
Strategi Bersaing PT. BPRS Carana Kiat Andalas dengan Pendekatan Analisis SWOT

Fadel Auliya^{1*}, Desmi Satriana²⁾

^{1*}Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia

E-mail: fadelauliya@gmail.com

²⁾Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Falah Airmolek, Indonesia

E-mail: desmisatriana9@gmail.com

Abstract

This study aims to determine effective strategies for PT. BPRS Carana Kiat Andalas in facing competition among microfinance institutions in the Padang Luar Bukittinggi area using a SWOT analysis approach. The research method used is qualitative field research, with data collected through interviews and documentation. SWOT analysis is employed to examine the bank's internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats. Currently, the bank applies strategies such as excellent customer service, fast response to client needs, and competitive margin rates. Based on the SWOT analysis matrix, several strategies are proposed: (1) Strengths-Opportunities (SO) Strategy: market penetration and expanding service types according to customer needs; (2) Weaknesses-Opportunities (WO) Strategy: improving human resource competence, increasing capital, enhancing technology, expanding financing distribution, and diversifying services; (3) Strengths-Threats (ST) Strategy: implementing effective and continuous promotion, strengthening customer loyalty through proactive service, adjusting margins based on customer capability, and strategic location selection; (4) Weaknesses-Threats (WT) Strategy: maximizing profits and applying differentiation in determining margin levels. These strategies are expected to help PT. BPRS Carana Kiat Andalas remain competitive, expand its market reach, and respond more effectively to challenges in the dynamic microfinance environment.

Keywords: Competitive Strategy, SWOT Analysis, PT. BPRS Carana Kiat Andalas

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu institusi keuangan syariah yang berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Mariko et al., 2022). BPRS memiliki keunggulan dalam memberikan layanan keuangan berbasis prinsip syariah dengan fokus pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat dengan lembaga keuangan konvensional dan sesama BPRS, diperlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha. (Efendi & Mansur, 2022).

Perbankan syariah, khususnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), memiliki peran penting dalam mendukung inklusi keuangan dan perekonomian berbasis syariah di Indonesia. PT. BPRS Carana Kiat Andalas sebagai salah satu pelaku industri BPRS di Indonesia menghadapi tantangan yang semakin kompleks, termasuk persaingan dengan lembaga keuangan konvensional maupun sesama BPRS, perubahan regulasi, serta dinamika kebutuhan nasabah yang terus berkembang (Safitri & Pratama, 2022).

PT. BPRS Carana Kiat Andalas, sebagai salah satu BPRS yang beroperasi di Indonesia, menghadapi berbagai tantangan eksternal dan internal yang dapat memengaruhi kinerjanya. Tantangan tersebut mencakup persaingan dengan perbankan konvensional, digitalisasi layanan keuangan, regulasi yang terus berkembang, serta perubahan preferensi nasabah. Untuk tetap kompetitif, perusahaan perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahannya, serta memahami peluang dan ancaman yang ada di industri. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi bersaing yang efektif adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) (Pratama, 2022). Dengan analisis ini, PT. BPRS Carana Kiat Andalas dapat mengembangkan strategi yang berbasis pada keunggulan kompetitifnya serta merespons tantangan pasar secara lebih adaptif dan inovatif.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan BPRS untuk memperkuat daya saing dalam industri perbankan syariah yang terus berkembang (Muslim, M. Wahyudi, et al., 2025). Tanpa strategi yang tepat, BPRS dapat mengalami kesulitan dalam mempertahankan eksistensinya, menarik nasabah, serta meningkatkan profitabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam menghadapi dinamika industri (Pratama & Effendi, 2021). Rasionalisasi dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman berbasis data dan analisis mengenai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing BPRS (Bundo & Pratama, 2024). Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi manajemen BPRS dalam menyusun strategi yang lebih efektif, baik dalam aspek pemasaran, inovasi produk, maupun efisiensi operasional. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi literatur akademik mengenai strategi bisnis dalam industri perbankan syariah.

Dengan adanya kajian ini, PT. BPRS Carana Kiat Andalas dapat memiliki pedoman dalam menyusun kebijakan yang lebih tepat guna menghadapi persaingan, meningkatkan layanan kepada nasabah, serta memperkuat perannya dalam ekosistem keuangan syariah di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) yang dipaparkan secara deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi saat sekarang (Sugiyono, 2019). Penulis menggunakan jenis penelitian ini karena akan melakukan analisis terhadap strategi yang akan ditetapkan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam bersaing dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang terletak di kota Bukittinggi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan Untuk menganalisis dan menentukan keputusan strategis teknik yang digunakan adalah dengan pendekatan matrik swot. Teknik keabsahan data yang digunakan *Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Strategi PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam Menghadapi Pesaing

Strategi yang digunakan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas dalam menghadapi persaingan lebih difokuskan pada penguatan sektor internal perusahaan. Salah satu strategi utamanya adalah pelayanan prima, di mana PT. BPRS Carana Kiat Andalas berupaya semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap nasabah, baik dalam produk penghimpun dana maupun penyaluran dana. Kepuasan nasabah menjadi prioritas utama agar mereka merasa dihargai dan pada akhirnya loyal terhadap lembaga keuangan ini. Kepuasan ini

dibangun dari hubungan pelayanan yang bersifat personal dan konsisten. Selain itu, PT. BPRS Carana Kiat Andalas juga menunjukkan respon yang cepat terhadap kebutuhan nasabah. Hal ini terlihat dari strategi jemput bola yang dijalankan oleh karyawan, khususnya di pasar-pasar tradisional tempat nasabah banyak beraktivitas. Karyawan turun langsung ke lapangan untuk mencari nasabah baru, memungut tabungan, serta menjemput angsuran pembiayaan. Responsivitas ini disesuaikan dengan karakteristik mayoritas masyarakat di sekitar bank yang berprofesi sebagai pedagang, sehingga waktu mereka sangat berharga dan membutuhkan pelayanan yang fleksibel.

Strategi lainnya adalah penetapan tingkat margin yang kompetitif. PT. BPRS Carana Kiat Andalas tidak menerapkan margin tetap, melainkan menyesuaikan dengan kemampuan dan kesepakatan calon nasabah melalui proses musyawarah. Pendekatan ini memberikan keleluasaan dan rasa keadilan bagi nasabah, serta menjadikan bank ini lebih unggul dibandingkan lembaga keuangan mikro lainnya yang biasanya menetapkan margin lebih tinggi dan kurang fleksibel. Dari sisi promosi, PT. BPRS Carana Kiat Andalas mengembangkan berbagai strategi pemasaran yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Promosi dilakukan melalui penyebaran brosur yang berisi informasi produk, keunggulan, dan persyaratan.

Selain itu, promosi juga dilakukan melalui iklan radio dan edukasi perbankan syariah di sekolah-sekolah, masyarakat umum, dan majelis taklim. Strategi promosi ini diperkuat dengan pendekatan personal selling yang dilakukan tidak hanya oleh staf marketing, tetapi juga oleh seluruh pegawai. Terakhir, promosi dari mulut ke mulut melalui kepuasan nasabah juga menjadi strategi efektif, di mana nasabah yang merasa puas akan merekomendasikan layanan bank kepada orang-orang terdekatnya.

Faktor internal yang dimiliki oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas menunjukkan kekuatan yang cukup signifikan dalam mendukung eksistensinya sebagai lembaga keuangan mikro syariah di Bukittinggi. Kekuatan utama terletak pada penerapan sistem syariah yang selaras dengan mayoritas masyarakat Muslim di daerah tersebut. Selain itu, status sebagai BPRS syariah pertama di Bukittinggi yang telah beroperasi sejak tahun 1997 menjadikan bank ini memiliki pengalaman panjang dan nama baik di tengah masyarakat. Faktor lain yang memperkuat daya saingnya adalah perlindungan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), lokasi yang strategis dekat pusat aktivitas ekonomi (Pasar Padang Luar), pelayanan prima dengan pendekatan jemput bola, serta produk-produk unggulan seperti tabungan tanpa administrasi dan margin kompetitif. PT. BPRS Carana Kiat Andalas juga menawarkan jasa non-perbankan dan menjalin kemitraan dengan Muhammadiyah untuk layanan sosial dan keagamaan seperti tabungan haji dan pengelolaan dana wakaf.

Namun demikian, terdapat sejumlah kelemahan internal yang harus diperbaiki. Kompetensi SDM masih perlu ditingkatkan, terutama dalam memahami praktik perbankan syariah secara mendalam. Selain itu, keterbatasan struktur modal membuat pembiayaan yang bisa disalurkan menjadi terbatas. Promosi yang tidak dilakukan secara rutin juga menjadi kendala dalam menarik nasabah baru, ditambah dengan teknologi yang masih terbatas sehingga menghambat optimalisasi pelayanan, meskipun sebagian sudah diatasi melalui kerja sama dengan bank umum.

Secara eksternal, PT. BPRS Carana Kiat Andalas memiliki peluang besar dengan dukungan demografis masyarakat Muslim dan adanya keterkaitan erat dengan jaringan Muhammadiyah yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan layanan keuangan syariah. Peluang lainnya berasal dari meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan non-tradisional seiring dengan pertumbuhan ekonomi, seperti jasa pembayaran tagihan dan pembiayaan kendaraan bermotor, yang sudah diakomodasi oleh bank melalui kemitraan dengan lembaga lain.

Di sisi lain, PT. BPRS Carana Kiat Andalas juga menghadapi sejumlah ancaman. Persaingan ketat dari berbagai lembaga keuangan lain, baik syariah maupun konvensional, serta kemunculan layanan mikro dari bank umum menyebabkan pangsa pasar semakin sempit. Selain itu, program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari pemerintah dengan tingkat bunga rendah menjadi

ancaman besar karena hanya diberikan kepada bank tertentu dan menyasar pasar mikro, yang juga merupakan sasaran utama PT. BPRS Carana Kiat Andalas. Persaingan margin yang semakin ketat di tingkat nasional pun menuntut BPRS ini untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi agar tetap kompetitif.

Tabel 1. Matrik Analisis SWOT

	<i>Strenghts (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	1. PT. BPRS Carana Kiat Andalas beroperasi secara sistem syariah 2. Bank pembiayaan rakyat syariah tertua di daerah Bukittinggi 3. Nama baik perusahaan 4. Dilindungi oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) 5. Lokasi yang strategis 6. Pelayanan Prima 7. Produk 8. Tingkat margin yang kompetitif 9. Melayani jasa selain transaksi perbankan 10. Menjaln kerjasama dengan pihak Muhammadiyah	1. Kompetensi SDM yang perlu ditingkatkan 2. Struktur modal yang dimiliki oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas belum mampu mencukupi akan permintaan pasar 3. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas belum dilakukan secara kontinu 4. Teknologi yang masih terbatas

Opportunities (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
1. Mayoritas masyarakat di daerah Bukittinggi beragama Islam 2. Paham Muhammadiyah yang kental di daerah Bukittinggi 3. Kebutuhan nasabah yang beragam karena perkembangan ekonomi yang semakin pesat	1. Strategi penetrasi pasar (S3, S4, S6, O3, O4) 2. Menambah jenis pelayanan (S2, S3, S6, S7, S9, O2, O4)	1. Meningkatkan kompetensi SDM (W1, O3, O4) 2. Meningkatkan jumlah modal (W2, O3, O4) 3. Strategi pelayanan universal (W3, O1, O3) 3. Meningkatkan kualitas teknologi (W4, O4) 4. Strategi diversifikasi (W2, O3, O4)
Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Terdapat banyaknya lembaga keuangan di daerah Pasar Padang Luar 2. Tingkat Margin yang ditawarkan oleh Bank Umum / Bank Umum Syariah 3. Unit Layanan mikro Bank Umum atau Bank Umum Syariah 4. Program Pembiayaan KUR oleh pemerintah	1. Strategi promosi (S3, S5, S6, T1, T2, T3, T4) 2. Melakukan upaya dalam meningkatkan loyalitas nasabah (S5, S6, T2, T3, T4) 3. Strategi harga (S6, S8, T2, T3, T4) 4. Strategi lokasi (S5, T1)	1. Strategi diferensiasi (W2, T2, T3)

Sumber: Olahan Penulis

3.2. Pembahasan

Dari hasil analisis matriks SWOT, PT. BPRS Carana Kiat Andalas dapat merumuskan beberapa alternatif strategi yang relevan dalam menghadapi persaingan di ranah lembaga keuangan mikro, khususnya di wilayah Pasar Padang Luar, Bukittinggi. Strategi Strengths-

Opportunities (SO) dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal (Pratama et al., 2023). Pertama, strategi penetrasi pasar dilakukan melalui pemanfaatan nama baik perusahaan, perlindungan dari LPS, kualitas produk yang baik, serta margin yang kompetitif. Dengan lokasi yang strategis dan kebutuhan nasabah yang semakin beragam, PT. BPRS Carana Kiat Andalas dapat meningkatkan jumlah nasabah dan pembiayaan melalui pendekatan seperti *cross selling* (Achta Pratama, 2022).

Kedua, strategi penambahan jenis pelayanan ditujukan untuk memperluas cakupan layanan, termasuk kerja sama dengan Amal Usaha Muhammadiyah dan institusi lain seperti PT Pos Indonesia, bank umum, dan lembaga pembiayaan, serta membuka potensi layanan baru seperti transaksi pembayaran online shop. Strategi Weaknesses-Opportunities (WO) berfokus pada pemanfaatan peluang untuk memperbaiki kelemahan internal. Pertama, peningkatan kompetensi SDM menjadi prioritas mengingat masih adanya pegawai yang belum berlatar belakang perbankan syariah. Pelatihan berkala dan evaluasi kinerja diperlukan guna meningkatkan mutu pelayanan (Muslim, Amdahurifky, et al., 2025). Kedua, peningkatan jumlah modal diperlukan untuk menjawab besarnya permintaan pasar terhadap pembiayaan. Hal ini dapat dilakukan dengan mendorong peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK).

Ketiga, strategi pelayanan universal diusulkan untuk merespons stigma bahwa bank syariah bersifat eksklusif. Dengan prinsip universal, adil, dan transparan, PT. BPRS Carana Kiat Andalas diharapkan dapat menarik nasabah dari berbagai latar belakang. Keempat, pengembangan kualitas teknologi juga menjadi fokus, termasuk digitalisasi layanan untuk merespons tren belanja daring masyarakat. Terakhir, strategi diversifikasi juga relevan untuk menjangkau peluang pasar digital, seperti penyediaan jasa pembayaran online shop (Pratama et al., 2025).

Strategi Strengths-Threats (ST) dimaksudkan untuk memanfaatkan kekuatan internal guna mengantisipasi ancaman eksternal. Pertama, strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan menjadi kunci untuk memperkuat daya saing di tengah kompetisi dengan lembaga keuangan makro. Promosi dilakukan melalui berbagai media agar produk dan layanan dikenal luas oleh masyarakat (Wahyuni et al., 2024). Kedua, peningkatan loyalitas nasabah dilakukan melalui pelayanan prima dan sistem jemput bola yang sudah terbukti meningkatkan kenyamanan nasabah. Ketiga, strategi harga dengan penerapan margin melalui musyawarah menjadikan PT. BPRS Carana Kiat Andalas fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan nasabah, serta lebih kompetitif dibanding pesaingnya. Keempat, kekuatan lokasi yang strategis di dekat pasar dan jalan raya juga menjadi keunggulan dalam menjangkau nasabah dan menghadapi ancaman dari lembaga keuangan lain (Wahyudi et al., 2024).

Strategi Weaknesses-Threats (WT) bertujuan untuk mengurangi kelemahan sekaligus menghindari ancaman. Strategi utama dalam kategori ini adalah strategi diferensiasi, khususnya dalam hal penetapan tingkat margin. Dengan pendekatan musyawarah bersama nasabah, PT. BPRS Carana Kiat Andalas dapat lebih memahami kebutuhan dan nilai yang diharapkan nasabah. Fleksibilitas ini berpotensi menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi dan bahkan dapat membentuk ceruk pasar tersendiri. Melalui strategi diferensiasi ini, bank mampu menawarkan nilai tambah yang unik dan sukar ditiru oleh lembaga keuangan lain, meskipun dalam kondisi persaingan yang ketat (Pratama & Giatman, 2021).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, PT. BPRS Carana Kiat Andalas telah menerapkan strategi bersaing berupa pelayanan prima kepada nasabah, respons cepat terhadap kebutuhan nasabah, serta penetapan tingkat margin yang kompetitif melalui musyawarah dengan calon nasabah. Hasil analisis SWOT menunjukkan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk menghadapi persaingan di sektor keuangan mikro maupun makro di Bukittinggi, antara lain: strategi SO berupa penetrasi pasar dan penambahan jenis layanan; strategi WO mencakup peningkatan kompetensi SDM, penambahan modal, penerapan pelayanan universal, peningkatan

kualitas teknologi, dan diversifikasi layanan; strategi ST meliputi promosi yang tepat dan berkelanjutan, peningkatan loyalitas nasabah, serta strategi penetapan harga; dan strategi WT berupa pemilihan lokasi yang strategis serta penerapan diferensiasi dalam tingkat margin.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar ruang lingkup kajian diperluas dengan membandingkan strategi bersaing antara beberapa BPRS di wilayah Sumatera Barat atau daerah lainnya, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang praktik terbaik dalam menghadapi persaingan di sektor keuangan mikro syariah. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed-method untuk mengukur efektivitas masing-masing strategi secara lebih terukur, misalnya melalui analisis kinerja keuangan atau tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, pengaruh transformasi digital dan perilaku nasabah digital terhadap strategi bersaing BPRS juga menjadi topik yang relevan untuk dikaji lebih mendalam dalam konteks perkembangan teknologi finansial (fintech) saat ini.

5. REFERENSI

- Achta Pratama, F. (2022). Analisis Peran Pendidikan Vokasi Dalam Pengembangan Industri Halal di Indonesia. *Risalah Iqtisadiyah: Journal of Sharia Economics*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.59107/ri.v1i1.22>
- Bundo, M., & Pratama, F. A. (2024). Analysis of Sharia-Based Hotels on Sustainable Tourism in West Sumatera Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 5(1), 173–191. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v5i1.7378>
- Efendi, E. C., & Mansur, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 3(1), 54–66. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2022.6.1.1555>
- Mariko, S., Prawira, A., & Nasfi. (2022). Sharia Bank Health Management Strategy (Study On PT. BPRS Carana Kiat Andalas). *International Journal of Indonesian Business Review*, 1(1), 61–69.
- Muslim, M., Amdahurifky, A., & Pratama, F. A. (2025). Pemberdayaan Remaja Masjid Melalui Peningkatan Kapasitas Leadership Dengan Metode Service-Learning Di Kecamatan Koto Tangah. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*. <https://doi.org/10.36841/integritas.v9i1.6224>
- Muslim, M., M. Wahyudi, Eka Putra, D., & Pratama, F. A. (2025). Optimasi Penjualan Produk Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM Halal Di Kecamatan Koto Tangah. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*. <https://doi.org/10.36841/integritas.v9i1.6246>
- Pratama, F. A. (2022). Relevansi Pengetahuan Dengan Pencegahan Covid-19 di Masyarakat. *Jurnal Ekologi, Masyarakat Dan Sains*, 3(1), 21–26. <https://doi.org/10.55448/ems.v3i1.41>
- Pratama, F. A., & Effendi, H. (2021). E-Learning Berbasis Wordpress Sebagai Alternatif Media Pembelajaran. 4(3), 466–475. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jp2.v4i3.41534>
- Pratama, F. A., & Giatman, M. (2021). Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Kompetensi Guru. 7(1), 35–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/jk.v1i1.530>
- Pratama, F. A., Wahyudi, M., Eka Putra, D., Muslim, M., & Effendi, H. (2023). Analysis of the Role of Vocational Education for the Halal Tourism Development in Indonesia. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 6053–6068. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v7i2.7585>
- Pratama, F. A., Yufa, N. A., & Abimayu, M. F. (2025). PENGEMBANGAN E-LEARNING BERBASIS SPIRITUAL UNTUK PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(1), 210–219. <https://doi.org/https://doi.org/10.53429/jdes.v12i1.1355>
- Safitri, D., & Pratama, A. R. (2022). Analisis Strategi Personal Selling pada Produk Funding di PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Cabang Payakumbuh. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 1(4), 244–259.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2019th ed.). Alfabeta.

- Wahyudi, M., Fitri, R., Pratama, F. A., & Febrianto, R. (2024). The Sound Changes in the Minangkabau Language Spoken by Padangâ€™s Ethnic Chinese. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 5(1), 164–169. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v5i1.1106>
- Wahyuni, H., Rilianti, F. Y., Afiatika, A., Isyrahlia, Pratama, F. A., & M. Wahyudi. (2024). The Influence Of Social Media On Waqf Funding In BPW Ar Risalah. *RISALAH IQTISADIIYAH: Journal of Sharia Economics*, 3(1), 18–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.59107/ri.v3i1.67>