



# **ANALISIS PEMASARAN KREDIT LUNAK BERBASIS *FINANCIAL TECHNOLOGY* BUMDES RIDAN**

**Samsurijal Hasan\*, Risqon Jamil Farhas,  
Nany Librianty**

[samsurijal@universitaspahlawan.ac.id\\*](mailto:samsurijal@universitaspahlawan.ac.id)

**Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai**

Jalan Tuanku Tambusai, 28411

Kabupaten Kampar, Provinsi Riau

Indonesia

*Received Date* : 03.03.2022

*Revised Date* : 24.06.2022

*Accepted Date* : 27.06.2022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA  
BANDUNG

### **ABSTRACT**

*This research was motivated by the difficulty of applying for soft credit loans directly in the last two years due to the adjustment of the digital-based loan mechanism in the village-owned business entity Ridan Permai. This study aims to analyze the marketing management of soft credit based on financial technology which is carried out by a business entity owned by the village of Ridan Permai. The research method used is a qualitative descriptive method. The number of respondents in this study amounted to 20 people. The number of respondents represents only one neighborhood unit. The results show that the marketing management of soft credit based on financial technology needs more companions and more intense socialization. The contribution of the results of this research provides additional knowledge and skills of the community when using financial applications when applying for soft loans to develop their respective businesses. have to queue when applying for a loan.*

**Keywords : Bumdes, Credit, Financial technology, Management, Marketing**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan sulitnya mengajukan pinjaman kredit lunak secara langsung dalam dua tahun terakhir akibat penyesuaian mekanisme pinjaman berbasis digital di badan usaha milik desa Ridan Permai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen pemasaran kredit lunak berbasis financial technology yang dilakukan oleh badan usaha milik desa Ridan Permai. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 20 orang. Jumlah responden mewakili satu rukun tetangga saja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran kredit lunak berbasis financial technology ini perlu pendamping yang lebih banyak dan sosialisasi yang harus lebih intens. Kontribusi hasil riset ini memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan masyarakat saat menggunakan aplikasi financial saat mengajukan kredit lunak mereka untuk mengembangkan usahanya masing-masing, melalui pengajuan kredit lunak berbasis financial technology yang disediakan oleh badan usaha milik desa ini, masyarakat juga bisa menghemat waktu karena mereka tidak harus mengantri saat pengajuan pinjaman.

**Kata Kunci : Bumdes, Financial technology, Kredit, Manajemen, Pemasaran**

## PENDAHULUAN

Pemasaran kredit lunak merupakan salah satu pemasaran yang dilakukan untuk mensosialisasikan suatu produk dengan harapan mendapatkan pelanggan berkaitan dengan produk kredit yang bisa dibayar secara ringan (Amir & Abijono, 2018). *Financial technology* merupakan inovasi teknologi dalam layanan transaksi keuangan. Teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru dan berdampak pada efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan pembayaran (Narastri & Kafabih, 2020).

Penelitian-penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa pemasaran kredit lunak berbasis *Financial Technology (Fintech)* sangat efektif dan mulai populer dari tahun 2019 (Ansori, 2019). Penggunaan aplikasi-aplikasi ini bertambah pesat dengan berkembangnya wabah di seluruh negeri. Penggunaan *Fintech* perlu dipelajari oleh calon pengguna agar tidak terdapat kesalahan saat menggunakannya (Leong & Sung, 2018). Penelitian lain juga mendeskripsikan betapa pentingnya *Fintech* pada zaman saat ini kedepan, alasan keefektifan dan kepraktisan yang dirasakan sangat memangkas waktu dan tenaga calon debitur (Li & Xu, 2021).

*Fintech* juga harus dipayungi hukum (Rahmayani, 2018). Perusahaan-perusahaan berbasis *Fintech* harus berlandaskan hukum agar hak-hak konsumen terlindungi dengan baik. Trend *Fintech* harus bisa menjawab tantangan masa depan bagi implementasi *Fintech* untuk kepentingan masyarakat luas (Andari, A. et al., 2020).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan sulitnya mengajukan pinjaman kredit lunak secara langsung dalam dua tahun terakhir akibat penyesuaian mekanisme pinjaman berbasis digital di Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Ridan Permai. Peralihan mekanisme pinjaman yang semula *offline* menuju *online* mau tidak mau harus dilakukan dikarenakan adanya pembatasan aktivitas manusia akibat wabah covid-19 dan semakin cepatnya teknologi berkembang. Perkembangan teknologi ini harus segera diimbangi juga oleh masyarakat (BRI, 2019). Hal inilah yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan.

Bentuk implementasi *Fintech* Bumdes Ridan Permai dalam memperluas akses masyarakat terhadap produk Bumdes adalah dengan menerapkan strategi pemasaran kredit lunak melalui *fintech* dan strategi pemasaran *online*. Usaha yang dilakukan dengan membuat *digital kredit*. *Digital kredit* adalah pemberian kredit melalui aplikasi. Bumdes Ridan Permai bekerjasama dengan salah satu *fintech* untuk layanan digital kredit (Mandiri, 2020). Implementasi *Fintech* pada Bumdes inilah yang menjadi kebaruan penelitian ini, karena penelitian-penelitian sebelumnya hanya menjelaskan implementasi *Fintech* pada perusahaan-perusahaan berskala menengah dan besar.

Bumdes pada era disrupsi teknologi ini harus memiliki keunggulan. Salah satu keunggulan yang bisa dilakukan adalah dengan mengembangkan manajemen pemasaran kredit lunak berbasis teknologi digital. Layanan pada masyarakat ini berupa edukasi akan keterampilan menggunakan aplikasi saat mengajukan kredit di Bumdes. Transformasi menuju layanan digital ini merupakan keharusan guna menghadapi tantangan bukan saja untuk Bumdes, namun juga dilakukan oleh bank-bank dan lembaga-lembaga keuangan lainnya (BNI, 2018).

Laporan-laporan tahunan dari berbagai bank sebelumnya jelas menunjukkan akan pentingnya beradaptasi dengan cepat menghadapi perubahan. Cepatnya perubahan teknologi harus cepat juga diimbangi oleh masyarakat penggunaannya. Namun, yang menjadi kekhawatiran peneliti adalah belum adanya penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas bagaimana manajemen pemasaran kredit berbasis *fintech* ini terutama pemasaran kredit lunak yang dilakukan oleh Bumdes. Bumdes yang memiliki dana pengembangan desa yang cukup besar selama ini masih berbentuk konvensional. Kekhawatiran lainnya adalah bagaimana manajemen pemasarannya. Telah banyak masyarakat yang terjerumus pinjaman *online* tanpa edukasi dan bunga yang tinggi.

Kebaruan penelitian ini adalah menganalisis manajemen pemasaran kredit lunak yang dilakukan oleh Bumdes Ridan Permai dalam rangka sosialisasi *fintech* yang dimilikinya. Aplikasi *fintech* ini merupakan hal baru bagi masyarakat dan perlu edukasi didalamnya, jangan sampai masyarakat terjerumus oleh aplikasi-aplikasi pinjaman *online* yang mudah saat pengajuan kreditnya namun sebenarnya mereka merupakan lintah darat yang menjerat masyarakat.

Berdasarkan laporan tahunan BNI (2017), pinjaman kredit yang diajukan masyarakat tumbuh sekitar 12,2% setiap tahunnya, dan ini berarti pinjaman kredit masyarakat tumbuh sekitar 61% di tahun 2020an dan akan semakin meningkat lagi disebabkan oleh situasi pandemi. Fenomena pinjaman-pinjaman *online* yang marak diberbagai media menjadi banyak bukti bahwa pemasaran kredit ini harus benar-benar dilakukan edukasi agar masyarakat tidak terjebak didalamnya. Masyarakat dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang benar-benar membutuhkan tambahan modal bagi usahanya menjadi sulit dikarenakan oleh masyarakat yang bersifat konsumtif. Padahal, akselerasi pertumbuhan UMKM melalui digitalisasi layanan perbankan dan non perbankan yang resmi dapat mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat (BRI, 2018; TNP2K, 2021).

UMKM adalah unsur penting dalam ekonomi rakyat (Firdausy, C. et al., 2019). UMKM yang strategi pemasarannya masih konvensional/*offline* harus segera bertransformasi ke pemasaran *online* (Pegadaian, 2019).

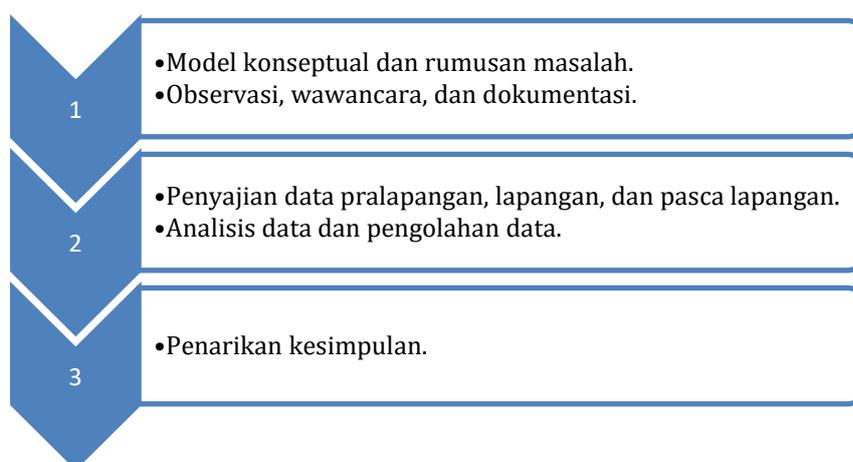
Manajemen pemasaran kredit lunak yang dilakukan oleh Bumdes Ridan Permai harus mempermudah masyarakat. Pemasaran tersebut harus terus berinovasi guna menghadapi era baru yang semakin tidak pasti (Dwitama, B., 2021). Era baru harus terus menerus melakukan pembenahan agar dapat

meningkatkan pemasukan dan efektivitas keuangan masyarakat (Pegadaian, 2018).

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif studi kasus (Creswell, J. & Creswell, J., 2018). Penelitian ini mengungkap suatu analisis pemasaran kredit lunak berbasis Fintech di sebuah Bumdes. Rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana analisis pemasaran kredit lunak berbasis Fintech di Bumdes Ridan?”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemasaran kredit lunak berbasis Fintech di Bumdes Ridan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan penelitian kualitatif studi kasus (Creswell, J. & Creswell, J., 2018). Secara terminologis, penelitian kualitatif menurut Leavy (2017) merupakan penelitian berupa kata-kata dari pelaku yang diamati. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi, metode wawancara, dan dokumentasi. Observasi berupa observasi non-partisipan. Observasi digunakan untuk mengumpulkan data strategi pemasaran kredit lunak yang dilakukan Bumdes Ridan Permai. Teknik interview yang digunakan interview bebas dan terpimpin. Informannya sebagai berikut: para warga calon peminjam, ketua Rukun Tetangga (RT), dan ketua Rukun Warga (RW). Peneliti mengumpulkan data yang akurat mengenai manajemen pemasaran kredit lunak Bumdes Ridan Permai dan melalui wawancara mengenai pemasaran kredit lunak berbasis *Fintech* oleh Bumdes Ridan Permai. Data dianalisis tiga tahap, yaitu pralapangan, lapangan, dan pasca lapangan. Peneliti menganalisis tentang bagaimana cara Bumdes Ridan Permai mengimplementasikan manajemen pemasaran kredit lunaknya yang berbasis *Fintech*. Pengolahan data yang dilakukan reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Langkah-langkah penelitiannya ditampilkan pada gambar 1.



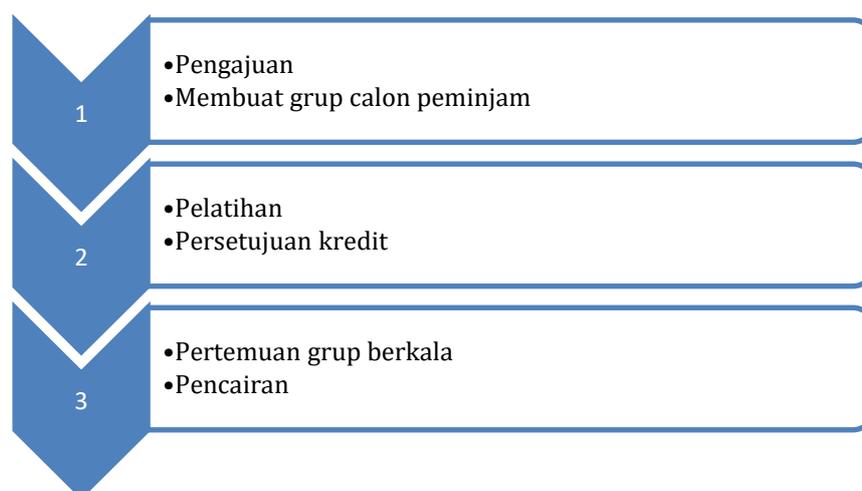
Sumber: Witarsa, 2022)

**Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian  
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana analisis pemasaran kredit lunak berbasis *Fintech* di Bumdes Ridan?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemasaran kredit lunak berbasis *Fintech* di Bumdes Ridan. Berikut dipaparkan uraian hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemasaran kredit lunak berbasis *Fintech* Bumdes Ridan Permai:

### **Proses Penyaluran Kredit yang Dilakukan**

Proses penyaluran kredit yang dilakukan digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. Proses Penyaluran Kredit**

Proses penyaluran kredit yang dilakukan Bumdes Ridan secara garis besar meliputi tiga tahap. Setiap tahapnya terdapat dua kegiatan yang harus dilalui para calon peminjam. Apabila dua kegiatan setiap tahapnya tidak diikuti, maka tidak akan terjadi pencairan. Para calon peminjam harus disiplin mengikuti setiap tahapan yang dilakukan oleh Bumdes Ridan. Proses penyaluran kredit ini secara garis besar sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Leong & Sung (2018) bahwa proses bagaimana kredit itu disalurkan harus memudahkan dan dapat memberikan nilai lebih bagi penggunanya.

### **Hubungan *Fintech* dalam Penyaluran Kredit Lunak**

Kegiatan operasionalnya, penyaluran kredit lunak berbasis *fintech* desa Ridan Permai tidak seluruhnya *online*. Pemasarannya *offline* dan *online* untuk membantu pemberian kredit Bumdes Ridan Permai dengan warga calon peminjam kredit menggunakan internet. Prosedur penyaluran kredit dilakukan dua tahap, yaitu pengajuan dan pencairan. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Li & Xu (2021) bahwa *Fintech* memerlukan studi secara langsung untuk mensinkronkan *online* dan *offline*.

Tahap proses pengajuan kredit berfokus pada warga yang berada di salah satu RT desa Ridan Permai yang belum tersentuh oleh bank. Pemasaran kredit Bumdes Ridan Permai mencari UMKM atau warga yang ingin didanai.

Tim pemasaran kredit ini bertugas membantu warga dengan *fintech* Bumdes Ridan Permai. Tim pemasaran kredit membantu warga saat masuk ke aplikasi kredit lunak. Tim ini membantu secara utuh mulai dari tahap satu pengajuan sampai dengan tahap tiga pencairan.

Proses pengajuan kredit dilakukan tiga tahap, yaitu membuat grup calon peminjam, persetujuan kredit, dan pertemuan grup berkala. Calon-calun membentuk kelompok. Jumlah anggota grup maksimal 20 orang. Hal ini dilakukan agar mudah mengkoordinirnya. Para anggota grup wajib mengikuti pelatihan. Persetujuan kredit dilakukan setelah pelatihan. Pertemuan grup berkala dilakukan setelah proses persetujuan kredit. Para peminjam wajib ikut pertemuan berkala. Pertemuan berkala ini dilakukan setiap minggu untuk memantau usaha dari para peminjam. Pencairan dana dilakukan setelah analisis dan review.

### ***Resiko Analisis Kredit Lunak***

Resiko analisis kredit lunak adalah salah dalam pemberian skor calon peminjam. Apabila tim pemasaran salah menilai, maka akan terjadi kredit macet. Tim penilai harus benar-benar jeli dalam hal ini. Berbagai cara dan pengalaman tim bisa dijadikan cermin untuk dapat menentukan mana warga yang berhak dan mampu serta mana warga yang tidak layak. Tim perlu disiplin saat proses penilaian dan pemilihan calon peminjam. Bumdes Ridan Permai melalui dua tahap yaitu proses pemilihan calon peminjam dan penilaian skor kredit.

Proses pemilihan calon peminjam yang dilakukan Bumdes Ridan Permai adalah para pengusaha mikro di desa Ridan Permai. Analisis yang dilakukan tim pemasaran kredit lunak desa Ridan Permai menggunakan perpaduan antara *fintech* dan tim lapangan pemasaran kredit lunak. *Fintech* digunakan untuk analisis digital dan bisa mendeteksi warga calon peminjam dalam kelengkapan administrasi dan *track record* peminjaman. Apabila ditemukan keganjalan pada aplikasi, maka tim tidak akan melanjutkan proses selanjutnya bagi calon peminjam tersebut. Pengalaman tim membuktikan bahwa apabila pada aplikasi terdapat kendala, maka dipastikan calon peminjam tersebut bermasalah.

Penilaian skor kredit yang dilakukan oleh tim pemasaran kredit lunak Bumdes Ridan Permai diterapkan dalam menyeleksi calon peminjam. Langkah meminimalisir resiko terjadinya kredit macet, maka Bumdes Ridan Permai melakukan kredit kelompok sistem tanggung renteng. Sistem ini ditunjukkan dengan membuat grup calon peminjam. Tujuan dibentuknya grup ini salahsatunya bisa memberikan masukan pada tim penilai apabila dalam satu grup tersebut terdapat warga calon peminjam yang dikenal tidak bertanggungjawab dan atau bermasalah sebelumnya. Warga akan memberikan masukan terhadap warga yang dikenal tidak bertanggungjawab terhadap pinjamannya. Warga akan melaporkan hal ini karena apabila diteruskan, maka warga tersebut akan juga menanggung resikonya. Itulah kelebihan sistem tanggung renteng.

Pelatihan diharapkan dapat membantu kapasitas suatu usaha. Hal ini sesuai yang dikemukakan Widyaningsih (2018) yang menyatakan bahwa penyaluran kredit harus melewati berbagai proses. Persyaratan kredit tidak rumit, sehingga menjadi solusi bagi UMKM. Hal ini sesuai dengan Oktavianus (2018) yang menjelaskan bahwa kredit bagi UMKM pada suatu perbankan cukup rumit pengajuannya yang membutuhkan syarat yang sah. Masih banyaknya para peminjam belum punya rekening di bank sesuai dengan pendapat Ilahi et al. (2020) bahwa kendala yang dihadapi dalam menghadapi *fintech* adalah dari segi adaptasi dan sosialisasi terhadap sebuah perubahan. Jumlah nasabah yang sangat banyak yang tersebar di perkotaan hingga pelosok desa.

Pengambilan foto rumah saat wawancara pemberian kredit lunak sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Widayanti, R. & Oktafia (2021) bahwa strategi pemasaran dan sosialisasi pemberian kredit melalui aplikasi harus benar agar kepercayaan warga Ridan Permai yang rendah dapat ditingkatkan dan terealisasi sesuai yang diinginkan. Skor dilakukan kepada calon peminjam ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Rusydiana, A. (2018) bahwa kemampuan untuk mengelola di jaman big data memerlukan aktor pengembangan *fintech*, sejauh mana kredit dapat dipertanggungjawabkan dan memenuhi standar kredit. Sistem tanggung renteng menurut Irmawati et al. (2013) berpendapat bahwa sistem tersebut cocok untuk UMKM karena bunga rendah atau lunak dan KUR dapat meminimalkan resiko kredit yang bermasalah.

## **KESIMPULAN**

Manajemen pemasaran kredit lunak berbasis *fintech* ini perlu pendamping tim pemasaran yang lebih banyak dan sosialisasi yang harus lebih intens. Kontribusi hasil riset ini memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan masyarakat saat menggunakan aplikasi financial dalam mengajukan kredit lunak mereka untuk mengembangkan usahanya masing-masing, melalui pengajuan kredit lunak berbasis *fintech* yang disediakan oleh badan usaha milik desa ini, masyarakat juga bisa menghemat waktu karena mereka tidak harus mengantri saat pengajuan pinjaman. Strategi pemasaran kredit lunak harus diupayakan lebih maksimal dikarenakan masyarakat tidak tahu Bumdes digital kredit. Strategi-strategi yang dilakukan harus menumbuhkan masyarakat untuk meminjam di Bumdes. Masyarakat akan membutuhkan modal untuk mengembangkan UMKMinya. Perlu strategi khusus agar masyarakat tertarik untuk mengembangkan Bumdes secara bersama-sama.

## **REKOMENDASI**

Strategi pemasaran yang tepat untuk masyarakat bisa dilakukan dengan digitalisasi dan memprioritaskan prinsip-prinsip ekonomi berkelanjutan dan bisa merambah area pemasaran yang lebih luas lagi. Bagi pengurus Bumdes diharapkan dapat menambah tim pemasaran dan tim

pendamping yang berkelanjutan guna menjawab keterbatasan penelitian yang hanya mencakup satu rukun tetangga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amir, S., & Abijono, H. (2018). Penerapan Data Mining untuk Mendukung Pemasaran Produk Pinjaman Bank. *Jurnal Cahaya Tech*, 7(02), 161–181.
- Andari, A., A., Aalin, E., R., & Putranti, E. (2020). Financial Technology Trend: The Analysis of Forwardness Society Implementing of Financial Technology at Kediri. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(3), 265–271.
- Ansori, M. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31–45.
- BNI. (2017). *Memperkokoh Keunggulan Kompetitif*.
- BNI. (2018). *Beradaptasi dengan Cepat Menghadapi Perubahan*.
- BRI. (2018). *Akselerasi Pertumbuhan UMKM melalui Digitalisasi Layanan Perbankan untuk Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*.
- BRI. (2019). *Tak Pernah Berhenti Menumbuhkembangkan dan Memberdayakan yang Kecil Menjadi Semakin Berarti Bagi Negeri*.
- Creswell, J., W., & Creswell, J., D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (H. Salmon (ed.)). SAGE Publications, Inc.
- Dwitama, B., S. (2021). *Analisis Strategi Promosi Produk Pinjaman Usaha pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BUMdes Idaman Desa Purwodadi Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Firdausy, C., M., Suryana, A., Nugroho, R., & Suhartoko, Y., B. (2019). Revolusi Industri 4.0 dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. In M. Firdausy, C., A. Suryana, R. Nugroho, & B. Suhartoko, Y. (Eds.), *Prosiding Seminar Nasional Bagian I Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* (pp. 1–222). Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- Ilahi, R., Tanjung, A., R., & Basri, Y., M. (2020). Analisis Strategi PT Bank BRI Tbk dalam Menghadapi Financial Teknologi. *Jurnal Akutansi*, 9(1), 90–102.
- Irmawati, S., Damelia, D., & Puspita, D., W. (2013). Model Inklusi Keuangan pada UMKM berbasis Pedesaan. *JEJAK: Journal of Economics and Policy*, 6(2), 152–162. <https://doi.org/10.15294/jejak.v7i1.3596>
- Leavy, P. (2017). *Research Design Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. The Guilford Press.
- Leong, K., & Sung, A. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>

- Li, B., & Xu, Z. (2021). Insights into Financial Technology (FinTech): a Bibliometric and Visual Study. *Financial Innovation Journal*, 7(69), 1–28. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00285-7>
- Mandiri. (2020). *Integrasi dan Kolaborasi melalui Digitalisasi Berkelanjutan*.
- Narastri, M., & Kafabih, A. (2020). Financial Technology (Fintech) di Indonesia ditinjau dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 2(2), 155–170.
- Oktavianus, Y. (2018). Strategi Pemasaran Produk Kredit Perbankan. *Jurnal Perbankan*, 1(1), 1–10.
- Pegadaian. (2018). *Menuju Peran Baru*.
- Pegadaian. (2019). *Digitalisme*.
- Rahmayani, N. (2018). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology di Indonesia. *Pagaruyuang Law Journal*, 2(1), 24–41.
- Rusydiana, A., S. (2018). Bagaimana Mengembangkan Industri Fintech Syariah di Indonesia? Pendekatan Interpretive Structural Model (ISM). *Jurnal Al-Muzara'ah*, 6(2), 117–128. <https://doi.org/10.29244/jam.6.2.117-128>
- TNP2K. (2021). *Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* (S. Hadi (ed.); Pertama). TNP2K.
- Widayanti, R., E., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Online pada Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) “Sukses Bersama” Besa Sugihwaras Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 242–252.
- Widyaningsih, N. (2018). Analisis Mitigasi Resiko Financial Technology Peer to Peer Lending dalam Penyaluran Kredit terhadap UMKM di Indonesia (Studi Kasus pada PT. Amarta Mikro Fintek). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Perbankan*, 1(1), 1–14.
- Witarsa, R. (2022). *Penelitian Pendidikan* (M. Lanjarwati (ed.); Pertama). Deepublish Publisher.