

STRATEGI BERSAING PLATFORM LINKAJA SYARIAH DI ERA GEMPURAN PERSAINGAN BISNIS FINTECH

Shelvy Eka Auliya Firmani¹, Mochammad Andre Agustianto²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Jl. Ahmad Yani No.117, Surabaya, Indonesia
Email: shelvyekauliaf33@gmail.com

Article History

Received: 23-11-2024

Revision: 25-11-2024

Accepted: 27-11-2024

Published: 30-11-2024

Abstract. *The presence of financial technology has changed the financial business landscape, creating intense competition among digital payment platforms. One platform in this realm is LinkAja Syariah, a digital wallet platform that offers sharia-based financial services. In the midst of increasingly intense competition, this research aims to analyze the competitive strategies used by the LinkAja Syariah platform. The research method used is qualitative and descriptive obtained from data collection such as journals, books, scientific articles, etc. The results of the analysis in this research provide a comprehensive picture regarding the diversification of LinkAja Syariah products with other products and also explain various competitive strategies that can be carried out by LinkAja Syariah to maintain and expand market share in an era of increasingly fierce fintech competition. It is hoped that the practical implications of these findings can become a basis for strategic decision making for similar fintech companies operating in the realm of sharia financial services.*

Keywords: *Sharia fintech, LinkAja Syariah, Competitive Strategy*

Abstrak. Kehadiran financial teknologi telah mengubah lanskap bisnis keuangan, menciptakan persaingan yang ketat di antara platform-platform pembayaran digital. Salah satu platform dalam ranah ini adalah LinkAja Syariah, platform dompet digital yang menawarkan layanan keuangan berbasis syariah. Di tengah gempuran persaingan yang semakin intens, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi-strategi bersaing yang digunakan oleh platform LinkAja Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan deskriptif yang diperoleh dari pengumpulan data seperti jurnal, buku, artikel ilmiah, dll. Hasil analisis pada penelitian ini adalah memberikan gambaran yang komprehensif terkait diversifikasi produk LinkAja Syariah dengan produk lainnya dan juga memaparkan berbagai strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh LinkAja Syariah guna mempertahankan dan memperluas pangsa pasar di era persaingan fintech yang semakin sengit. Implikasi praktis dari temuan ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan fintech serupa yang bergerak dalam ranah layanan keuangan syariah.

Kata Kunci: Fintech syariah, LinkAja Syariah, Strategi Bersaing

How to Cite: Firmani, S. E. A. (2024). Strategi Bersaing Platform Linkaja Syariah di Era Gempuran Persaingan Bisnis Fintech. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (5), 2758-2768. [10.54373/ifiheb.v4i5.2205](https://doi.org/10.54373/ifiheb.v4i5.2205)

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi yang semakin dahsyat dan canggih dari masa ke masa telah merubah wajah dunia dari cara berinteraksi, berbelanja, dan pola hidup lebih yang lebih instant. Cepatnya laju inovasi teknologi berdampak pada bidang keuangan termasuk sistem pembayaran dikalangan masyarakat saat ini. Salah satu bentuk yang paling populer adalah layanan *mobile payment* dan *e-commerce*. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini industri *financial technology* sedang berkembang pesat sehingga banyak sekali perusahaan startup yang diterbitkan dengan tujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan dan menjawab segala permasalahan masyarakat. Ditambah lagi dengan penggunaan smartphone dan internet yang tak kunjung henti seakan sudah menjadi belahan hati masyarakat, mendorong percepatan *mobile payment* makin meluas (Basya et al., 2020). Menurut sebuah studi penelitian dari Barquin, dalam penelitian McKinsey dan Company menyebutkan bahwa pada 15 negara asia dengan total 17.000 penduduk, Indonesia ialah negara dengan penggunaan teknologi digital tercepat termasuk dengan layanan perbankan digital. Masyarakat Indonesia bisa menggunakan 2 atau 3 layanan perbankan digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Maitri et al., 2023).

Banyaknya perintisan perusahaan startup fintech menandakan platform-platform *mobile payment* dan *e-commerce* turut berkembang. Berdasarkan data startup ranking, Indonesia masuk nominasi 6 besar dengan total rintisan startup mencapai 2.492 unit (Mei 2023) (Marcelina Kartika Putri et al., 2022). Jumlah ini melonjak fantastis ketimbang tahun-tahun sebelumnya. Sehingga persaingan bisnis fintech juga sangat ketat dan tidak terelakkan diantara perusahaan startup fintech, karena setiap perusahaan ingin memberikan layanan yang terbaik disetiap kesempatan. Hal ini juga membuat masyarakat memiliki banyak opsi pilihan platform keuangan yang akan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Oleh sebab itu, sangat penting sekali menetapkan strategi bersaing dan peta persaingan bisnis untuk menganalisis dan menjadi lebih unggul daripada kompetitor lain. Pengembangan strategi bersaing juga dimaksudkan agar perusahaan bisa melihat kondisi internal maupun eksternal secara objektif sehingga mudah untuk memitigasi risiko perubahan lingkungan dimana hal ini sangat krusial guna mendapatkan keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen (Fitriadi et al., n.d.). Semakin ketatnya persaingannya, maka industri fintech harus terus membuat terobosan atau inovasi layanan digital baru untuk terus menarik hati dan minat para konsumen agar terus setia menggunakan layanan *mobile paymentnya* (Labib & Wibawa, 2019).

Salah satu platform *mobile payment* yaitu LinkAja Syariah. Platform ini merupakan layanan resmi yang diluncurkan sebagai perluasan layanan berbasis syariah pada tanggal 14

April 2020. LinkAja Syariah merupakan layanan *mobile payment* berbasis syariah pertama di Indonesia dengan menyediakan layanan seperti layanan donasi, zakat, amal, pembayaran tagihan, layanan transportasi umum, *ride hailing*, belanja online, dan mini market. Secara umum mengungkapkan alasan masyarakat menggunakan aplikasi layanan LinkAja Syariah karena dianggap sebagai layanan *mobile payment* yang aman, terpercaya, memudahkan aktivitas transaksi baik online maupun offline, serta bebas riba. Menurut data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan LinkAja Syariah memiliki lebih dari 2,5 juta pengguna dengan menggandeng berbagai pihak mitra strategis lebih dari 1.600 masjid, Lembaga Amil Zakat, 29 bank daerah, 21 lokasi wisata strategis, dan 34 rumah sakit yang tersebar di seluruh Indonesia dengan peningkatan lebih dari 700 persen per Maret 2021. Layanan LinkAja Syariah juga memiliki lebih dari 1.500 UMKM merchant dan dapat digunakan di lebih dari 200 pasar tradisional, toko oleh-oleh, dan kuliner halal sehingga LinkAja Syariah akan terus berkembang dan menjadi solusi untuk memberikan manfaat bagi perluasan ekonomi digital Syariah (Firdausi & Ardyansyah, 2023). Hal ini merupakan faktor yang potensial meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara sehingga dapat berdampak pada percepatan peningkatan keuangan syariah di Indonesia.

Dengan potensi unggul yang dimiliki platform LinkAja Syariah, masih terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam melakukan strategi branding agar bisa bersaing dengan platform lain seperti GoPay, OVO, ShopeePay yang terus berinovasi dan memperkuat posisi mereka di pasar. Strategi branding ini diharapkan tidak hanya sekedar mengembangkan produk unggul, harga yang terjangkau oleh pelanggan, tetapi juga memberikan kepuasan dan persepsi positif pada masyarakat. Oleh sebab itu, berdasarkan informasi data di atas, peneliti melakukan penelitian berjudul “Strategi Bersaing Platform LinkAja Syariah Di Era Gempuran Persaingan Bisnis Fintech”. Meskipun telah banyak penelitian yang membahas terkait fintech syariah dan strategi bersaing, namun masih terbatasnya studi yang menganalisis strategi bersaing platform LinkAja Syariah, mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada platform fintech konvensional. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bersaing yang digunakan oleh platform LinkAja Syariah sebagai pionir platform pembayaran digital Syariah dalam menghadapi intensitas persaingan di industri fintech.

METODE

Objek penelitian yang diteliti penulis adalah platform layanan keuangan berbasis digitalisasi. Objek penelitiannya adalah platform LinkAja Syariah. Platform ini tergolong baru milik PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) yang juga merupakan pemilik platform

LinkAja (Reguler). Dalam riset yang dilakukan pada platform LinkAja Syariah, penulis menggunakan penelitian kualitatif dan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa informasi deskriptif dan data yang diperoleh akan dikaitkan dengan teori dan analisis perusahaan. Metode pengumpulan sumber data yang digunakan adalah kumpulan data yang tersaji di website internet semacam jurnal, buku ilmiah, dan lain-lain yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

HASIL DAN DISKUSI

Perbedaan Platform LinkAja Syariah Dengan Platform Lain

LinkAja Syariah adalah platform terbaru inovasi dari aplikasi LinkAja yang ditujukan kepada masyarakat yang ingin bertransaksi sesuai dengan prinsip islam. LinkAja Syariah juga merupakan pelopor *e-wallet* berbasis syariah pertama yang telah bersertifikat resmi dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Saat ini LinkAja Syariah telah membantu berkontribusi industri-industri halal dengan total kurang lebih seratus ribu *merchant* halal diberbagai bidang seperti makanan halal, fashion islami, pendidikan islam, wisata halal, dll. Komitmen dari platform LinkAja Syariah ini sangat berkompeten yaitu memberikan pendidikan dan juga pelatihan kepada sektor industri halal dan merchant halal yang juga berkolaborasi dengan BPJPH agar dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta memperluas pangsa pasar (Fauza et al., 2023).

Perbedaan LinkAja Syariah dengan platform lain ialah terdapat pada prinsip yang mendasari, inovasi fitur lebih beragam, akad-akad yang sesuai dengan aturan syariah, penggunaan yang fleksibel, dan harga yang terjangkau. Pertama, banyak sekali platform *e-wallet* atau *e-money* yang ada pada Appstore, tetapi hanya LinkAja Syariah ialah platform pembayaran dan *e-wallet* berbasis Syariah pertama. Hal ini adalah suatu langkah untuk meningkatkan penerapan praktik inklusi keuangan syariah, sesuai dengan planning Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Dengan adanya platform *e-wallet* syariah diharapkan juga dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat akan transaksi dengan prinsip islam. Kelebihannya yang memiliki nilai bebas unsur riba, maysir, gharar menjadikan LinkAja Syariah berbeda dibandingkan dengan platform lainnya (Candra Pradina & Sumiati, 2021). Sebagian besar mayoritas masyarakat negara Indonesia ialah muslim memudahkan platform LinkAja Syariah semakin berkembang luas karena sesuai dengan target pasar yang menyasar pada masyarakat muslim.

Kedua, fitur layanan Syariah yang dinilai lebih islami. Saat ini LinkAja Syariah dikategorikan memiliki 3 jenis layanan yaitu; layanan ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan

Wakaf), pemberdayaan digitalisasi ekonomi pada pondok pesantren dan masjid, dan pemberdayaan UMKM. Secara umum, pengguna LinkAja Syariah saat ini digunakan untuk membayar qurban, membayar Infaq secara digital, sedekah, membayar wakaf, isi pulsa, membeli paket data, membeli tiket transportasi, pembayaran pada beberapa mitra merchant, pembayaran umrah dan haji, dan top up saldo melalui bank atau merchant seperti alfamart, indomart, alfamidi, dll. *Platform* LinkAja dinilai telah memiliki sejumlah fitur yang hampir lengkap sehingga sangat tepat untuk digunakan dalam transaksi sehari-hari tanpa perlu aplikasi tambahan lainnya. Tetapi kedepannya, pihak perusahaan akan terus melakukan inovasi baru pada platform LinkAja Syariah dan juga menambah mitra kerjasama guna mewujudkan ekosistem ekonomi Syariah Indonesia.



Gambar 1. Tampilan Fitur Link Aja Syariah

Ketiga, terdapat tiga akad transaksi yang digunakan oleh platform LinkAja Syariah, ini juga menjadi pembeda sebab tidak ada akad transaksi pada platform *e-wallet* lainnya (Qotimatun et al., 2023). Beberapa akadnya yakni sebagai berikut:

- a. Akad Qardh (pinjaman), ketika pengguna melakukan top up akan memakai akad qardh ini dan tidak dikenakan biaya admin.
- b. Akad wakalah bil ujah, ketika pengguna melakukan isi saldo pada mitra merchant maka akan dikenakan biaya admin sebagai jasa penyedia top up.
- c. Akad Ijarah, akad ini digunakan ketika pengguna melakukan tarik tunai. Dan ketika LinkAja Syariah dengan merchant memakai akad ijarah (sewa) atas manfaat dari fasilitas media penjualan.

Keempat, dari segi operasionalnya sangat mudah digunakan sehingga cocok digunakan baik dari kalangan remaja muda maupun tua. Pada dasarnya, layanan LinkAja Syariah ini adalah perluasan layanan dari aplikasi LinkAja, sehingga ketika pengguna telah mengunduh aplikasi LinkAja pada playsote atau aapstore, pengguna bisa memilih pada LinkAja regular atau layanan berbasis Syariah. Jika memilih layanan berbasis Syariah, maka terdapat fitur yang

digunakan untuk mengubah dari LinkAja regular menjadi LinkAja Syariah. Dengan hanya satu aplikasi *e-wallet* LinkAja saja maka pengguna bisa memperoleh banyak macam manfaat yang bisa pengguna gunakan untuk bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga banyak orang yang mengungkapkan persepsinya ketika memakai LinkAja Syariah merasa puas sebab LinkAja Syariah merupakan software pembayaran telepon seluler yang banyak digunakan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian pulsa, yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah menggunakan layanan tersebut dan dapat menyampaikan kepuasan kepada pelanggannya. LinkAja Syariah bisa disebut sebagai software pembayaran seluler yang menyediakan harga terjangkau untuk kebutuhan konsumen dan mudah digunakan oleh konsumen (Nurrisqi, 2021). LinkAja adalah pembayaran seluler software yang disukai konsumen karena mudah digunakan. LinkAja Syariah adalah fitur yang paling dinikmati oleh konsumen dalam bertransaksi dan merupakan solusi untuk mempercepat segala transaksi.

Strategi Bersaing Unggul Platform LinkAja Syariah

Dalam dunia bisnis, penerapan sebuah strategi ini sangat penting untuk dijadikan peta jalan (memberikan arah dan tujuan yang jelas bagi perusahaan) dan membantu dalam mengambil keputusan yang efektif dan juga memberikan keunggulan kompetitif. Tanpa adanya strategi, maka sebuah bisnis tidak akan berjalan secara maksimal dan pastinya akan mengalami kekalahan dalam bersaing dengan kompetitor lain (Ritonga, 2018). Ditengah banyaknya persaingan bisnis yang menawarkan layanan serupa, maka strategi yang dipersiapkan harus sangat kuat dan unggul sehingga akan membuat peluang meraih kesuksesan akan terbuka lebar (Sudirman & Disemadi, 2022).

Pada platform LinkAja Syariah, strategi yang digunakan juga sangat beragam, hal ini dikarenakan agar platform LinkAja Syariah tidak tertinggal dengan platform lain dan juga masyarakat akan semakin mengenal platform LinkAja Syariah. Sesuai dengan kata pepatah “banyak jalan menuju roma” berarti jangan terpaku dengan satu cara sebab semakin banyak strategi yang digunakan maka akan mudah meraih keberhasilan. Beberapa strategi bersaing yang digunakan oleh platform LinkAja Syariah adalah sebagai berikut:

a. Menciptakan Inovasi Fitur Yang Sesuai Kebutuhan Pasar

Kemajuan teknologi yang semakin kompleks membuat hampir seluruh pemenuhan kebutuhan dapat dilakukan secara online tanpa perlu mempersulit transaksi masyarakat. LinkAja Syariah selalu meneliti apa saja yang saat ini dibutuhkan pasar. Salah satunya adalah dengan menambahkan fitur pada aplikasi LinkAja. Fitur baru yang dibuat antara lain pembayaran transportasi kapal, parkir, dan bahan bakar. LinkAja Syariah juga menambahkan fitur pada pos pajak dan retribusi berupa

pembayaran paspor, pembayaran SIM, bea cukai, dan pembayaran denda tilang. Fitur ini adalah salah satunya inovasi yang tercipta sebagai wujud perkembangan kemajuan teknologi (Muamar et al., 2021).

b. Melaksanakan Ekosistem Syariah Secara Luas

Perkembangan Indonesia sebagai negara mayoritas muslim terbesar membuat LinkAja Syariah memperbaiki strategi pemasarannya dengan melakukan kerjasama melalui pendidikan yang berfokus pada pesantren, sekolah Islam swasta, dan universitas Islam. LinkAja Syariah juga memperluas strateginya dengan menjalin kerja sama dengan merchant UMKM, kuliner halal, lembaga amil zakat, dan masjid, dan bekerja sama dengan rumah sakit keagamaan dan bank daerah. Strategi ini dilakukan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi sesuai prinsip Islam.

c. Menyediakan Fitur Peduli Sesama

Fitur dana sosial yang ditawarkan LinkAja Syariah seperti masjid, tolong menolong sesama, zakat, infaq, wakaf, peduli bencana bahkan membuat fitur khusus 'LinkAja Syariah untuk Gempa Cianjur' yang tentunya membuat lebih mudah bagi orang untuk peduli pada mereka sekitarnya dan dapat menyisihkan sedikit hartanya untuk bersedekah. Fitur yang diluncurkan ini merupakan salah satu strategi LinkAja Syariah yang selain memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani masyarakat, dan LinkAja Syariah menyediakannya melalui satu layanan aplikasi. Karena harta yang dimiliki adalah titipan Allah dan tidak boleh disia-siakan dan sebagiannya harta tersebut juga mempunyai hak orang lain.

d. Berkolaborasi Dengan Berbagai Mitra Strategis

Salah satu strategi yang digunakan oleh platform LinkAja Syariah adalah berkolaborasi atau bekerjasama dengan dengan Lembaga keuangan Syariah, pemerintahan, BUMN, mitra usaha, dan institusi Pendidikan guna memperluas jaringan, meningkatkan kepercayaan, serta memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan pasar.

e. Melakukan Berbagai Macam Pelatihan dan Pembinaan UMKM

LinkAja Syariah tidak ingin berfungsi menjadi e-wallet saja, tetapi lebih dari itu dan sebisa mungkin dapat dekat dengan masyarakat. Strategi yang digunakan ialah dengan mengadakan pelatihan platform layanan keuangan digital, sosialisasi penggunaan QRIS, dan sebagainya.

f. Kegiatan Marketing (pemasaran) Yang Beragam

Kegiatan Marketing yang dilakukan oleh platform LinkAja Syariah terdiri dari tiga macam seperti memasang iklan di televisi, pemasangan iklan di billboard dan iklan poster ditempat keramaian. Selanjutnya, strategi yang diterapkan oleh LinkAja Syariah ialah melakukan promosi melalui aktivitas kehumasan atau PR dengan mengundang pihak media untuk mendokumentasikan setiap acara dan memberikan informasi kepada media ketika LinkAja meluncurkan produk atau fitur layanan baru (Utami, 2022).

g. Penyelenggara Acara (*Event Organization*)

Strategi yang diagendakan tiap tahunnya ialah festival Ramadhan. Pada acara ini, LinkAja Syariah akan memberikan keberkahan bagi seluruh pengguna berupa ekstra saldo dan potongan harga berkah mulai dari Rp. 5.000,- hingga Rp. 20.000,- untuk transaksi berbagai item fitur di LinkAja selama bulan Ramadhan. LinkAja Syariah juga mengadakan acara Donasi Komunitas oleh memberikan berkah donasi sebesar Rp. 5.000,- kepada setiap pengguna yang menyalurkan donasinya ke empat lembaga yang terdaftar di LinkAja Syariah yaitu Badan Amil Zakat Nasional, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, dan Rumah Yatim sebagai serta berbagi program THR sebagai bagian dari tradisi hari raya.

h. Memberikan Promo Menarik

LinkAja Syariah memberikan promo untuk segala pembayaran seperti tagihan bulanan, isi ulang saldo, checkout e-commerce, dan ojek online. Strategi ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan pelayanan dan juga lebih hemat yang dapat berguna dalam memenuhi kelengkapan kebutuhan masyarakat pada umumnya seperti tagihan bulanan, serta belanja online yang dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan menggunakan layanan aplikasi di smartphone (Wibowo, 2021).

i. Menjadi Sarana Pembayaran Segala Transaksi

Strategi yang ingin dicapai oleh platform LinkAja Syariah ini ingin menjadi sarana pembayaran segala transaksi, seperti pembayaran tiket kendaraan, belanja online, membeli pulsa, isi data, berdonasi, pembayaran umroh dan haji, dll. Sehingga dengan adanya fitur yang beragam dapat meningkatkan brand LinkAja Syariah dikalangan masyarakat. Hal ini dapat menciptakan ketergantungan antara pengguna dengan platform LinkAja Syariah. Strategi ini diterapkan oleh perusahaan guna memikat hati masyarakat dan menciptakan loyalitas masyarakat akan platform LinkAja Syariah atau dapat disebut *relationship marketing*.

KESIMPULAN

LinkAja Syariah adalah platform terbaru inovasi dari aplikasi LinkAja yang ditujukan kepada masyarakat yang ingin bertransaksi berlandaskan prinsip islam. LinkAja Syariah juga merupakan pelopor *e-wallet* berbasis syariah pertama yang telah bersertifikat resmi dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Fitur layanan LinkAja Syariah menyediakan layanan seperti layanan donasi, zakat, amal, pembayaran tagihan, layanan transportasi umum, ride hailing, belanja online, dan mini market. Perbedaan LinkAja Syariah dengan platform lain ialah terdapat pada prinsip yang mendasari, inovasi fitur lebih beragam, akad-akad yang sesuai dengan aturan syariah, penggunaan yang fleksibel, dan harga yang terjangkau. Hal ini menjadikan platform LinkAja Syariah menjadi unggul dan berbeda. Dalam menghadapi persaingan sengit di industri fintech, terutama dalam konteks platform pembayaran seperti LinkAja Syariah, diperlukan strategi yang komprehensif untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Strategi yang digunakan oleh platform LinkAja Syariah seperti menciptakan inovasi fitur yang sesuai kebutuhan pasar, melaksanakan ekosistem syariah secara luas, menyediakan fitur peduli sesama, berkolaborasi dengan berbagai mitra strategis melakukan berbagai macam pelatihan dan pembinaan umkm, kegiatan marketing (pemasaran) yang beragam, penyelenggara acara, memberikan promo menarik, dan sebagai sarana pembayaran segala transaksi. Dengan demikian, platform LinkAja Syariah dapat mempertahankan posisi dalam industri fintech yang dinamis dan terus berkembang pesat.

REKOMENDASI

Berdasarkan pengalaman melakukan penelitian pada platform LinkAja Syariah peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi yang mungkin berguna bagi penelitian selanjutnya. Pengembangan penelitian selanjutnya dapat mendalami perilaku pasar dan kebutuhan konsumen secara lebih dalam sebab preferensi ini berubah seiring waktu dan bagaimana platform LinkAja Syariah nantinya dapat menyesuaikan layanan dengan kebutuhan yang berkembang. Bisa juga dengan merubah metode melalui penelitian kuantitatif, yaitu menyelidiki terkait kasus-kasus tertentu pada platform LinkAja Syariah. Bagi platform LinkAja Syariah, sebaiknya lebih fokus meningkatkan edukasi dan kesadaran untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip Syariah dalam layanan keuangan digital. Serta meningkatkan branding lebih kuat lagi agar membangun citra merek yang berbeda dengan menanamkan nilai Syariah, keamanan, dan kualitas layanan unggul.

REFERENSI

- Basya, M. M., Pratama, R. S. I., & Pratikto, M. I. S. (2020). Strategi Pengembangan Fintech Syariah Dengan Pendekatan Business Model Canvas Di Indonesia. *Journal Of Economics*, 4(2), 180–196.
- Candra Pradina, D., & Sumiati. (2021). Praktek Penyelenggaraan Transaksi Layanan Syariah Linkaja pada PT. Fintek Karya Nusantara Dihubungkan Dengan Fatwa Dsn-Mui Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 17–25. <https://doi.org/10.15575/am.v7i1>
- Fauza, Z., Batubara, N. Z., Al-Baraqqy, M., & Ramadani, P. (2023). Strategi Fundraising Dana Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf (ZISWAF) Pada E-Commerce LinkAja Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 171–183.
- Firdausi, F. N., & Ardyansyah, F. (2023). Implementation of Sharia Marketing Strategy as a Solution to Increase Linkaja Syariah Consumer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(1). 74-82.
- Fitriadi, B., Sunarti, & Soekarto. (n.d.). Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif (Studi pada PT. Ongkowidjojo, Malang).
- Labib, Moch. A. M., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Peta Kompetitor Industri Mobile Payment di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(1). 21-26.
- Maitri, B., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., Neka Fatyandri, A., & Jesslyn. (2023). Analisis Strategi Bisnis dan Tingkat Persaingan dengan Kompetitor pada Perusahaan Seabank dalam Dunia Perbankan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 48–52.
- Marcelina Kartika Putri, L., Noor Maulana Ilham, M., & Fadlullah Hana, K. (2022). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Fintech Syariah Ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. In *Journal of Islamic Economics Law*, 2(2). 106-117. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JI>
- Muamar, A., Aziz, A., Wasman, & Lusiana, N. (2021). Pelayanan Syariah LinkAja Pada Ekosistem Keislaman Di Kota Cirebon Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 6(1), 57–69.
- Nurrisqi, F. A. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Layanan LinkAja Syariah Dan BRILink.
- Qotimatun, F., Rahayu, P., & Nashirudin, M. (2023). Analisis Aplikasi “Layanan Syariah Linkaja” Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI no. 116/DSN-MUI/ix/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah dan Masalah Mursalah. *Journal on Education*, 5(2). 5473–5482.

- Ritonga, Z. (2018). Pengaruh Strategi Bersaing Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Perusahaan Jasa Laundry Di Labuhanbatu). In *Jurnal Ecobisma*, 5(2). 107-119.
- Sudirman, L., & Disemadi, H. S. (2022). Titik Lemah Industri Keuangan Fintech di Indonesia: Kajian Perbandingan Hukum. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(3). 471-493.
- Utami, A. D. (2022). Pengelolaan Daily Content Pada Media Sosial LinkAja Syariah Oleh Account Executive Orlange Digital Agensi Tahun 2022.
- Wibowo, A. T. (2021). Analisis Penerapan IMC Pada Startup Linkaja Dalam Kompetisi Di Bidang Fintech Indonesia.