

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia mulai menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, Bermacam-macam produk keuangan berdasarkan prinsip syariah menjadi peristiwa kontemporer yang mewarnai perekonomian Indonesia. Perkembangan lembaga keuangan syariah muncul ditandai dengan banyak berdirinya jenis lembaga keuangan menggunakan prinsip - prinsip syariah. Diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada akhir Tahun 1991, lalu diikuti berbagai macam lembaga keuangan syariah lainnya seperti Pasar Modal Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, Reksadana Syariah, Koperasi Syariah, dan lain sebagainya.<sup>1</sup>

Berdirinya LKS dirancang mampu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia menuju lebih baik dalam mengurangi resiko usaha serta memiliki unsur bagi hasil usaha antar pihak yang menyimpan uangnya (pemilik dana) dalam lembaga tersebut, dan pihak yang meminjam uangnya (peminjam dana ataupun pengelola usaha).<sup>2</sup> Hal ini yang melatarbelakangi banyak berdirinya LKS (Lembaga Koperasi Syariah) yang memperhatikan prinsip-prinsip syariah, baik dari perspektif lembaga keuangan perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah non-perbankan, termasuk koperasi syariah. .

Koperasi syariah muncul sejak banyak berdirinya BMT (*Baitul Maal WatTamwil*) yang pertama kali dirintis oleh BMT Bina Insan Kamil pada tahun 1992. Kegiatan BMT didasarkan pada filosofi dari anggota oleh anggota dan untuk anggota tersebut menurut Undang – undang (UU) No. 25 tahun 1992, mereka berhak menggunakan badan hukum koperasi.<sup>3</sup> Namun demikian antara koperasi syariah dengan BMT memiliki perbedaan yaitu koperasi syariah yang hanya menjalankan sistem koperasi simpan pinjam

---

<sup>1</sup> Sumitra, Andri, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012) : 27

<sup>2</sup> Sidiq, M. Rutrid, “Peran Koperasi Simpan Pinjam Dana Niaga Syariah Sebagai Alternatif Mengurangi Tingkat Kemiskinan di Makasar”, (*Skripsi, Program Ekonomi Islam Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makkasar*), Makasar, (2014) : 1

<sup>3</sup> Sofian, “Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiusitas, Trend, dan Kemudahan Layanan”, (*Tesis, Magister Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Bandung*), Bandung, (2018) : 753

berbasis syariah, sedangkan dalam BMT terdapat 2 fokus yaitu *Baitul Maal* yang memiliki arti yaitu Lembaga Zakat dan *At-Tamwil* yang memiliki arti Lembaga Keuangan (Syariah).

Merujuk pada dasar keputusan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 yang berisi mengenai Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, di tahun 2004 koperasi syariah lebih disebut dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS).<sup>4</sup> Lalu di tahun 2015 koperasi syariah lebih dikenal menggunakan nama sistem Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang berdasar pada Peraturan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 16/Per/M.KUKM/IX/2015 berisi perihal Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi.<sup>5</sup>

Dengan demikian seiring perkembangan zaman, sesuai dengan Peraturan Kementrian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 11/PER/M.KUKM/XII/2017 yang berisi mengenai Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi menyatakan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah atau biasa yang dikenal dengan KSPPS merupakan koperasi yang menjalankan kegiatan dalam usahanya meliputi kegiatan usaha simpan, pinjam dan pembiayaan yang didasarkan pada asas syariah termasuk dalam mengendalikan sedekah, zakat, infak, dan wakaf.<sup>6</sup>

Dalam pelaksanaannya, terdapat bermacam-macam koperasi syariah. Oleh sebab itu, berdirinya koperasi syariah tak lepas dari kebutuhan dan kepentingan peserta anggotanya. Islam selaku *Al-din Mu'amalah* mempunyai prinsip atau asas yang sama dengan koperasi yaitu saling kerjasama dan gotong royong. Banyaknya masyarakat Indonesia yang berorientasi pada sektor usaha mikro juga merupakan alasan koperasi tetap eksis dan terus bersama untuk memberikan

---

<sup>4</sup> Keputusan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 perihal Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah

<sup>5</sup> Keputusan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 16/Per/M.KUKM/IX/2015 perihal Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi pasal 1

<sup>6</sup> Peraturan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 11/PER/M.KUKM/XII/2017 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi pasal 1

pelayanan terhadap pelaku usaha supaya perekonomian Indonesia bisa tumbuh maju dan berkembang,

Kehadiran Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) sendiri tidak bisa dihindarkan maupun dihilangkan dari masyarakat saat ini. Alasan tersebut disebabkan oleh kehadiran UMKM yang memberikan manfaat terkhusus baik dalam segi keuntungan serta pendapatan masyarakat. Dalam segi lain, UMKM sendiri dapat menyaring banyak tenaga kerja dalam jumlah luas, sehingga mampu mengurangi jumlah pengangguran memperhatikan pada jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar. Maka dari sinilah bisa dilihat bahwa UMKM merupakan tempat masyarakat untuk bekerja. Anjuran untuk berdagang juga diserukan pada zaman Nabi Muhammad SAW. Hal ini juga ditegaskan dalam ayat Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”. (QS. Al-Baqarah: 275)<sup>7</sup>

Perkembangan UMKM dapat menjadi penggerak roda dalam meningkatkan perekonomian nasional, melihat aktivitas usahanya hampir merangkum segala lapangan kerja. Sehingga UMKM berkontribusi yang sangat besar dalam meningkatkan pendapatan bagi elemen kelompok masyarakat. Dalam hal ini juga, langkah pengembangan ekonomi tidak hanya diambil pemerintah dan sebagai

<sup>7</sup> Alquran, al-Baqarah ayat 275, Alqur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Departemen Agama RI, Pustaka Al-Kautsar)

tanggung jawab pemerintah, namun pihak UMKM sendiri bersama pemerintah dapat mengambil langkah bersama mengingat pihak UMKM menjadi pihak internal yang dikembangkan. Karena dengan memanfaatkan fasilitas dari pemerintah dan potensi antara pihak pemerintah serta pihak UMKM dapat menciptakan kreatifitas usaha.<sup>8</sup>

Semakin pesatnya perkembangan UMKM di Indonesia tidak dapat dipungkiri dengan fenomena atau kejadian yang melanda negara, pada awal tahun 2020 negara dihadapkan dengan salah satu kehadiran wabah virus penyakit yaitu *Corona Virus Disease* (Covid-19) yang berpengaruh besar dalam berbagai sektor, baik dalam sektor pemerintahan maupun sektor bisnis yang langsung berkomunikasi dengan konsumen. Kehadiran virus Covid-19 saat itu menjadikan fokus utama bagi pemerintah dalam meminimalisir segala resiko yang terjadi. Dikarenakan virus tersebut berdampak dengan seluruh lapisan masyarakat.

Dengan adanya fenomena pandemi Covid-19, hal tersebut memberikan pengaruh besar dalam segala bidang, terutama dalam bidang melemahnya perekonomian negara. UMKM selaku unsur penggerak roda perekonomian negara dinilai sangat terdampak hingga mengancam keberlangsungan pelaku bisnis. Menurut Wimboh Santoso yang menjabat sebagai Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerangkan bahwa pengaruh besar pandemi Covid-19 dialami oleh UMKM dikarenakan menurunnya tingkat pola konsumsi masyarakat. Dibatasinya kegiatan selama pandemi Covid-19 membawa pengaruh ekonomi negara semakin tertindih, hingga menyebabkan pola masyarakat untuk menahan kegiatan belanjanya. Beliau juga menganggap bahwa UMKM patut diselamatkan dari pengaruh pandemi Covid-19 dikarenakan lingkungan UMKM menjadikan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memberikan sumbangan sebesar 57,24% dari jumlah seluruh PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia.<sup>9</sup>

Menanggapi hal tersebut, maka koperasi yang merupakan salah satu lembaga keuangan juga memiliki kedudukan sebagai penggerak perekonomian negara dituntut untuk dapat memberikan

---

<sup>8</sup> Anggraeni, Feni Dwi, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)", *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1, No.6 (2020) : 1286-1287.

<sup>9</sup> Pratama, Wibi Pangestu, "Kenapa UMKM Harus Diselamatkan dari Dampak Pandemi Covid-19? Ini Penjelasan OJK" 6 Desember. 2021. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210918/9/1444025/kenapa-umkm-harus-diselamatkan-dari-dampak-pandemi-covid-19-ini-penjelasan-ojk>.

kontribusi maupun fasilitas terhadap pelaku UMKM supaya terus berkembang dan mampu menghadapi dampak dari pandemi Covid-19. Hal tersebutlah yang menjadikan tekad pada salah satu Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Artha Bahana Syariah untuk ikut berpartisipasi dalam rangka peningkatan UMKM di masa Pandemi Covid-19, khususnya pada cabang Kabupaten Pati. Mengingat pada saat tahun pandemi Covid-19 tersebut berlangsung, di Kabupaten Pati mengalami pertumbuhan UMKM cukup besar tercatat ada sekitar 2000 UMKM yang baru muncul pada saat pandemi berlangsung. Hal tersebut diungkapkan Wahyu Setyawati selaku Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati yang menyampaikan bahwa banyaknya UMKM yang muncul dalam skala besar saat itu disebabkan banyaknya masyarakat yang di PHK dari pekerjaan sebelumnya akibat terdampak pandemi Covid-19, lalu memanfaatkan dana dari pesangon tersebut sebagai modal membuka usaha untuk mendapatkan keuntungan serta sebagai sumber pendapatan dalam menyambung hidupnya.<sup>10</sup>

Dalam kondisi tersebut berlakunya kebijakan-kebijakan untuk meminimalisir penyebaran virus Covid-19 dan himbuan pemerintah untuk melakukan aktivitas dari rumah menjadikan suatu rintangan UMKM dalam memasarkan produknya dikarenakan dibatasinya kontak fisik antar penjual dan pembeli. Namun menanggapi hal tersebut KSPPS Artha Bahana Syariah ikut serta untuk berpartisipasi dalam membantu UMKM melancarkan kegiatannya. Berbagai metode dilakukan supaya produk UMKM tersebut dapat meluas, salah satunya yaitu membantu promosi dengan memanfaatkan *digital marketing*. *Digital marketing* adalah sarana pemasaran yang dilaksanakan secara langsung dengan menggunakan pemanfaatan teknologi informasi yang pada saat ini sedang banyak digemari oleh semua kalangan untuk mendukung berbagai macam kegiatan maupun aktivitas.

Sarana *digital marketing* tersebut didukung era digital seperti saat ini, dimana pemanfaatan internet sangat berpengaruh dalam segala kalangan terutama di bidang bisnis, mengingat jumlah pengguna internet semakin melonjak saat pandemi Covid-19 ini mewabah. Menurut Henri Kasyfi Soemartono Sekretaris Jenderal APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menjelaskan jika hasil survei pengguna internet Indonesia pada tahun 2019-2020

---

<sup>10</sup> Naufal, Mazka Hauzan, "Dua Ribu UMKM Baru di Pati Muncul Selama Dua Tahun Terakhir" 6 Desember 2021. [Dua Ribu UMKM Baru di Pati Muncul Selama Dua Tahun Terakhir - Tribun-pantura.com \(tribunnews.com\)](https://tribunnews.com).

naik sebesar 73,7% dari jumlah sebelumnya pada tahun 2018 yang berjumlah 64,8%. Berdasarkan data tersebut pemasaran produk dalam digital berpotensi membawa pengaruh yang baik mengingat jangkauan konsumen yang sangat luas.<sup>11</sup>

Melihat hal tersebut, KSPPS Artha Bahana Syariah Pati memberikan fasilitas sarana penunjang keberlangsungan segala aktivitasnya berupa *apps mobile* yang diberi nama dengan Artha Bahana Syariah (*ABS Mobile*). Dimana dalam aplikasi tersebut diharapkan koperasi tidak hanya memberikan fasilitas berbentuk pembiayaan maupun mempermudah pelayanan transaksi. Melainkan koperasi juga memiliki harapan mampu memberikan fasilitas penunjang lain yang dapat dimanfaatkan anggotanya berupa ruang *market place* yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya supaya bisa menjangkau dan di kenal lebih banyak konsumen lagi.

Artha Bahana Syariah Mobile (*ABS Mobile*) adalah sistem aplikasi untuk memberikan berbagai kemudahan layanan keuangan digital kepada anggota. Sistem *ABS Mobile* terkoneksi dengan *core-system* lembaga keuangan, serta terhubung dengan berbagai *payment gateway* untuk pembayaran online (PLN, Telkom, Emoney, Paket Data, Pulsa Reguler, PDAM, dan lain-lain). Aplikasi Artha Bahana Syariah Mobile (*ABS Mobile*) ini dapat diakses bagi anggota yang sudah terdaftar di KSPPS Artha Bahana Syariah dan memiliki kode akses dari koperasi untuk *log in* ke aplikasi tersebut. Artha Bahana Syariah (*ABS Mobile*) bisa digunakan secara *online* setiap saat jika nasabah hendak melakukan transaksi finansial tanpa harus perlu ke kantor layanan KSPPS Artha Bahana Syariah.<sup>12</sup> Terhitung hingga akhir tahun 2021 jumlah anggota koperasi yaitu mencapai 7.450 anggota.<sup>13</sup> Dari data yang didapat, jumlah anggota yang sudah mendaftar maupun bertransaksi melalui Artha Bahana Syariah (*ABS Mobile*) sebagai berikut :

---

<sup>11</sup> Berita Kominfo. “Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital” 6 Desember. 2021. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker)

<sup>12</sup>The description about ABS Mobile APK. <https://apkdownload.com/ABSMobile/com.dc024.abs.html> 7 Februari 2022.

<sup>13</sup> Wawancara dengan Hadi Suprpto selaku pimpinan kantor, 1 Januari 2022.

**Tabel 1.1.**  
**Jumlah Anggota KSPPS Artha Bahana Syariah Pati 2019-2021**

Sudah daftar ABS <i>Mobile</i>	Jumlah yang sudah bertransaksi melalui ABS <i>Mobile</i>	Jumlah UMKM anggota ABS
475 Anggota	380 Anggota	115 Anggota

Sumber: Dokumentasi KSPPS Artha Bahana Syariah Pati, 2021.

Pada penelitian yang dilakukan Evi Suryani<sup>14</sup> mengatakan bahwa di masa pandemi Covid-19, permasalahan yang sedang dihadapi pelaku UMKM dalam penelitian tersebut adalah permodalan, karena di masa pandemi *omzet* menurun hampir 60% sehingga menjadikan perputaran modal yang kurang tepat. Dalam meminimalisir resiko perputaran modal tersebut maka diperlukan cara lain dalam aspek pemasaran dan distribusi untuk meningkatkan kinerja UMKM tersebut. Strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang pesat. Dimana dalam pemanfaatan tersebut bisa digunakan sebagai tempat pemasaran *online* dikarenakan adanya pemberlakuan kebijakan dari pemerintah selama masa pandemi seperti larangan berkerumun hingga himbuan untuk ber-aktivitas dari rumah saja.

Dari hasil penelitian Febriyantoro & Arisandi<sup>15</sup> mengatakan bahwa *digital marketing* memudahkan pelaku UMKM yang semula berpromosi dengan mengandalkan pemasaran *offline* dan menyita banyak pengeluaran, lalu dengan hadirnya perkembangan teknologi informasi yang pesat dan pemanfaatan *digital marketing* yang tepat dapat menyampaikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, dikarenakan cakupannya yang sangat luas sehingga bisa memperbesar pangsa pasar dan meningkatkan *omzet* untuk pelaku UMKM.

Melihat hasil penelitian Hadi & Zakiah<sup>16</sup> yaitu penelitian mengenai strategi *digital marketing* bagi UMKM untuk bersaing di masa pandemi menunjukkan bahwa menurut data statistik tahun 2019

---

<sup>14</sup> Evi Suryani, "Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus : Home Industri Klepon di Kota Baru Driyorejo)". *Jurnal Inovasi Penelitian*, no. 1(2018): 1591-1596.

<sup>15</sup> Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. JMD," *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, no. 1(2018): 61-76

<sup>16</sup> Hadi, D. F., & Zakiah, K, "Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi". *Competitive*, no. 16 (2021), 32-41

yang di ambil dari 101 daerah provinsi yang ada di Indonesia masih tidak banyak UMKM yang bisa memanfaatkan *digital marketing* (15,08%) sebagai strategi upaya meningkatkan kinerja pemasaran melalui *e-commerce*. Hal tersebut dapat di simpulkan bahwa banyak dari para pelaku UMKM yang kurang atas pemahaman *digital marketing*. Namun berdasarkan analisis penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa di masa pandemi bagi para pelaku UMKM yang telah memanfaatkan *digital marketing*, mereka menyebutkan dapat bertahan bahkan meningkatkan *omzet*-nya tidak dengan mengandalkan toko konvensional di era berlakunya kebijakan-kebijakan pemerintah dalam upaya mengurangi penyebaran virus Covid-19 ini. Pemanfaatan *digital marketing* tersebut di antaranya adalah *website*, media sosial, *market place*, *konten marketing*, dan lain sebagainya. Melihat hal tersebut maka pemahaman *digital marketing* seperti pengembangan *konten marketing* yang menarik dan interaktif, pengembangan *mobile marketing*, serta pengintegrasian *digital marketing* diperlukan sehingga dapat menjadikan strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Dalam hal ini, melihat potensi besar penelitian sebelumnya terkait ke-efektifan pemanfaatan *digital marketing* pada masa pandemi Covid-19 ini tidak sedikit hal yang belum pasti. Melihat hal tersebut, peneliti ingin mengetahui seberapa efektifnya sarana ABS *Mobile* yang disediakan KSPPS Artha Bahana Syariah Cabang Pati ini dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM bagi anggota koperasi yang memiliki usaha. Oleh karena itu, hal tersebut menjadikan latar belakang peneliti dalam mengangkat judul yaitu **“Analisis Efektivitas *Digital Marketing* ABS *Mobile* dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati”**.

## B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini berfokus pada efektivitas koperasi syariah dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM melalui pemanfaatan ABS *Mobile* dengan objek KSPPS Artha Bahana Syariah Pati.

## C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini dari uraian latar belakang diatas yaitu:

1. Bagaimanakah pemanfaatan *digital marketing* berbasis aplikasi *mobile* pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati di masa pandemi Covid-19?



2. Bagaimanakah efektivitas *ABS Mobile* dalam meningkatkan kinerja pemasaran anggota UMKM pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati di Masa Pandemi *Covid-19*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan diantaranya:

1. Mengetahui dan menganalisis pemanfaatan *digital marketing* berbasis aplikasi *mobile* pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati di masa pandemi *Covid-19*.
2. Mengetahui dan menganalisis efektivitas *ABS Mobile* dalam meningkatkan kinerja pemasaran anggota UMKM pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati di masa pandemi *Covid-19*.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun kontribusi yang diberikan dalam penelitian ini yaitu memberikan berbagai manfaat, di antaranya yaitu :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Dapat menambah maupun memberikan pengetahuan serta pemahaman dalam sisi efektivitas koperasi syariah dalam meningkatkan UMKM dimasa pandemik *Covid-19* melalui pemanfaatan *digital marketing* berbasis aplikasi (*Apps Mobile*) pada KSPPS Artha Bahana Syariah Cabang Pati.
- b. Dapat dimanfaatkan sebagai pembandingan maupun referensi, serta rekomendasi dalam penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Dari hasil penelitian ini bisa mengetahui efektivitas *digital marketing ABS Mobile* dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di masa pandemi *Covid-19* pada KSPPS Artha Bahana Syariah Pati, dan sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan pendidikan sarjana (Strata-1).

###### **b. Bagi Koperasi**

Hasil penelitian ini dimaksudkan bisa digunakan untuk bahan acuan ataupun pertimbangan bagi KSPPS Artha Bahana Syariah mengingat hasil dari variabel penelitian ini dapat menciptakan inovasi-inovasi baru dalam rangka pengembangan koperasi.

###### **c. Bagi Anggota**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi untuk bahan pertimbangan dalam menganalisa baik buruknya kinerja koperasi dalam rangka pemenuhan

kebutuhan anggotanya untuk meningkatkan kesejahteraan para anggota terutama dalam bidang kesejahteraan anggota pelaku UMKM.

d. **Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini dapat membantu untuk memotivasi diri masyarakat supaya lebih produktif dan tertarik terhadap kinerja koperasi dalam rangka untuk pemenuhan kebutuhan perekonomian.

**F. Sistematika Penulisan**

Supaya mendapatkan penelitian yang ilmiah dan terpadu, maka dalam penelitian ini memiliki sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan ditujukan untuk memperjelas bagian-bagian secara singkat supaya saling bersangkutan, diantaranya:

**1. Bagian Awal**

Pada bagian pertama (awal) ini berisikan perihal halaman judul, halaman pengesahan pemeriksa munaqosyah, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman ringkasan (abstrak), halaman motto, halaman persembahan, halaman terjemahan arab-latin, halaman pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel. Halaman konten, halaman gambaran, foto, maupun grafik.

**2. Bagian Isi**

Pada isi bagian ke-dua yaitu secara garis besar berisikan tentang penelitian yang memuat 5 bab, dimana dalam 5 bab tersebut saling keterkaitan dan bersangkutan. Antara lain yaitu :

**Bab I: PENDAHULUAN.**

Dalam bab ini mengandung bentuk terdiri dari latar belakang masalah yang merupakan alasan ataupun argumen dalam penelitian, dilanjutkan dengan rumusan masalah yang memuat isi pokok atau pertanyaan yang dijawab dalam menyelesaikan permasalahan yang ada pada penelitian, serta yang terakhir yaitu tujuan dan manfaat penelitian yang menjadi hal sangat penting atau alasan dalam mengangkat penelitian.

**Bab II: KAJIAN PUSTAKA.**

Pada bab ini berisikan pemaparan teori yang mendasar dan teoritis, lalu diteruskan dengan penelitian-penelitian relevan sebelumnya yang dimaksudkan untuk mengetahui posisi penelitian yang akan dilakukan, dan kerangka berfikir dan pertanyaan penelitian.

**Bab III: METODE PENELITIAN.**

Bab ini memuat metode penelitian yang didalamnya berisi perihal jenis penelitian yang digunakan, pendekatan penelitian yang dilakukan, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**Bab IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.**

Pada bab ini berisikan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan berbentuk gambaran obyek penelitian, penyajian hasil penelitiin, dan dilanjutkan dengan hasil yang memuat pembahasan analisis data hasil penelitiin yang dihubungkan dengan teori atau penelitian yang berbeda sesuai dengan informasi yang sudah didapat.

**Bab V: PENUTUP.**

Dalam bab terakhir di bagian isi ini memuat tentang hasil akhir dari pembahasan skripsi yang berupa kesimpulan dari pembahasan serta saran-saran dari penelitian yang telah dilakukan.

**3. Bagian Akhir**

Bagian akhir yaitu berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.