

**STRATEGI PEMASARAN *FINTECH PEER TO PEER*
LENDING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN INKLUSI
KEUANGAN SYARIAH**

(Studi Kasus Pada PT. Dana Syariah Indonesia)

TESIS

Oleh :

AHMAD FUADI TANJUNG

NIM. 3004223018

Program Studi

EKONOMI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2024

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fuadi Tanjung
NIM : 3004223018
Tempat/Tgl.Lahir : Pematang Siantar, 28 Desember 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Saudara Ujung No.153 Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN FINTECH PEER TO PEER LENDING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus Pada PT. Dana Syariah Indonesia)**, benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung-jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Ahmad Fuadi Tanjung

NIM.3004223018

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN FINTECH PEER TO PEER LENDING
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH
(Studi Kasus Pada PT. Dana Syariah Indonesia)**

Oleh:

AHMAD FUADI TANJUNG

NIM. 3004223018

Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan
untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Program Studi Magister
Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara Medan

Medan, 30 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Sugianto, M.A
NIDN. 2007066701

Pembimbing II



Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I., M.A
NIDN. 2003018501

PENGESAHAN

Tesis berjudul "Strategi Pemasaran Fintech Peer To Peer Lending Syariah Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada PT. Dana Syariah Indonesia)" an Ahmad Fuadi Tanjung, NIM 3004223018, Program Studi Ekonomi Syariah, telah diuji dalam Sidang Ujian Tesis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tanggal 19 Agustus 2024.

Tesis ini telah memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Medan, 4 September 2024
Panitia Ujian Sidang Tesis
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan

Ketua,


Marvam Batubara, M.A, Ph.D
NIDN. 2016077202

Sekretaris,


Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I., M.A.
NIDN. 2003018501

Anggota


1. Dr. Sugianto, M.A
NIDN. 2007066701


2. Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I., M.A
NIDN. 2003018501


3. Prof. Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602


4. Dr. Marliyeh, M.Ag
NIDN. 2026017602

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan




Prof. Dr. M. Syukri Albani Nasution, MA
NIP. 198407062009121006



ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN FINTECH PEER TO PEER LENDING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH

(Studi Kasus Pada PT. Dana Syariah Indonesia)

Nama : Ahmad Fuadi Tanjung
NIM : 3004223018
Tempat, tanggal lahir : Pematang Siantar, 28 Desember 2000
Nama Ayah : Rahmad Nasrun
Nama Ibu : Lina Azizah
Pembimbing Tesis : 1. Dr. Sugianto, M.A
2. Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I.,M.A

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan PT. Dana Syariah Indonesia saat ini dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah dan paling utamanya untuk menentukan strategi prioritas utama dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di masyarakat. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT dan metode QSPM. Penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara dengan 10 orang responden yang terbagi di 5 responden SWOT dan 5 responden QSPM. Dari hasil analisis SWOT dapat dipastikan bahwa strategi yang diperoleh setelah diolah dalam matriks IFAS dan EFAS adalah strategi progresif. Strategi ini bermakna perusahaan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang. Selanjutnya pada analisis QSPM didapatkan hasilnya bahwa strategi prioritas utama yang harus dilakukan adalah strategi nomor 1 dengan nilai TAS 6.184 yakni memanfaatkan platform aman dan transparan untuk menjangkau masyarakat yang ingin menghindari riba.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Fintech, Peer to Peer Lending Syariah, Inklusi Keuangan Syariah, PT. Dana Syariah Indonesia



ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF SHARIA PEER TO PEER LENDING FINTECH IN ENHANCING SHARIA FINANCIAL INCLUSION

(Case Study on PT. Dana Syariah Indonesia)

Name : Ahmad Fuadi Tanjung
ID : 3004223018
Place of Birth : Pematang Siantar, 28 Desember 2000
Father's Name : Rahmad Nasrun
Mother's Name : Lina Azizah
Supervisor : 1. Dr. Sugianto, M.A
2. Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I.,M.A

This research aims to identify the strategies currently implemented by PT. Dana Syariah Indonesia to enhance Sharia financial inclusion and, most importantly, to determine the primary priority strategy for increasing Sharia financial inclusion in society. The research employs a qualitative approach with SWOT analysis and the QSPM method. The study uses questionnaires and interviews with 10 respondents, divided into 5 SWOT respondents and 5 QSPM respondents. From the SWOT analysis results, it is confirmed that the strategy derived from the IFAS and EFAS matrices is a progressive strategy. This strategy implies that the company should maximize its strengths and capitalize on opportunities. Furthermore, the QSPM analysis results indicate that the primary priority strategy to be implemented is strategy number 1, with a TAS score of 6.184, which is to utilize a secure and transparent platform to reach out to individuals who wish to avoid usury.

Keywords: Marketing Strategy, Fintech, Islamic Peer to Peer Lending, Islamic Financial Inclusion, PT. Dana Syariah Indonesia



خلاصة

استراتيجية تسويق التكنولوجيا المالية لإقراض النظراء المتوافقة مع
الشريعة الإسلامية في زيادة الشمول المالي المتوافق مع الشريعة
الإسلامية

(شركة دانا الشريعة الإندونيسية)

الاسم	: أحمد فوادي تانجونج
رقم	: ٣٠٠٤٢٢٣٠١٨
مكان وتاريخ الميلاد	: بيماتانج سيانتار، ٢٨ ديسمبر ٢٠٠٠
اسم الأب	: محمد نسرون
اسم الأم	: لينا عزيزة
المشرف	: ١- الدكتور سوجياننو، M. A
	: ٢- الدكتورة رحمي سيهريزا، S.Th.I.,M.A

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الاستراتيجيات التي تنفذها شركة دانا الشريعة الإندونيسية حاليًا لتعزيز الشمول المالي الإسلامي، وبشكل أساسي لتحديد الاستراتيجية الرئيسية لتعزيز الشمول المالي الإسلامي في المجتمع. تعتمد هذه الدراسة على منهجية نوعية باستخدام تحليل SWOT وطريقة QSPM. تم استخدام استبيان ومقابلة مع ١٠ مشاركين تم تقسيمهم إلى ٥ مشاركين في تحليل SWOT و ٥ مشاركين في تحليل QSPM. من خلال تحليل SWOT، يمكن التأكد من أن الاستراتيجية التي تم الحصول عليها بعد معالجتها في مصفوفات EFAS و IFAS هي استراتيجية تقدمية. تعني هذه الاستراتيجية أن الشركة يجب أن تستفيد من قوتها وتستغل الفرص. وفي تحليل QSPM، تم الحصول على نتيجة تشير إلى أن الاستراتيجية الرئيسية التي يجب تنفيذها هي الاستراتيجية رقم ١ بقيمة TAS ٦,١٨٤، وهي استخدام منصة آمنة وشفافة للوصول إلى الأشخاص الذين يرغبون في تجنب الربا.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، التكنولوجيا المالية، الإقراض الشرعي من نظير إلى نظير، الشمول المالي الشرعي، حزب العمال. صندوق الشريعة الإندونيسي

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab- Latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

No.	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
1.	ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2.	ب	Ba	B	Be
3.	ت	Ta	T	Te
4.	ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
5.	ج	Jim	J	Je
6.	ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
7.	خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
8.	د	Dal	D	De
9.	ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
10.	ر	Ra	R	Er
11.	ز	Zai	Z	Zet
12.	س	Sin	S	Es
13.	ش	Syin	Sy	Es dan Ye
14.	ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
15.	ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
16.	ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
17.	ظ	Ža	Ž	Zet (dengan titik di bawah)
18.	ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
19.	غ	Gain	G	Ge

20.	ف	Fa	F	Ef
21.	ق	Qaf	Q	Ki
22.	ك	Kaf	K	Ka
23.	ل	Lam	L	El
24.	م	Mim	M	Em
25.	ن	Nun	N	En
26.	و	Wau	W	We
27.	ه	Ha	H	Ha
28.	ء	Hamzah	'	Apostrof
29.	ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَي	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
ـِو	Fathah dan Wau	Au	A dan u

Contoh: كيف = kaifa , حول = ḥaula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	Fathah dan Alif atau Ya	Ā /ā	a dengan garis di atas
اِ	Kasrah dan Ya	Ī /ī	i dengan garis di atas
اُ	Ḍammah dan Wau	Ū /ū	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَا = qāla,

قِيلَ = qīla,
يَقُولُ = yaqūlu

d. Tā' al-Marbūṭah

Transliterasi untuk tā' al-marbūṭah ada dua, yaitu:

1. Tā' al-marbūṭah hidup

Tā' al-marbūṭah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

2. Tā' al-marbūṭah mati

Tā' al-marbūṭah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan tā' al-marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka tā' al-marbūṭah itu di transliterasikan ta (t) atau ha (h).

Contoh:

طَلْحَة = ṭalḥah

الجنة روضة = raḍātu al-jannah / raḍatuljannah

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda

syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi

tanda *syaddah* itu. **Contoh:** رَبَّنَا =Rabbānā

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ل”, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* huruf lām /ل/ di transliterasikan sesuai dengan bunyi huruf setelahnya, yaitu diganti dengan huruf yang mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* huruf lām /ل/ di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ tetap berbunyi /l/.

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *ḥarf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam tulisan Arab huruf kapital tidak dikenali, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital setiap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: 1. Wa mā Muḥammadun illā rasūl.

2. Inna awwala baitin wuḍi'a li an-nāsi lallazî bi Bakkata mubārakan.

3. Syahru Ramaḍāna al-lazî unzila fihi al-Qur'ānu.

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi itu merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu Tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillāhirabbil'ālamîn. Segala puji dan syukur bagi Allah SWT Yang Maha Memiliki dunia akhirat serta seluruh isinya. Atas kuasa-Nya dan ketentuan-Nya, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian penelitian tesis ini dengan baik. Shalawat beserta salam penulis haturkan juga kepada Rasul SAW beserta sahabat dan keluarga beliau yang dengan *uswah*nya membawa kenikmatan iman dan Islam yang tiada tara hingga akhir zaman.

Dalam proses penyelesaian tesis ini sebetulnya penulis tidak akan mampu apabila tanpa adanya dukungan berupa ilmu, arahan, saran, dan doa dari orang-orang di sekitar penulis. Dengan berbagai suka duka yang telah dilewati dan semangat yang kadang naik kadang turun menjadi suatu kenangan yang tidak terlupakan dalam proses penyelesaian penelitian ini. Oleh karenanya, izinkanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang berjasa dalam proses penyusunan tesis penulis, di antaranya:

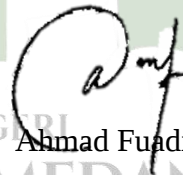
1. Kepada jajaran petinggi UIN Sumatera Utara yang sudah membantu kelancaran tesis penulis secara administratif yaitu: Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag selaku rektor UINSU. Kemudian, Bapak Prof. Dr. Muhammad Syukri Albani Nasution, M.A selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam (FEBI), Ibu Maryam Batubara, M.A., Ph.D yang merupakan ketua jurusan ekonomi syariah.
2. Kepada dua dosen pembimbing yaitu Bapak Dr. Sugianto, M.A dan Ibu Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I., M.A yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini dengan memberikan motivasi dan arahan yang sangat banyak sehingga penulis dapat mengasah dan meningkatkan kemampuan meneliti.
3. Kepada dua dosen penguji yakni Bapak Prof. Dr. Andri Soemitra, M.A dan Ibu Dr. Marliyah, M.Ag yang telah banyak memberikan banyak saran dan masukan kepada penulis.

4. Kepada jajaran dosen FEBI yang sudah mentransfer ilmunya selama penulis mengenyam pendidikan di UINSU. Kemudian, *staff* akademik maupun *staff* non akademik yang telah banyak membantu penulis dalam hal administrasi maupun hal-hal yang berhubungan dengan urusan perkuliahan.
5. Kepada para responden penelitian dari PT. Dana Syariah Indonesia yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang berharga pemasaran disana, mengisi kuesioner dan memberikan pembelajaran lainnya.
6. Rekan-rekan peneliti angkatan Tahun 2022 Prodi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan khususnya kelas Reguler A.
7. Terakhir, yang paling utama dan teristimewa kepada kedua orangtua (Ayahanda Rahmad Nasrun M.A dan Ibunda Lina Azizah S.Ag) kakak dan adik kandung saya (Khairunnisa Tanjung dan Nayla Sakinah Tanjung) serta pihak lainnya yang telah mendukung, mendoakan dan memberikan semangat hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Medan, 12 Agustus 2024

Penulis



Ahmad Fuadi Tanjung
3004223018

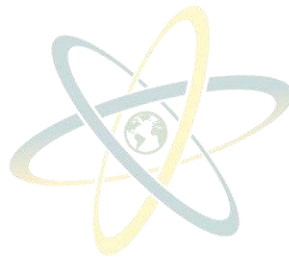
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	19
A. Strategi Pemasaran.....	19
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
2. Strategi Pemasaran Syariah.....	21
3. Fungsi Strategi Pemasaran	31
4. Tujuan Strategi Pemasaran.....	32
5. Perbedaan Pemasaran Islam dan Konvensional	33
B. <i>Financial Technology</i> Syariah	37
1. Definisi dan Konsep <i>Financial Technology</i> Syariah.....	37
2. Regulasi Fintech Syariah Di Indonesia	39
3. Perbedaan Fintech Syariah dengan Fintech Konvensional	45
4. Relasi Antara Fintech, Inklusi Keuangan dan Maqashid Syariah.....	49
C. Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah	51
1. Pengertian Literasi Keuangan Syariah	51
2. Pengertian Inklusi Keuangan Syariah	53
D. Kajian Terdahulu.....	54
E. Kerangka Penelitian	61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
A. Jenis Penelitian.....	64
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	64
C. Sumber Data.....	64
D. Definisi Operasional.....	64
E. Tahapan Pengumpulan Data	65
1. Teknik Penetapan Narasumber	65
2. Metode Pengumpulan Data	66
F. Teknik Analisis Data.....	67
1. Analisis Matriks Strategi IE	68
2. Analisis SWOT	72
3. Analisis Matriks QSPM	73
G. Daftar Kuesioner dan Wawancara	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Gambaran Umum PT. Dana Syariah Indonesia	79
1. Sejarah Berdiri	79
2. Tugas, Fungsi dan Skema Produk pada PT Dana Syariah Indonesia	79
3. Target Market dan Media Digital.....	81
B. Hasil Penelitian	86
1. Strategi Pemasaran Fintech P2PL Syariah PT. Dana Syariah Indonesia	86
2. Faktor Internal	89
3. Faktor Eksternal	93
4. Matriks IFAS dan EFAS	96
5. Matriks QSPM	112
C. Pembahasan.....	121
1. Strategi Pemasaran Fintech P2P Lending Syariah PT. Dana Syariah Indonesia	121
2. Faktor Internal dan Eksternal Fintech P2P Lending Syariah Pada PT. Dana Syariah Indonesia.....	124
3. Strategi Pemasaran Pada PT. Dana Syariah Indonesia di Masa Mendatang Berdasarkan Analisis SWOT	131

4. Strategi Pemasaran Prioritas Untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah Masyarakat	134
BAB V PENUTUP.....	139
A. Kesimpulan	139
B. Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA.....	142



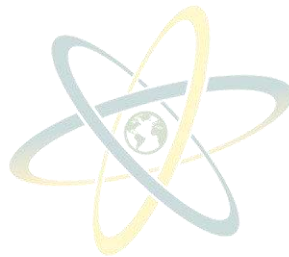
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Fintech P2PL Syariah Yang Terdaftar di OJK.....	4
Tabel 1.2 Fokus dan Tingkat Keberhasilan Tiga Fintech Syariah	6
Tabel 2.1 Perbedaan Pemasaran Islami dan Konvensional.....	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional	65
Tabel 3.2 Biodata Responden SWOT	67
Tabel 3.3 Biodata Responden QSPM	67
Tabel 3.4 Penilaian Faktor Eksternal	69
Tabel 3.5 Penilaian Faktor Internal	70
Tabel 3.6 Matrik SWOT	73
Tabel 3.7 Kerangka Penyajian Kuesioner QSPM.....	75
Tabel 3.8 Kerangka Analisis Matriks QSPM.....	76
Tabel 3.9 Kuesioner SWOT Faktor Strategis Internal Pemasaran Fintech Dana Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah.....	76
Tabel 3.10 Kuesioner SWOT Faktor Strategis Eksternal Pemasaran Fintech Dana Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah.....	77
Tabel 4.1 Tabel Perhitungan Bobot Kondisi Terkini	97
Tabel 4.2 Perhitungan Rating (Urgensi Penanganan)	99
Tabel 4.3 Ranking Penilaian Kondisi Saat ini	101
Tabel 4.4 Ranking Urgensi Penanganan	103
Tabel 4.5 Matriks IFAS.....	105
Tabel 4.6 Matriks EFAS	107
Tabel 4.7 Perhitungan Bobot QSPM.....	113
Tabel 4.8 Matriks QSPM Dana Syariah Indonesia	118
Tabel 4.9 Urutan Strategi Hasil Analisis Matriks QSPM	121

DAFTAR GAMBAR

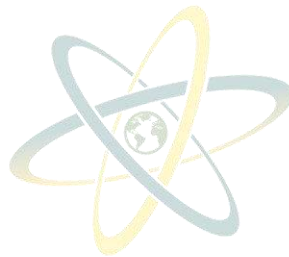
No. Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jenis Fintech Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia	1
Gambar 3.1 Penentuan Posisi Analisis SWOT	71
Gambar 4.1 Informasi Metode Pendanaan Dana Syariah	82
Gambar 4.2 Fanpage Facebook Dana Syariah	84
Gambar 4.3 Instagram Dana Syariah	85
Gambar 4.4 Youtube Dana Syariah	86
Gambar 4.6 Kuadran SWOT	109



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin dan Balasan Riset Penelitian.....	149
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara.....	150
Lampiran 3. Kuesioner SWOT dan QSPM.....	151
Lampiran 4. Bukti Wawancara dengan Informan.....	152



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN