

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi pada era Revolusi Industri 4.0, yang ditandai dengan tumbuh cepatnya teknologi digital, membawa perubahan besar bagi masa depan. Transformasi tersebut memengaruhi berbagai bidang kehidupan, termasuk sektor industri, pemerintahan, pendidikan, dan tentu juga dunia bisnis seperti koperasi. Tantangan yang dihadapi koperasi di Indonesia menjadi semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup generasi milenial yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, biaya yang terjangkau, kenyamanan, serta keamanan dalam setiap aktivitasnya.¹

Perubahan dalam aspek sosial, budaya, ekonomi, politik, teknologi, serta meningkatnya persaingan dapat memengaruhi kondisi dan karakter pasar. Karena pasar terus berkembang, perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan dan melakukan pengembangan produk. Hal yang penting diperhatikan adalah bagaimana perusahaan mampu mengambil langkah proaktif untuk memperbarui produk dan layanannya agar selaras dengan dinamika lingkungan eksternal yang terus berubah. Situasi ini juga terjadi pada dunia koperasi, yang saat ini menghadapi hambatan dalam perkembangannya akibat ketatnya persaingan dengan pelaku ekonomi lain, seperti perbankan yang semakin maju. Kondisi tersebut diperkuat oleh perkembangan teknologi dan regulasi yang memberikan dampak besar terhadap industri

¹ I Made Mahadi Dwipradnyana, dkk, 'Strategi Pengembangan Koperasi Di Era Digital Pada Koperasi Yang Ada Di Provinsi Bali', Majalah Ilmiah Universitas Tabanan, 17.2 (2020), (h. 112)

perbankan secara keseluruhan.²

Perkembangan pesat ekonomi digital di Indonesia telah mengubah lanskap layanan keuangan: transaksi digital dan layanan berbasis teknologi meningkatkan akses dan efisiensi, sehingga ekspektasi pengguna terhadap kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan layanan keuangan ikut meningkat. Nilai dan volume transaksi digital yang besar serta pertumbuhan pengguna layanan keuangan digital menunjukkan bahwa transformasi digital bukan sekadar tren sementara, melainkan faktor struktural yang memengaruhi semua pelaku sektor keuangan termasuk koperasi dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS).³

Di sisi lain, kemunculan *fintech* dan ekspansi layanan perbankan digital menciptakan persaingan yang lebih ketat untuk sumber pembiayaan mikro. *Fintech* menawarkan proses pengajuan cepat, penilaian kredit alternatif, dan pengalaman pengguna yang didukung teknologi hal yang menuntut koperasi/LKMS agar tidak hanya mempertahankan fungsi sosialnya, tetapi juga berinovasi pada produk dan layanan agar tetap relevan dan kompetitif. Untuk itu, pengembangan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM/anggota dan adaptasi layanan digital menjadi kunci daya saing.⁴

Lembaga keuangan memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan pembiayaan kepada pelaku

² izmi Nurhidayah, 'Analisis Kesiapan Koperasi Alfa Mar'atus Sholihah Kota Cirebon Dalam Meningkatkan Daya Saing Diera Digital Melalui Inovasi Produk Dan Layanan Perspektif Hukum Ekonomi Syariah', (Skripsi Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. 2.2020 (2021), h. 112–13.

³ sikapiuangmu.ojk.go.id, "Optimis Menatap Ekonomi Indonesia 2024". Desember 2023. <https://ojk.go.id/Publikasi-Majalah-Edukasi-Konsumen-Triwulan/> (Diakses, 04 Desember 2025)

⁴ Vanezal Dwiyasta and others, 'Keuangan Digital Dan Fintech : Inovasi , Dampak , Dan Tantangan Di Era Digital', 4.1 (2025), pp. 338–50.

usaha, baik dalam menjalankan maupun mengembangkan kegiatan usaha. Seiring meningkatnya perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, lembaga keuangan mikro menjadi salah satu pilar yang turut berkontribusi dalam memperluas pembiayaan sektor mikro melalui layanan pinjaman serta pemberdayaan masyarakat.⁵

Peran ini diperkuat melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 41 Tahun 2024 yang menyatakan bahwa *Lembaga Keuangan Mikro (LKM)* merupakan lembaga yang didirikan untuk memberikan jasa pembiayaan usaha skala mikro, pengelolaan simpanan, serta konsultasi pengembangan usaha yang tidak hanya berorientasi pada profit.⁶ Selain itu, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 mengatur bahwa bentuk badan hukum LKM terdiri dari *koperasi* dan *perseroan terbatas*, dengan ketentuan kepemilikan saham minimal 60% oleh pemerintah daerah atau BUMDes.⁷

Salah satu lembaga yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). LKMS berperan dalam menyediakan pembiayaan berbasis syariah bagi masyarakat kecil tanpa mekanisme riba, sehingga menjadi alternatif pembiayaan yang inklusif.⁸ Namun, perkembangan teknologi digital dan perubahan preferensi konsumen menuntut LKMS untuk terus berinovasi agar mampu bersaing dengan perbankan konvensional, *fintech* syariah, bank

⁵ Muhammad Wandisyah R Hutagalung and Sarmiana Batubara., '*Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia*', Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7.03 (2021), pp. 1494–98.

⁶ Peraturango.id, "*Lembaga Keuangan Mikro*", '<https://jdih.ojk.go.id>', 41, 2024, pp. 4–5. (Diakses, 17 September 2025)

⁷ Soriton Serina, Ronny A Maramis, and Martin L Lambonan, '*Pendirian Lembaga Keuangan Mikro Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro*', Jurnal Fakultas Hukum Unsrat, 12(5).5 (2023), p. 4.

⁸ Derry Suryadi St. Rukaiyah, Syamsuddin Bidol, '*Pengaruh Digitalmarketing Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Usaha Kecil Di Kota Makassar*', Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 16.2 (2024), pp. 13–27.

digital, dan layanan pinjaman online yang menawarkan kemudahan proses secara cepat.

Penelitian mengenai pengembangan koperasi dan lembaga keuangan mikro di era digital telah banyak dilakukan, namun menunjukkan adanya kesenjangan penting yang masih belum terjawab secara komprehensif. Rahma Hidayati Darwis, dkk (2022), menegaskan bahwa pengembangan produk pembiayaan syariah mampu meningkatkan daya saing koperasi, tetapi fokus penelitian tersebut masih terbatas pada inovasi produk konvensional tanpa melibatkan integrasi teknologi digital sebagai *enabler* utama dalam proses inovasi, kajian tersebut belum mengeksplorasi bagaimana digitalisasi dapat mempercepat *time-to-market* produk baru, meningkatkan personalisasi layanan, atau menciptakan model bisnis yang lebih *scalable*.⁹ Sementara itu, I Made Mahadi Dwipradnyana, dkk (2020), menyoroti perlunya strategi pengembangan koperasi melalui pemanfaatan teknologi digital, namun kajian mereka tidak menelusuri bagaimana digitalisasi tersebut dapat secara langsung memengaruhi inovasi produk pembiayaan koperasi. Penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek infrastruktur teknologi dan adopsi digital secara umum, tanpa mengkaji mekanisme spesifik bagaimana teknologi diterjemahkan menjadi fitur produk yang inovatif dan bernilai tambah bagi nasabah.¹⁰

Leli Avi Yuliani dan Titik Desi Harsoyo (2024), menambahkan bahwa pemasaran online dapat meningkatkan daya saing KSPPS, tetapi studi tersebut lebih menitikberatkan pada strategi pemasaran, bukan pada pengembangan produk itu sendiri sebagai inti daya saing lembaga.

⁹ Rahma Hidayati Darwis, dkk, '*Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Syariah Kspps Terhadap Peningkatan Daya Saing Di Koperasi Bakti Huria Cabang Bone*', Islamic Banking and Finance, 2.2 (2022), pp. 276–94.

¹⁰ I Made Mahadi Dwipradnyana, dkk.

Padahal, dalam konteks persaingan dengan *fintech* dan bank digital, keunggulan kompetitif tidak hanya berasal dari cara produk dipasarkan, tetapi terutama dari diferensiasi dan inovasi produk itu sendiri. Produk yang inovatif akan lebih mudah dipasarkan dan memiliki daya tarik intrinsik yang lebih kuat dibandingkan produk konvensional yang hanya mengandalkan promosi intensif.¹¹ Selain itu, Eliyas Santi Bancin, dkk (2025), menunjukkan bahwa lembaga keuangan mikro di Kota Medan membutuhkan strategi pengembangan yang adaptif terhadap era digital, namun penelitian tersebut juga belum menguraikan model integratif antara digitalisasi, inovasi produk, dan keunggulan bersaing secara mendalam.¹² Studi tersebut cenderung deskriptif dalam mengidentifikasi kebutuhan adaptasi tanpa menawarkan *framework analitis* yang dapat digunakan untuk memahami hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut dalam konteks LKMS.

Kota Bengkulu memiliki potensi besar dalam pengembangan pembiayaan berbasis syariah. Namun realitanya, lembaga keuangan mikro syariah termasuk LKM-S MM Sejahtera masih menghadapi tantangan kompetitif dengan hadirnya berbagai platform digital yang menawarkan akses pinjaman lebih mudah, cepat, dan berbasis teknologi. Kondisi ini mendorong perlunya inovasi produk pembiayaan syariah yang lebih kreatif, relevan, serta dapat meningkatkan minat nasabah baru maupun loyalitas nasabah lama. Sebagai lembaga yang berakar pada nilai-nilai koperasi dan prinsip syariah, LKM-S MM Sejahtera memiliki

¹¹ Leli Avi Yuliani and Titik Desi Harsoyo, '*Jurnal Bhakti Karya Dan Inovatif Pengembangan Strategi Pemasaran Online Pada Era Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tamzis Bina Utama Di Wonosobo Jawa Tengah*', Jurnal Bhakti Karya Dan Inovatif', 4.1 (2024), pp. 18–26.

¹² Eliyas Santi Bancin and others, '*Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro UMKM Dalam Peningkatan Daya Saing Di Era Digital Kota Medan*', 2.1 (2025).

keunggulan unik dalam hal kepercayaan komunitas dan pendekatan personal, namun keunggulan ini perlu diperkuat dengan inovasi teknologi dan produk agar tidak tergerus oleh kompetitor yang lebih agresif dalam digitalisasi.

Dalam konteks ini, inovasi produk menjadi salah satu kunci peningkatan daya saing. Menurut Damanpour (1991), inovasi produk merupakan barang atau jasa baru yang dihadirkan ke pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen dengan ciri utama berupa keunggulan produk, biaya yang kompetitif, serta kredibilitas.¹³ Kualitas dan inovasi produk terbukti menjadi faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih layanan pembiayaan, terutama pada sektor mikro yang membutuhkan kecepatan, fleksibilitas, serta akses digital.

Dengan demikian, terdapat *research gap* berupa kurangnya penelitian yang secara terpadu mengkaji pengembangan produk koperasi yang terintegrasi dengan teknologi digital sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing pembiayaan, terutama pada konteks koperasi lokal seperti LKM-S MM Sejahtera di Kota Bengkulu. *Gap* ini semakin signifikan mengingat karakteristik unik LKMS yang harus menyeimbangkan prinsip syariah, misi sosial koperasi, dan tuntutan kompetisi pasar digital. Penelitian terdahulu belum memberikan panduan praktis bagaimana LKMS dapat mengembangkan produk inovatif yang tidak hanya teknologis tetapi juga tetap selaras dengan nilai-nilai syariah dan koperasi, serta bagaimana mengukur dampak pengembangan tersebut terhadap daya saing dalam konteks persaingan dengan *fintech* dan platform digital lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bentuk pengembangan produk

¹³ Taufik Alwi and Esti Handayani, 'Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk', *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20.3 (2018), p. 193, doi:10.33370/jpw.v20i3.256.

yang diterapkan LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu, sejauh mana pengembangan produk tersebut berpengaruh terhadap daya saing pembiayaan di era ekonomi digital, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan inovasi tersebut dalam menarik dan mempertahankan nasabah.

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan utama "bagaimana pengembangan Produk Koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu dalam Meningkatkan Daya Saing Pembiayaan di Era Ekonomi Digital?" Pemahaman yang mendalam tentang pengembangan produk ini tidak hanya akan membantu koperasi dalam meningkatkan kualitas dari koperasi LKM-S, tetapi juga kontribusi yang kuat sehingga dapat menarik nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang sudah ada, sekaligus memberikan kontribusi teoritis dalam mengembangkan model pengembangan produk untuk lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada inovasi produk koperasi LKM-S MM Sejahtera Kota Bengkulu dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. Fokus utama penelitian ini adalah pada bagaimana koperasi LKM-S MM Sejahtera berinovasi dengan produknya guna meningkatkan daya saing pembiayaan di era ekonomi digital sehingga dapat menarik minat nasabah baru serta mempertahankan loyalitas nasabah yang sudah ada.

C. Rumusan Masalah

1. Apa saja pengembangan produk yang efektif diterapkan untuk menarik nasabah baru dan meningkatkan loyalitas nasabah yang sudah ada di LKM-S MM Sejahtera?
2. Bagaimana pengembangan produk dapat meningkatkan daya saing LKM-S MM Sejahtera di era ekonomi digital?
3. Apa saja faktor-faktor keberhasilan LKM-S MM Sejahtera dalam mengimplementasikan pengembangan produk di era digital?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi pengembangan produk apa saja yang dianggap efektif untuk menarik nasabah baru serta mampu meningkatkan loyalitas nasabah yang sudah ada di LKM-S MM Sejahtera.
2. Menganalisis bagaimana pengembangan produk tersebut dapat meningkatkan daya saing LKM-S MM Sejahtera di era ekonomi digital.
3. Mengidentifikasi faktor apa saja yang dapat membantu dalam keberhasilan penerapan pengembangan produk di era digital pada LKM-S MM Sejahtera.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah Manfaat penelitian merupakan penerapan dari hasil penelitian yang dapat memberikan kontribusi bagi berbagai lembaga maupun masyarakat secara luas. Manfaat penelitian adalah konsekuensi atau hasil yang timbul dari tercapainya tujuan penelitian. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis berarti bahwa hasil penelitian dapat digunakan untuk memperluas atau memperdalam ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan objek yang diteliti disebut juga manfaat

secara akademis, artinya manfaat akademik bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, apa yang dapat disumbangkan pada pengayaan/wawasan terhadap teori atau konsep yang digunakan dan dikembangkan dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademik mengenai inovasi produk dalam lembaga keuangan mikro syariah, khususnya dalam konteks era digital, serta dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut dibidang ekonomi digital dan keuangan mikro.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah kegunaan hasil penelitian bagi berbagai pihak yang membutuhkan, khususnya dalam meningkatkan kinerja dan sebagai acuan bagi individu yang ingin melakukan penelitian lanjutan. Manfaat ini dapat dijadikan rujukan pihak terkait untuk menganbil kebijakan bagi kemajuan lembaganya. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi LKMS untuk mengoptimalkan inovasi produk mereka sehingga dapat lebih bersaing di pasar keuangan mikro, serta meningkatkan akses pembiayaan bagi masyarakat.¹⁴

Adapun manfaat secara praktis dari penelitian ini terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- 1) Menambah referensi ilmiah terkait pengembangan produk dan daya saing lembaga keuangan syariah di era digital.

¹⁴ Abdul Rahman. Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*, ed. by Wardiman Paelori, Thamrin., 1st edn (ZAHIR PUBLISHING, 2020).

- 2) Menjadi bahan pendukung pembelajaran dan pengembangan kurikulum terutama pada mata kuliah ekonomi syariah, keuangan mikro, dan ekonomi digital.
- 3) Mendorong kerja sama fakultas dengan lembaga keuangan untuk penelitian, magang, dan pengabdian masyarakat.
- 4) Menjadi acuan bagi mahasiswa dalam pengembangan penelitian lanjutan terkait digitalisasi pembiayaan syariah.

b. Koperasi

- 1) Memberikan masukan strategis dalam pengembangan produk pembiayaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era digital.
- 2) Menjadi dasar evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi proses pembiayaan, serta pemanfaatan teknologi digital.
- 3) Membantu koperasi merancang fitur dan layanan baru yang mampu bersaing dengan lembaga keuangan lain, khususnya fintech dan perbankan syariah.
- 4) Memperkuat posisi koperasi di pasar pembiayaan melalui strategi inovasi yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

c. Masyarakat

- 1) Memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan pembiayaan yang lebih cepat, praktis, dan sesuai kebutuhan.
- 2) Memberikan pilihan produk pembiayaan yang lebih variatif sehingga dapat mendukung pengembangan usaha dan ekonomi keluarga.
- 3) Meningkatkan literasi dan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan layanan keuangan digital syariah.

- 4) Membantu terciptanya kesempatan usaha dan pemberdayaan ekonomi melalui akses pembiayaan yang lebih mudah dan terjangkau.

d. Penelitian yang akan datang

- 1) Menjadi referensi empiris dalam penelitian terkait pengembangan produk pada lembaga keuangan mikro di era digital.
- 2) Memberikan ruang pengembangan studi lebih lanjut, misalnya pada aspek kepuasan nasabah, literasi digital, atau implementasi *fintech* dalam koperasi.
- 3) Dapat dijadikan perbandingan bagi penelitian serupa mengenai strategi peningkatan daya saing lembaga keuangan mikro syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran penulis mengenai penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang masih berkaitan namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lusiana Nurhasanah yang bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi pengembangan produk koperasi syariah untuk meningkatkan simpanan nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Populasi penelitian ini sebanyak 1.055 orang dengan sampel 91 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah nasabah dan dana nasabah karena KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto melakukan strategi inovasi pengembangan produk dengan menjalin silaturahmi dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi serta menerapkan strategi inovasi

pengembangan produk simpanan kepada nasabah tentang produk baru, selalu *update* tentang kebutuhan nasabah, mengikuti perkembangan teknologi, menyesuaikan kebutuhan nasabah serta bauran pemasaran (*marketing mix*), jempot bola, dan *word of mouth*, dengan menggunakan strategi tersebut sehingga jumlah simpanan dari tahun 2020-2022 bertambah menjadi 650 nasabah, dana nasabah bertambah Rp. 247.523.085, maka berdampak baik dan membuat nasabah menjadi lebih tertarik untuk melakukan simpanan. Perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya.¹⁵

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ryan Fauzi dan Kastawan Mandala yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan populasi dan sampel berjumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS versi 3.0. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Implikasi teoretis yang diperoleh adalah berupa kontribusi teori mengenai loyalitas pelanggan khususnya dalam hal komitmen, pembelian ulang, dan pemberian rekomendasi kepada pelanggan lain, sedangkan implikasi praktisnya untuk memberikan evaluasi terhadap perusahaan untuk dapat

¹⁵ Nur Khasanah Lusiana, 'Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah (Studi Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto, 2023), h. 9

meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, serta inovasi produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya¹⁶

3. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Ibniwasum yang bertujuan untuk mengetahui inovasi apa saja yang dilakukan Sheren Hijab Bengkulu, dan apakah inovasi produk dapat meningkatkan penjualan Sheren Hijab Bengkulu. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 11 informan dimana 1 informan adalah pemilik dari sheren hijab tersebut dan 10 informan merupakan konsumen dari sheren hijab. Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi produk yang dihasilkan oleh Sheren Hijab yaitu, inovasi Bahan kontemporer dan inovasi desain, ukuran/bentuk. Peneliti melihat adanya kemampuan pemilik usaha dalam membaca kebutuhan konsumen dan penawaran yang akan ditawarkan pada konsumen. dengan berbagai trik dilakukan agar peningkatan penjualan di dapatkan, peningkatan penjualan menjadi tujuan inovasi dilakukan oleh Sheren Hijab sehingga Sheren Hijab mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan interaksi antara perusahaan dan konsumen secara dinamis melalui inovasi produk yang ditawarkan. Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.¹⁷

¹⁶ Muhammad Ryan Fauzi and Kastawan Mandala, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan', E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8.11 (2019), p. 6741, doi:10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18.

¹⁷ L I A Ibniwasum, 'Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu Skripsi', 2020.), h. 9

4. Penelitian yang dilakukan oleh Aryoni Achyar Eildine dan Leny Muniroh yang bertujuan untuk mengetahui dan mendapatkan suatu gambaran sejauh mana antara hubungan pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 1000 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa langkah-langkah yang dilakukan oleh toko Superkue *Cake & Bakery* dalam mempertahankan loyalitas konsumen adalah memberikan inovasi produk secara keseluruhan dari produk yang diinovasi. Serta diskon yang diberikan untuk setiap pembelian kue baik di pusat atau di *outlet-outlet* nya. Serta hal yang perlu diperhatikan oleh Superkue *Cake & Bakery* adalah memberikan inovasi produk yang lebih baik terhadap loyalitas konsumen, Agar para konsumen dan pelanggannya lebih loyal kepada produk kue yang dibuat oleh toko Superkue *Cake & Bakery*. Perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya.¹⁸
5. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Indriani Jusuf yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi produk dapat menjadi strategi kunci bagi perusahaan untuk tetap relevan dan unggul dipasar yang terus berubah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan dan kesuksesan bisnis

¹⁸ Aryoni Aryoni, Achyar Eldine, and Leny Muniroh, '*Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen*', *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.2 (2019), p. 1, doi:10.32832/manager.v2i2.2557.

perusahaan. Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.¹⁹

6. penelitian yang dilakukan oleh Amelia Almira dan JE Susanto yang bertujuan untuk mengetahui apakah inovasi produk dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen *Maison Nobl*. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Maison Nobl* yang telah melakukan pembelian produk sebanyak 56 orang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi produk dan variabel Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Maison Nobl*. Hasil Pengujian statistik menggunakan analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi produk (X1) dan Kualitas produk (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *Maison Nobl*. Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya, sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.²⁰

¹⁹ Dewi Indriani Jusuf, 'Product Innovation: Maintaining Competitiveness in a Competitive Market', *Jurnal Ekonomi*, 11.02 (2022), p. 2022 <<http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>>.

²⁰ Almira Amelia and JE Sutanto, 'Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nobl', *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3.2 (2018), pp. 250–59.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengkaji suatu fenomena dalam konteks alami (berlawanan dengan eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik secara terpadu (triangulasi), analisis datanya bersifat induktif, dan fokus utama dari hasil penelitian ini adalah pada makna yang terkandung, bukan pada generalisasi temuan.²¹ Metode ini digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis pengembangan produk yang dilakukan oleh Koperasi LKM-S MM Sejahtera dalam meningkatkan daya saing pembiayaan di era ekonomi digital.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari pengajuan judul sampai penyusunan, yaitu dari bulan Oktober 2024 hingga Agustus 2025

b. Lokasi

Penelitian ini akan dilaksanakan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKM-S) MM Sejahtera yang beroperasi di Jl. Belimbing No. 5 KM.7 Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu. Lokasi ini dipilih karena lembaga ini aktif dalam memberikan pembiayaan mikro syariah dan menerapkan berbagai pengembangan produk.

²¹ Rizal Safrudin and others, 'Penelitian Kualitatif', Journal Of Social Science Research, 3.2 (2023), pp. 1–15.

3. Informan Penelitian

Informan Penelitian menurut Rulam Ahmadi (2014), merupakan individu yang memiliki pengetahuan khusus, status, atau keterampilan komunikasi yang berkemauan untuk membagi pengetahuan dan memiliki akses pada perspektif serta observasi yang dilakukan peneliti dan dipilih oleh peneliti sebagai sumber informasi utama dalam pengumpulan data.²² Pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki informasi yang relevan dengan pengembangan produk koperasi dan daya saing pembiayaan di era ekonomi digital.

Berikut adalah kategori informan yang akan diwawancarai:

a. Pengurus Koperasi LKM-S MM Sejahtera

- 1) **Ketua Koperasi** → Memiliki peran utama dalam pengambilan keputusan strategis terkait inovasi produk pembiayaan.
- 2) **Staf Manajemen/Pengurus Operasional** → Mengelola layanan digital dan inovasi produk pembiayaan koperasi.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data menjelaskan data diperoleh dari primer atau sekunder. Sumber data menjelaskan pengertian sumber data, data tentang apa dan dari mana sumbernya. Sedangkan teknik pengumpulan data menjelaskan teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data, misalnya wawancara, observasi, angket/kuesioner atau dokumentasi/telaah dokumen, dan sebagainya.²³

²² Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. by Rose KR, 1st edn (AR-RUZZ MEDIA, 2014).

²³ Teguh Novaldy and Asep Mahpudin, 'Penerapan Aplikasi Dengan Menggunakan Barcode Dan Aplikasi Untuk Laporan Presensi Kepada Orang Tua', *ICT Learning*, 5.1 (2021), pp. 1–9.

- a. Data Primer** : Data primer merupakan informasi utama yang diperoleh langsung oleh peneliti selama proses penelitian. Data ini bersumber dari individu atau pihak yang memiliki kaitan langsung dengan variabel yang diteliti. Pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui observasi wawancara maupun angket. Contoh pengumpulan data primer antara lain wawancara dengan responden, pengamatan langsung di lokasi penelitian, serta penyebaran kuesioner kepada partisipan.²⁴
- b. Data Sekunder** : Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber tidak langsung atau sumber kedua, seperti literatur, jurnal, majalah, surat kabar, dan sebagainya. Data ini biasanya berkaitan dengan topik atau permasalahan yang sedang diteliti dan digunakan untuk mendukung analisis penelitian, atau dapat dikatakan bahwa data ini berasal dari pihak kedua atau bukan diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data tersebut berfungsi sebagai pendukung dalam pembahasan dan pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, berbagai sumber seperti buku atau data yang tersedia akan sangat membantu dalam menganalisis dan mengkaji penelitian secara lebih mendalam dan kritis.²⁵

²⁴ Trisna Rukhmana, 'Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25', Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS), 2.2 (2021), pp. 28–33.

²⁵ Nafis, M.A, 'Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan Terhadap Minat Nasabah Menabung Dengan Akad Syari'ah (Study Kasus BMT MITRA MUAMALAT Kota Kudus)', Journal of Chemical Information and Modelling, 2013. 1948 (1948), pp. 14–32.

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

a. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah Tanya jawab yang terbuka untuk memperoleh data tentang maksud hati partisipan bagaimana menggambarkan dunia mereka dan bagaimana mereka menjelaskan atau menyatakan perasaannya tentang kejadian-kejadian penting dalam hidupnya.

Dengan demikian wawancara mendalam adalah suatu proses mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara dialog antara peneliti sebagai pewawancara dengan informan atau yang memberi informasi dalam konteks observasi partisipasi.²⁶

Teknik ini digunakan untuk menggali informasi tentang:

- 1) Strategi pengembangan produk pembiayaan koperasi.
- 2) Tantangan dan peluang dalam menghadapi era ekonomi digital.
- 3) Dampak pengembangan produk terhadap daya saing koperasi.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pengurus koperasi, anggota, dan pihak eksternal terkait.

b. Observasi Partisipatif

Observasi menurut Sugiyono adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (*proton* dan *electron*) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.²⁷

Peneliti mengamati langsung aktivitas koperasi, termasuk:

²⁶ Aan. Satori, Djam'an., Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 7th edn (ALFABETA, 2017).

²⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 12th edn (ALFABETA, 2016).

- 1) Implementasi pengembangan produk pembiayaan.
- 2) Penggunaan teknologi digital dalam layanan koperasi.
- 3) Interaksi antara pengurus dan anggota koperasi dalam proses pembiayaan

c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Djam'an Satori dan Komariah berasal dari bahasa latin yaitu *docere*, yang berarti mengajar. Dalam bahasa inggris disebut *document* yaitu "*something written or printed, to be used as a record or evidence*", atau sesuatu tertulis atau dicetak untuk digunakan sebagai suatu catatan atau bukti.²⁸

Dokumentasi merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan secara sistematis untuk mencari, menggunakan, meneliti, mengumpulkan, dan menyediakan dokumen guna memperoleh informasi, pengetahuan, keterangan, serta bukti. Selain itu, dokumentasi juga bertujuan untuk menyebarkan informasi tersebut kepada pihak-pihak yang membutuhkan.²⁹

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model **Miles dan Huberman (1984)** yaitu proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.³⁰

Pendekatan ini berakar pada paradigma *positivisme*. Dalam praktiknya, analisis data dilakukan berdasarkan hasil penelitian

²⁸ Satori, Djam'an., Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 7th edn (ALFABETA, 2017).

²⁹ Hajar Hasan, 'Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri', *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2.1 (2022), pp. 23–29.

³⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. 12th edn (ALFABETA, 2016).

lapangan, baik yang dilakukan di satu lokasi (situs) maupun di beberapa lokasi. Oleh karena itu, sebelum melakukan analisis, peneliti harus terlebih dahulu memastikan jumlah situs penelitian. Berdasarkan pemahaman tentang jumlah situs tersebut, langkah selanjutnya adalah memetakan atau menggambarkan data ke dalam bentuk matriks. Adapun rangkaian proses analisisnya sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Proses reduksi data merupakan tahapan di mana peneliti memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data mentah yang diperoleh dari catatan-catatan lapangan. Proses ini bersifat berkelanjutan sepanjang penelitian berlangsung. Reduksi data mencakup aktivitas seperti merangkum informasi, memberikan kode, mengidentifikasi tema-tema utama, serta mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori tertentu.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap di mana informasi yang telah dikumpulkan disusun secara sistematis, sehingga memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan mengambil keputusan. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti narasi teks, matriks, grafik, jaringan, maupun diagram.

c. Penarikan Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan oleh peneliti secara berkelanjutan selama berada di lapangan. Sejak awal pengumpulan data, peneliti mulai mencari makna dari berbagai hal, mencatat pola-pola yang muncul secara teratur (dalam bentuk catatan teoretis), serta mengidentifikasi kemungkinan penjelasan, konfigurasi, hubungan sebab-akibat, dan berbagai usulan yang mungkin berkembang.³¹



³¹ Sofwatillah and others, 'Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah', Journal Genta Mulia, 15.2 (2024), pp. 79–91.