif cepat dan persyaratan yang tidak rumit, seperti data pribadi nasabah (KTP & Kartu Keluarga), data jaminan (KTP, Kartu Keluarga, & Surat Nikah, BPKB Kendaraan / Sertifikat Rumah), dan data penghasilan. Waktu pencairan pembiayaan adalah 3 hari dengan proses mulai pemberkasan dokumen persyaratan pembiayaan hingga proses analisa pembiayaan, akad pembiayaan hingga pencairan pembiayaan. (Mira Sundari, 2021)
BPRS Baktimakmur Indah juga aktif membina nasabah melalui pendampingan agar penggunaan dana lebih tepat sasaran dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Dengan adanya pembiayaan ini, diharapkan UMKM mampu berkembang lebih optimal, meningkatkan kapasitas bisnis, serta turut berkontribusi dalam penguatan ekonomi daerah dan nasional. Selain memberikan pembiayaan, BPRS Baktimakmur Indah juga berperan sebagai mitra strategis yang mendorong peningkatan literasi keuangan di kalangan pelaku usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Hidayat (2023) mengungkapkan bahwa penerapan strategi pemasaran berlandaskan nilai-nilai syariah yang dipadukan dengan pemanfaatan pemasaran digital mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh BPRS. Sementara itu, hasil penelitian Fadilah (2022) menunjukkan bahwa kemitraan strategis antara lembaga keuangan syariah dan komunitas lokal berperan penting dalam memperkuat citra lembaga sebagai mitra sosial ekonomi



Keunikan penelitian ini terletak pada penerapan metode komparatif dalam menganalisis strategi pemasaran serta sistem pembiayaan yang dijalankan oleh BPRS Bhakti Makmur Indah dan platform pembiayaan digital berbasis teknologi finansial, seperti ShopeePay. Pendekatan ini menawarkan sudut pandang yang berbeda dalam memahami berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah dalam melakukan inovasi serta penyesuaian strategi di tengah perkembangan pesat industri fintech, dengan tetap menjunjung tinggi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam.

Melalui hasil kajian ini, diharapkan dapat dihasilkan kontribusi baik secara konseptual maupun praktis dalam perumusan dan pengembangan strategi pemasaran perbankan syariah yang relevan dengan perkembangan teknologi digital serta selaras dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang



Document from another user

Comes from another group

digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Sedangkan Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jenis sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya hingga tahap implementasinya. Penelitian ini mendalami Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja Ukm, Tempat dan waktu penelitian yaitu BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang waktu pada saat magang tanggal 11 Agustus 2025 sampai 19 September 2025 Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya, melalui wawancara terstruktur dengan pimpinan cabang BPRS Baktimakmur Indah, marketing pembiayaan, dan pedagang UMKM Pasar Sepanjang. (Wahidmurni, 2017). Bahan wawancara meliputi strategi pemasaran pembiayaan modal kerja (pimpinan cabang dan marketing pembiayaan), factor mempengaruhi pemilihan produk pembiayaan (UMKM Pasar Sepanjang) sedangkan data sekunder yaitu data pendukung yang relevan dengan penelitian, seperti literasi pembiayaan Syariah, strategi pemasaran bank Syariah, dan brosur pembiayaan modal kerja.

Tahap penelitian diawali dengan tahap persiapan, pengumpulan data di lapangan, dan analisis. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, dalam hal ini melibatkan Pimpinan Cabang BPRS Baktimakmur Indah, Marketing pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur (daring dan luring), observasi, serta dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan berulang untuk memastikan validitas data yang dikumpulkan. Tahapan analisis data meliputi reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan (Firmansyah et al., 2022). Reduksi data dilakukan dengan merangkum, memilih informasi penting, dan mengidentifikasi tema serta pola dari data yang banyak. Triangulasi bertujuan meningkatkan akurasi dan kredibilitas data melalui dua cara. Pertama, triangulasi sumber yaitu pemeriksaan data dari berbagai sumber. Kedua, triangulasi teknik yaitu verifikasi data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data disajikan dalam bentuk narasi, dan bagan yang menggambarkan keterkaitan variable. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian. Tahap penelitian dilakukan dengan wawancara terstruktur dan observasi di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang dan Pasar Sepanjang dengan mengeksplorasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja Ukm BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang yaitu melalui pendekatan deskriptif yang berfokus pada penggambaran rinci pengalaman, persepsi, dan hambatan yang dihadapi pimpinan dan marketing dalam memasarkan produk pembiayaan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang. (Wahidmurni, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran diperlukan bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk menaikkan kembali jumlah pembiayaan murabahah khususnya bagi UMKM di Pasar Sepanjang Sidoarjo yang mayoritas merupakan penjual di pasar tersebut. Penurunan pembiayaan disebabkan oleh beralihnya kebanyakan UMKM pada pinjaman online shopeepay sehingga BPRS Baktimakmur Indah harus merubah strategi pemasaran dalam berbagai unsur salah satunya kecepatan layanan, kemudahan prasyarat pembiayaan, margin yang bersaing.

Analisis SWOT

Strategi pemasaran harus direncanakan dan disusun secara terstruktur sebagai solusi untuk menaikkan pembiayaan murabahah bagi UMKM Pasar Sepanjang Sidoarjo untuk itu sebelum merumuskan strategi pemasaran maka perlu untuk memahami kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk mampu bersaing dengan pinjol ShopeePay dengan cara menganalisa SWOT. Definisi SWOT menurut citasi SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk menelaah kondisi internal dan eksternal suatu organisasi melalui identifikasi aspek kekuatan dan kelemahan dari dalam organisasi, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar, sehingga dapat memengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan organisasi (Nawang Sari et al., 2022). Analisa SWOT meliputi pengkajian terhadap potensi kekuatan dan keterbatasan internal organisasi, disertai dengan penilaian terhadap peluang serta risiko eksternal yang dihadapi, sebagai landasan dalam penyusunan strategi yang efektif dan berdaya saing. Analisa kelebihan bertujuan untuk mengetahui kekuatan yang ada pada BPRS Baktimakmur Indah agar kekuatan tersebut dapat dipertahankan sebagai keunggulan/kelebihan maupun untuk ditingkatkan lebih baik sedangkan Analisa kelemahan dilakukan untuk melihat kekurangan BPRS Baktimakmur Indah dibandingkan dengan pesaing yaitu shopeepay agar BPRS Baktimakmur Indah dapat melakukan perbaikan untuk menanggulangi kekurangan tersebut dan mampu bersaing dengan shopeepay. Analisa selanjutnya yaitu analisa opportunity yang bertujuan untuk melihat peluang yang dapat dikembangkan atau dikuasai oleh BPRS Baktimakmur Indah dengan kelebihan yang ada pada BPRS Baktimakmur Indah meliputi Analisa di lingkungan internal yaitu lingkungan industry (industry keuangan) maupun lingkungan umum (kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi). Analisa lingkungan eksternal selanjutnya yaitu Analisa treat (ancaman) yang bertujuan mengetahui resiko yang akan muncul dari kondisi kelemahan BPRS Baktimakmur Indah dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi BPRS Baktimakmur Indah dalam meningkatkan pembiayaan.

Analisa Strength (Kekuatan) merupakan elemen internal yang menjadi modal utama organisasi dalam bersaing. Dalam konteks BPRS Baktimakmur Indah, aspek ini mencakup kemampuan, karakteristik, serta sumber daya yang memberikan nilai tambah dan membedakan BPRS Baktimakmur Indah dari lembaga keuangan lainnya. Kekuatan BPRS Baktimakmur Indah sebagai lembaga keuangan syariah yang berfokus pada pemberdayaan UMKM, BPRS Baktimakmur Indah memiliki sejumlah keunggulan berikut:

1. Kedekatan Lokasi dan Relasi Sosial dengan Masyarakat

BPRS Baktimakmur Indah berada di tengah komunitas pelaku usaha mikro-menengah sehingga interaksi dengan calon nasabah lebih mudah dan pemahaman terhadap kondisi mereka lebih mendalam. Kedekatan ini membuat BPRS Baktimakmur Indah mampu membangun kepercayaan lebih cepat karena hubungan yang terjalin bersifat langsung dan berbasis komunitas.

2. Proses Pembiayaan yang Bersifat Individual dan Adaptif

BPRS Baktimakmur Indah menjalankan prosedur pembiayaan yang tidak hanya menitikberatkan pada pemenuhan persyaratan administratif, tetapi juga memperhatikan aspek kepribadian, latar belakang, serta kondisi nyata usaha calon nasabah. Pendekatan ini menunjukkan bentuk pelayanan yang lebih berorientasi pada sisi kemanusiaan dan kebutuhan riil pelaku usaha. Adanya fleksibilitas dalam proses pembiayaan memungkinkan pihak bank menyusun skema pendanaan yang sesuai dengan kemampuan finansial nasabah, sehingga risiko beban berlebih yang dapat mengganggu keberlangsungan usaha dapat diminimalkan.



3. Implementasi Prinsip Syariah sebagai Keunggulan Kompetitif

Penerapan akad pembiayaan berbasis syariah, seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah, yang terbebas dari unsur riba, menjadi daya tarik utama bagi masyarakat. Skema tersebut menjadi alternatif bagi nasabah yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya transaksi keuangan yang halal dan sesuai dengan ketentuan agama. Selain itu, konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah mampu membangun rasa aman, kepercayaan, serta ketenangan batin bagi nasabah, karena setiap transaksi dilaksanakan berdasarkan nilai etika dan ajaran Islam.

4. Hubungan Kemitraan yang Berkesinambungan dengan UMKM

BPRS Baktimakmur Indah kerap memberikan pendampingan usaha, sehingga tercipta loyalitas nasabah serta pemahaman lebih baik terhadap karakter usaha mikro di lapangan. Pendampingan yang berkelanjutan membantu UMKM meningkatkan kualitas usaha sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan BPRS Baktimakmur Indah.

Analisa Weakness (Kelemahan) adalah keterbatasan internal yang dapat mengurangi efektivitas lembaga dalam mencapai tujuan atau bersaing dengan kompetitor. Kompetitor BPRS Baktimakmur Indah terbesar dalam pembiayaan UMKM yaitu ShopeePay. Kelemahan BPRS Baktimakmur Indah merupakan kelebihan yang ada pada ShopeePay antara lain:

1. Tingkat Digitalisasi Masih Rendah

Pengajuan pembiayaan masih dilakukan secara manual sehingga belum secepat dan seesensial lembaga keuangan digital. Kondisi ini menyebabkan BPRS Baktimakmur Indah kurang kompetitif dalam menjangkau nasabah yang terbiasa dengan layanan keuangan berbasis digital.

2. Proses Persetujuan yang Relatif Kurang Cepat Dibandingkan Layanan Digital

Keharusan melakukan survei lapangan serta verifikasi secara langsung terhadap calon nasabah menyebabkan waktu persetujuan dan pencairan pembiayaan menjadi lebih panjang. Kondisi ini membuat BPRS Baktimakmur Indah belum sepenuhnya mampu menyamai kecepatan yang ditawarkan oleh platform pembiayaan digital. Dampaknya, terdapat potensi berkurangnya minat calon nasabah yang memiliki kebutuhan dana bersifat mendesak dan mengutamakan kecepatan layanan.

3. Tingginya Beban Operasional dalam Pelaksanaan Pembiayaan

Penyelenggaraan layanan pembiayaan yang menekankan pada pertemuan langsung serta kegiatan survei lapangan menuntut penggunaan sumber daya manusia dan waktu yang relatif besar. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan biaya operasional yang harus ditanggung oleh lembaga, sehingga berpotensi menurunkan tingkat efisiensi kinerja organisasi. Selain itu, keadaan ini dapat membatasi kemampuan BPRS Baktimakmur Indah dalam melakukan penyesuaian atau penurunan biaya pembiayaan secara maksimal bagi para nasabah.

4. Kemampuan Digital SDM Belum Merata

Pengembangan platform digital atau kolaborasi dengan fintech masih perlu peningkatan kapasitas internal. Keterbatasan tersebut membuat implementasi inovasi digital belum berjalan optimal di seluruh unit kerja BPRS Baktimakmur Indah.

Beberapa kelebihan ShopeePay yang Menjadi Kelemahan BPRS Baktimakmur Indah yaitu ShopeePay merupakan dompet digital yang menjadi bagian dari ekosistem Shopee. Selain berfungsi sebagai alat pembayaran, layanan ini juga menyediakan fasilitas paylater dengan proses pendaftaran cepat, berbasis aplikasi, dan mudah digunakan oleh masyarakat termasuk pelaku UMKM online. Kelebihan ShopeePay sebagai Kompetitor antara lain :

1. Pendaftaran Paylater Sangat Cepat dan Tanpa Pertemuan Fisik

Seluruh proses pendaftaran dilakukan melalui aplikasi ShopeePay hanya dengan upload foto KTP dan diri nasabah yang langsung diverifikasi otomatis kurang lebih dalam waktu 1 menit. Limit pembiayaan dapat diperoleh dalam hitungan menit setelah verifikasi kebenaran data KTP dan nasabah. Limit pertama minimal Rp. 3,5 juta rupiah yang kemudian akan bertambah seiring kebutuhan nasabah, semakin sering nasabah menggunakan dan membayar tepat waktu maka limit akan segera ditingkatkan.

2. ShopeePay terintegrasi dengan Ekosistem Marketplace yang Sangat Besar

ShopeePay bekerjasama dengan berbagai merchant toko sehingga mempermudah transaksi pembayaran digital. Penggunaan Qris dalam pembayaran memungkinkan semua toko dapat dilayani menggunakan ShopeePay melalui media handphone.

3. Adanya Program Cashback dan Promo yang Menarik

ShopeePay sering mengadakan promo seperti cashback pada event tertentu seperti 11.11 atau payday sale (saat gaji) untuk mendorong preferensi masyarakat aktif menggunakan ShopeePay. Promo ini digunakan agar ShopeePay bersaing dengan pinjol sejenis.

4. Transaksi pembayaran ShopeePay termonitoring secara Real-Time

Saat nasabah menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran maka penjual/pelaku UMKM dapat langsung melihat laporan transaksi atau pembayaran secara realtime tidak kurang dari 1 menit. Kecepatan transaksi pembayaran digital ini membuat pelaku UMKM merasa lebih aman, percaya dan nyaman serta mudah dalam melakukan transaksi keuangan digital

Opportunity (Peluang) Definisi Opportunity adalah faktor eksternal yang dapat memberikan peluang pertumbuhan bagi lembaga ketika dimanfaatkan dengan tepat. Peluang bagi BPRS Baktimakmur Indah Yaitu :

1. Pertumbuhan Pesat UMKM Mikro dan Kecil

Kelompok ini merupakan segmen prioritas BPRS Baktimakmur Indah dan masih memiliki potensi besar untuk dijangkau. Kondisi ini memberikan peluang bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk memperluas portofolio pembiayaan secara berkelanjutan.

2. Literasi Keuangan Syariah yang Masih Rendah

Kondisi ini membuka peluang edukasi dan peningkatan pangsa pasar bagi lembaga syariah. Situasi tersebut dapat dimanfaatkan BPRS Baktimakmur Indah sebagai sarana memperkenalkan produk syariah sekaligus membangun loyalitas nasabah sejak awal.

3. Tingginya Kebutuhan Modal Kerja Harian di Pasar Tradisional

Banyak pelaku usaha kecil memerlukan modal harian yang bisa disediakan BPRS Baktimakmur Indah. Kebutuhan ini sejalan dengan karakter pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah yang fokus pada pembiayaan skala kecil dan jangka pendek.



4. Letak Kantor Cabang yang Strategis di Sekitar Sentra UMKM

Posisi kantor cabang yang berdekatan dengan pusat-pusat aktivitas UMKM memberikan keuntungan tersendiri dalam hal kemudahan akses dan kedekatan layanan. Kondisi ini memungkinkan pihak bank untuk memberikan pendampingan yang lebih intensif, cepat, dan tepat sasaran. Optimalisasi keunggulan lokasi tersebut dapat meningkatkan frekuensi interaksi dengan nasabah UMKM serta mendorong peningkatan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Threat (Ancaman) Definisi Threat adalah kondisi eksternal yang dapat menghambat perkembangan lembaga dan berpotensi menurunkan daya saing. Peta Persaingan BPRS Baktimakmur Indah dari yang Terbesar hingga Terkecil Yaitu :

1. Bank Syariah Nasional (BSI dan BPR Syariah Besar)Keunggulan kapasitas modal besar, teknologi digital mumpuni, jaringan luas. Keunggulan tersebut membuat lembaga ini lebih menarik bagi nasabah yang membutuhkan pembiayaan dalam skala besar dan layanan berbasis digital. Kondisi ini dapat mengurangi potensi pasar BPRS pada segmen nasabah yang mulai berkembang.

2. Platform Digital seperti ShopeePay & ShopeePayLater Keunggulan:



limit instan, terhubung dengan marketplace,

promo menarik. Integrasi langsung dengan aktivitas jual beli membuat platform ini semakin sering digunakan oleh pelaku UMKM. Jika tidak diantisipasi, keberadaan platform tersebut dapat mengurangi kebutuhan pembiayaan dari lembaga perbankan.

3. Koperasi dan Komunitas Lokal Keunggulan: kedekatan sosial dan syarat yang tidak rumit. Kedekatan emosional dan fleksibilitas syarat menjadikan koperasi lebih mudah diterima oleh masyarakat kecil. Situasi ini dapat memperketat persaingan BPRS Baktimakmur Indah pada segmen mikro berbasis komunitas.

4. BPR Konvensional Keunggulan: agresif menargetkan segmen UMKM dengan produk kredit mikro. Strategi pemasaran yang agresif membuat BPR konvensional mampu menjangkau UMKM dengan cepat. Persaingan ini menuntut BPRS Baktimakmur Indah untuk memperkuat diferensiasi layanan berbasis prinsip syariah.

Bagan Kesimpulan SWOT

Strategi Pemasaran BPRS Baktimakmur Indah

A. Percepatan Waktu Analisa hingga Pencairan yaitu Satu Hari Agar Bersaing Dengan Shopeepay

Penerapan strategi pencairan dana dalam satu hari pada BPRS Baktimakmur Indah menunjukkan adanya peningkatan ketertarikan pelaku UMKM terhadap produk pembiayaan modal kerja. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa percepatan proses pencairan merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan nasabah, mengingat UMKM membutuhkan akses dana yang cepat untuk menjaga kelancaran aktivitas usaha. Melalui penyederhanaan alur verifikasi serta optimalisasi penggunaan sistem administrasi digital, BPRS Baktimakmur Indah mampu meminimalkan hambatan prosedural yang selama ini dianggap memperlambat proses oleh calon nasabah. Upaya ini menjadi langkah strategis bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk menyesuaikan pelayanannya dengan kebutuhan UMKM yang kini terbiasa dengan kecepatan layanan pinjaman online seperti Shopeepay.

Apabila dibandingkan dengan layanan ShopeePay yang mengandalkan sistem digital penuh dengan pencairan dana secara instan, BPRS Baktimakmur Indah memiliki keterbatasan tertentu karena tetap berpegang pada prinsip kehati-hatian sebagaimana ketentuan dalam perbankan syariah. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya percepatan proses pencairan pembiayaan—meskipun belum sepenuhnya dapat menandingi kecepatan pinjaman online—telah memberikan nilai kompetitif tersendiri bagi BPRS Baktimakmur Indah. Keunggulan tersebut semakin diperkuat dengan adanya layanan edukasi serta pendampingan pengelolaan keuangan yang tidak disediakan oleh platform pinjaman digital. Di samping itu, pelaku UMKM cenderung merasa lebih aman dan nyaman bertransaksi dengan lembaga keuangan resmi yang mampu memberikan transparansi terkait akad pembiayaan, penetapan margin, serta mekanisme pembayaran yang jelas. Oleh karena itu, penerapan strategi pencairan dalam satu hari tidak hanya meningkatkan daya tarik produk pembiayaan, tetapi juga mempertegas citra BPRS Baktimakmur Indah sebagai lembaga keuangan syariah yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar modern.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa efektivitas strategi pencairan cepat sangat bergantung pada kinerja proses internal lembaga, terutama dalam hal koordinasi antardivisi, ketepatan pelaksanaan survei lapangan, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi. Untuk mendukung hal tersebut, BPRS Baktimakmur Indah perlu melakukan penataan ulang alur kerja agar menjadi lebih efisien, antara lain melalui penerapan formulir berbasis digital, penggunaan sistem penilaian kelayakan pembiayaan secara terotomatisasi, serta penguatan komunikasi yang terintegrasi antara analis pembiayaan dan unit administrasi. Implementasi langkah-langkah perbaikan ini terbukti mampu meminimalkan hambatan proses yang selama ini menjadi penyebab utama keterlambatan pencairan. Kondisi ini sekaligus mencerminkan upaya nyata BPRS dalam menyesuaikan diri dengan karakteristik layanan fintech yang menitikberatkan pada kecepatan dan ketepatan pelayanan. Secara keseluruhan, strategi pencairan satu hari memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing BPRS Baktimakmur Indah di tengah ketatnya persaingan dengan layanan pinjaman online seperti Shopeepay.

Meskipun BPRS Baktimakmur Indah tidak dapat sepenuhnya mengadopsi model operasional fintech, perpaduan antara proses pencairan yang lebih cepat, jaminan kepatuhan syariah, serta pendampingan bagi pelaku usaha mampu menciptakan nilai tambah yang lebih kuat untuk segmen UMKM. Dengan demikian, strategi ini layak dijadikan komponen utama dalam pemasaran produk pembiayaan modal kerja, terutama untuk menarik nasabah yang membutuhkan layanan cepat namun tetap mengutamakan keamanan, legalitas, dan prinsip syariah. (Mira Sundari, 2021)

B. Sosialisasi Untuk Penguatan Literasi Ekonomi Syariah

Tingkat literasi ekonomi syariah para pelaku UMKM yang menjadi nasabah maupun calon nasabah di wilayah kerja BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang berdasarkan hasil penelitian berada pada kategori cukup, namun belum optimal. Sebagian besar responden memahami konsep dasar seperti larangan riba dan pentingnya akad sebagai landasan transaksi, tetapi pengetahuan mereka terhadap jenis-jenis akad syariah yang lebih spesifik—misalnya murabahah, musyarakah, serta ijarah—masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan kapasitas UMKM dalam menilai dan membandingkan produk keuangan syariah secara tepat menjadi kurang maksimal, terutama ketika dihadapkan dengan layanan pinjaman digital seperti ShopeePay Later yang menawarkan prosedur praktis dan cepat.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman atas mekanisme akad syariah berpengaruh terhadap cara UMKM memandang pembiayaan modal kerja yang ditawarkan BPRS Baktimakmur Indah. Produk pembiayaan syariah dianggap lebih kompleks karena adanya penjelasan akad, penetapan margin yang harus transparan, serta kebutuhan dokumen yang relatif lebih lengkap. Hal ini berbeda dengan layanan pinjol ShopeePay Later yang memberikan persetujuan secara instan, limit kredit otomatis, dan syarat administratif yang jauh lebih sederhana. Perbedaan persepsi ini membuat sebagian UMKM lebih memilih pinjol meskipun biayanya lebih tinggi, karena kemampuan mereka dalam memahami teknologi digital lebih baik dibandingkan pemahaman tentang sistem keuangan syariah.

Hasil penelitian mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara tingkat literasi ekonomi syariah dan kecenderungan pelaku UMKM dalam memilih sumber pembiayaan. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman yang baik terhadap prinsip serta mekanisme keuangan syariah, seperti nilai keadilan dalam akad, transparansi perhitungan margin, serta orientasi pada keberlangsungan dan keberkahan usaha, cenderung menaruh kepercayaan lebih besar kepada lembaga keuangan syariah, khususnya BPRS. Pemahaman tersebut menumbuhkan keyakinan bahwa pembiayaan syariah memberikan rasa aman serta melindungi nasabah dari praktik denda yang berlebihan maupun beban bunga yang bersifat akumulatif. Sebaliknya, pelaku UMKM dengan tingkat literasi ekonomi syariah yang rendah cenderung lebih mudah tertarik pada layanan pinjaman daring yang menawarkan kemudahan dan kecepatan akses, tanpa mempertimbangkan potensi risiko biaya tinggi serta tekanan keuangan jangka panjang yang dapat ditimbulkan.

Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat, BPRS berpeluang memperkuat daya saingnya terhadap layanan pinjol seperti ShopeePay Later serta mendorong UMKM lebih memilih pembiayaan yang aman, transparan, dan sesuai prinsip syariah. (Putri, 2025)

C. Peningkatan Layanan Dengan Sistem Digital Untuk BPRS Baktimakmur Indah

Peningkatan sistem digital pada BPRS Baktimakmur Indah menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi mampu memperluas akses layanan serta meningkatkan efisiensi proses pembiayaan bagi pelaku UMKM. Ketika dibandingkan dengan pinjaman digital (pinjol) seperti ShopeePay Later, BPRS Baktimakmur Indah masih perlu meningkatkan beberapa aspek, terutama pada kecepatan pelayanan, fleksibilitas plafon pembiayaan, serta kenyamanan tampilan sistem digital. Pinjol memiliki keunggulan berupa aplikasi yang serba terintegrasi, proses persetujuan yang cepat, dan strategi pemasaran yang masif sehingga mudah menarik perhatian UMKM. Meski demikian, BPRS Baktimakmur Indah tetap memiliki diferensiasi kuat, yaitu prinsip pembiayaan syariah, kejelasan biaya, serta kedekatan hubungan dengan nasabah. (Sayyid, 2025)

Bagan Kesimpulan SWOT

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai strategi pemasaran pembiayaan murabahah bagi UMKM di Pasar Sepanjang Sidoarjo pada BPRS Baktimakmur Indah, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurunnya penyaluran pembiayaan murabahah kepada UMKM di BPRS Baktimamur Indah disebabkan oleh adanya perubahan kecenderungan pelaku UMKM yang lebih memilih layanan pinjaman berbasis digital, khususnya ShopeePay Later. Kemudahan persyaratan, kecepatan proses pencairan, serta penggunaan sistem aplikasi menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan UMKM dalam menentukan sumber pembiayaan.
2. Hasil kajian menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa BPRS Baktimamur Indah memiliki sejumlah kekuatan utama, antara lain hubungan sosial yang erat dengan pelaku UMKM, konsistensi penerapan prinsip-prinsip syariah, pola pembiayaan yang menekankan pendekatan personal, serta tersedianya program pendampingan usaha yang dilakukan secara berkesinambungan. Di sisi lain, lembaga ini masih dihadapkan pada beberapa keterbatasan, khususnya dalam hal optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, kecepatan proses pencairan pembiayaan yang relatif lebih lambat, serta kapasitas sumber daya manusia di bidang digital yang belum sepenuhnya mampu menandingi perusahaan fintech, seperti ShopeePay.
3. Peluang yang dimiliki BPRS Baktimamur Indah masih terbuka luas, seiring dengan pertumbuhan jumlah UMKM mikro, tingginya kebutuhan modal kerja harian di pasar tradisional, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis syariah. Adapun ancaman yang dihadapi berasal dari berbagai lembaga keuangan, antara lain bank syariah berskala nasional, fintech lending, platform pembayaran digital, koperasi, serta BPR konvensional yang semakin aktif menasar segmen UMKM.
4. Penerapan kebijakan percepatan pencairan pembiayaan dengan target waktu satu hari terbukti mampu meningkatkan ketertarikan pelaku UMKM terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Baktimamur Indah. Walaupun kecepatan tersebut belum sepenuhnya setara dengan layanan pinjaman online, strategi ini tetap menghadirkan keunggulan tersendiri melalui transparansi akad, konsistensi penerapan prinsip-prinsip syariah, serta adanya pendampingan usaha yang tidak disediakan oleh platform pembiayaan digital.



5. Tingkat literasi ekonomi syariah terbukti berperan penting dalam memengaruhi pilihan UMKM terhadap sumber pembiayaan. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman memadai mengenai akad serta nilai-nilai syariah cenderung menunjukkan preferensi yang lebih kuat terhadap pembiayaan BPRS. Sebaliknya, UMKM dengan tingkat literasi yang masih rendah relatif lebih mudah tertarik pada layanan pinjaman online, meskipun layanan tersebut berpotensi menimbulkan beban biaya yang lebih tinggi dalam jangka panjang.

DAFTAR RUJUKAN

firmsanyah, deri, & dede. (2022). teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi. jurnal ilmiah pendidikan holistik, 1(2), 85–114.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>

krisnaningsih,



d., fauji, i., maulidiyah, d., & saadah,

t. p. (2022). analisis pembiayaan murabahah bank x cabang syariah surabaya. 8(03), 3032–3046.

martianingsih, m.



(2021). strategi pemasaran produk pembiayaan layanan pengurusan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah pada bprs metro madani kc.

unit ii, tulang bawang. [http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/0ahttp://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/1/skripsi merly martianingsih -1704100223 - s1 pbs.pdf](http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/0ahttp://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/1/skripsi%20merly%20martianingsih%20-1704100223%20-s1%20pbs.pdf)

mira sundari. (2021). edukasi strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan dalam meningkatkan kinerja usaha mikro kecil menengah. 167–186.

nawang sari, s., mukhlis, i., ekonomi dan bisnis, f., & negeri malang, u. (2022). msme development strategy through financial technology with increasing capital and the number of consumers as intervening variables strategi pengembangan umkm melalui financial technology dengan peningkatan modal dan jumlah konsumen sebagai variabel inter. management studies and entrepreneurship journal, 3(4), 1846–1860. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

putri. (2025). increasing umkm income : working capital , digital marketing , education level , product quality , and production costs peningkatan pendapatan umkm : modal kerja , pemasaran digital , tingkat pendidikan , management studies and entrepreneurship journal,



6(3), 2974–2986.

rajindra, mattulada, a., guas

min, anggraeni, r. n., & haryani, s. (2018).



scholar.google.com | Prof .Dr. Rajindra, S.E.,M.M - Google Scholar
<https://scholar.google.com/citations?user=P-jebC4AAAJ&hl=en>

kinerja keuangan (umkm) melalui kebijakan pendanaan dan modal kerja di kabupaten

donggala. jurnal sinar manajemen, 5(2), 126–134.

sayyid. (2025). islam dan dampaknya pada praktik perbankan praktik perbankan syariah muncul sebagai alternatif yang menawarkan solusi berbasis prinsip syariah melalui akad-akad seperti mudharabah , musyarakah , dan demikian pula , musyarakah melibatkan kerja sama dua pih. 5(1), 101–113.

suhartini, a. (2024). strategi perkembangan usaha mikro kecil menengah berbasis syari'ah : antara peluang dan tantangan. jurnal penelitian dan kajian sosial keagamaan, 21(01), 364–384.
<https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v21i01.823>

wahidmurni. (2017). pemaparan metode penelitian kualitatif. jurnal akuntansi, 11, 1–17.

SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol. 3, No. 1, Juni 2020

2
Nama Penulis Judul Artikel
3

Nama Penulis Judul Artikel