

PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat)

Ahmad Nurrohman¹, Jawoto Nusantoro², Elmira Febri Darmayanti³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Metro, Metro, Indonesia

e-mail: ahmadnurrohman222@gmail.com¹

Jawoto@gmail.com²

efdarmayanti@gmail.com³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh financial technology dan media sosial terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian ini adalah UMKM yang berada di Metro Barat. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji persyaratan instrument, uji asumsi klasik dan uji Hipotesis. Data pada penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) financial technology berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat. 2) media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat.

Kata kunci: Financial technology, Media sosial, Perkembangan UMKM

Abstract

The aim of this research is to examine the influence of financial technology and social media on the development of MSMEs in West Metro. This research uses quantitative methods. The object of this research is MSMEs in West Metro. Data collection techniques include distributing questionnaires or questionnaires. The sampling technique uses purposive sampling. The data analysis technique in this research uses descriptive statistics, instrument requirements testing, classical assumption testing and hypothesis testing. The data in this research was processed using the SPSS version 25.0 application. The results of this research show that 1) financial technology has a significant influence on the development of MSMEs in West Metro. 2) social media influences the development of MSMEs in West Metro.

Keywords: Financial technology, Social media, MSME development



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Di tengah masa pandemi saat ini aktivitas Masyarakat diluar ruangan cenderung berkurang dan membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami penurunan pendapatan. Mereka mulai merasa kesulitan memenuhi kebutuhan operasional produksi karena omset yang didapat tidak sesuai dengan yang diharapkan bahkan ada sebagian pelaku UMKM yang berada di ambang kritis dan rugi. Masalah yang dihadapi UMKM saat ini adalah pemasaran dan sumber modal. "Pemasaran menggunakan metode konvensional memerlukan biaya yang tinggi, misalnya mengikuti pameran, pembuatan dan penyebaran brosur, membuka cabang baru. Sedangkan untuk mendapatkan penambahan modal UMKM memerlukan cara dan waktu yang relatif sulit, modal sendiri, pinjaman perbankan, penggabungan modal"(jackie ambadar,2013).

Pada saat ini pemanfaatan teknologi banyak digunakan perusahaan dan individu untuk mengembangkan bisnis, yaitu teknologi informasi yang berbasis jaringan sosial dan teknologi berbasis finansial banyak di manfaatkan untuk mengembangkan bisnis, media sosial yang menjadi tren untuk mengekspresikan diri menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk sebagai media promosi bisnis. Media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan whatsapp, saat ini banyak digunakan untuk media bisnis, baik untuk produk yang sudah ternama ataupun produk baru, dengan media sosial memberikan efisiensi anggaran pemasaran, media sosial memiliki jangkauan yang luas, biaya murah dan akses yang mudah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang menawarkan berbagai macam produk menggunakan media sosial (Arif Ardiyanto, 2011). Fintech merupakan suatu bentuk inovasi penting dalam industri keuangan yang berkembang dengan cepat, didorong oleh pemerataan ekonomi, regulasi yang menguntungkan, dan teknologi informasi. (Astir Rumondang, Acai Sudirman, Faried Effendi, Janner Simarmata, Tutiagustin, :2019)

Sedangkan financial technology (FINTECH) bagi pelaku usaha dapat dijadikan sebagai sumber pendanaan untuk usahanya (wikipedia/inklusi_keuangan) media sosial terdiri dari tiga bagian instruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusi isi media, isinya dapat berupa pesan pribadi, berita, gagasan, produk-produk dan budaya yang berbentuk digital, kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media tersebut yaitu individu, organisasi dan industri (P.N. Howard dan M.R. parks 2012) media sosial merupakan media yang digunakan konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara dan video baik dengan orang lain maupun perusahaan dan sebaliknya. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2016) Sedangkan menurut Chirs Borgan (2013) media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Dan fintech menurut National Digital Research Centre (NDRC) istilah yang dapat digunakan untuk menyebut inovasi dalam bidang jasa keuangan dan finansial. Sedangkan menurut Bank Indonesia (BI) fintech merupakan gabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang dapat mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern.

Media sosial memang sangat diminati pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, media sosial mempunyai peran yang besar dalam melakukan promosi dan masyarakat lebih cepat mendapatkan informasi lewat media sosial. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produk karena cakupan media sosial yang sangat luas dan tidak ada batas waktu dan wilayah, sehingga dapat menjadi media pemasaran yang efektif. Sedangkan fintech bisa menjadi alternatif masyarakat atau pelaku usaha untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara yang cepat karena startup-startup dari fintech memberikan kemudahan bagi pelangganya untuk melakukan pengajuan pinjaman.

Oleh karena itu media sosial dan Fintech dapat di jadikan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnisnya khususnya dalam hal promosi penjualan dan penambahan modal untuk usahanya. Dan saat ini banyak media sosial dan startup fintech untuk melakukan promosi dan pinjaman modal, dan memang saat ini banyak individu memanfaatkan media sosial untuk menjadi lahan untuk menjual produknya secara online. Pemanfaatan media sosial dan fintech memang dapat memberikan kemudahan untuk proses promosi penjualan dan pendanaan untuk pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dengan meminimalkan biaya serta mengembangkan produknya namun untuk melakukan hal tersebut harus dengan keseriusan dan memanfaatkan waktu yang lebih atau insentifitas untuk mengelola pemasaran, kebanyakan UMKM kurang maksimal menggunakan media sosial tersebut. dan pelaku UMKM secara hati-hati memilih startup fintech yang akan dipilih untuk mendapatkan tambahan modal

usahanya, contohnya pelaku UMKM hanya menggunakan satu platform media sosial saja untuk melakukan promosi.

Akan tetapi masih banyak juga pelaku UMKM yang belum memahami akan manfaat dari startup fintech dan media sosial untuk memasarkan produk dan mengembangkan produknya. Mereka masih memasarkan produknya secara konvensional atau menawarkan produknya secara langsung ke konsumen yang merupakan cakupan yang masih kecil. Kebanyakan adalah pelaku usaha dikalangan orangtua yang belum mengetahui tentang pemasaran online.

Berdasarkan data yang di peroleh kementerian koperasi dan UKM hingga bulan Juni 2020, ada beberapa masalah yang dihadapi pelaku UMKM yaitu penjualan UMKM menurun 22%, distribusi terhambat sebesar 20%, dan permodalan sebesar 19%. Hal tersebut dikarenakan dampak dari pandemi covid- 19 karena penurunan ekonomi tersebut pemerintah membuat program percepatan pemulihan ekonomi nasional (PEN) dalam hal ini pemerintah memberikan dua program untuk membantu UMKM, yang pertama pemerintah memberikan bantuan kepada UMKM dan yang kedua pemerintah memberikan kredit usaha berbunga rendah. Program ini di fokuskan untuk menjaga pertumbuhan ekonomi dan menjaga lapangan kerja di masyarakat (kompas.com). akibat dari dampak pandemi covid-19 menurut Kepala Dinas (Kadis) koperasi, UMKM dan Perindustrian, Siti Aisyah, akibat pandemi selama setahun belakangan ini telah menurunkan aktifitas ekonomi masyarakat, terjadi penurunan permintaan dan penjualan, kesulitan modal usaha dan lain sebagainya. (info.metrokota.go.id)

Selfi Naharani Wahdi selaku Ketua tim penggerak PKK Kota Metro melakukan mapping di Metro Barat melihat apa masalah yang dihadapi UMKM selama masa pandemi covid-19 untuk dievaluasi kendala-kendala yang terjadi untuk mencari solusi dan membantu usaha tersebut, mayoritas masalah yang dihadapi adalah pemasaran dan modal yang terbatas (situslampung.com). kurangnya pemahaman pelaku UMKM akan manfaat media sosial. Masih banyak pelaku UMKM yang enggan menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan produknya. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan mereka dalam marketing online, sehingga dalam mengelola bisnis masih belum maksimal. di Kota Metro sendiri tercatat per 2019 terdapat 8211 UMKM. Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin melakukan meneliti sebuah masalah dengan judul "Pengaruh Fintech dan Media Sosial Terhadap Perkembangan usaha, mikro, kecil, menengah, (UMKM) di Metro Barat yaitu kami akan pusatkan penelitian seberapa berpengaruhnya fintech dan media sosial terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat, Kabupaten Metro, provinsi Lampung.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan. Jenis penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh fintech dan media sosial terhadap perkembangan UMKM kota Metro Barat. Berdasarkan hubungan variabel yang diteliti, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian bagian dan fenomena serta hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif mengembangkan dan menggunakan model model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

HASIL DAN PEMBAHASAN**A. Hasil Penelitian****a. Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 1. Hasil Uji Koefisiensi Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	26,125	3,948		6,618	0,000
	Fintech	0,174	0,084	0,231	2,082	0,040
	Media sosial	0,224	0,078	0,319	2,874	0,005

Berdasarkan data pada tabel adalah hasil nilai dari *coeficients* dalam penelitian ini untuk melihat persamaan regresi linear berganda. Persamaan regresi linear berganda dapat di jelaskan sebagai berikut:

$$Y = 26,125 + 0,174 (X_1) + 0,224 (X_2)$$

Dengan demikian dapat diartikan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 26,125 menunjukkan bahwa jika fintech dan media sosial tidak ada atau bernilai nol maka nilai perkembangan UMKM sebesar 26,125.
2. Nilai koefisiensi fintech sebesar 0,174 menunjukkan bahwa jika nilai fintech naik satu satuan maka nilai perkembangan UMKM juga akan naik sebesar 0,174.
3. Nilai koefisiensi media sosial sebesar 0,224 menunjukkan bahwa jika nilai media sosial naik sebesar satu satuan maka nilai perkembangan UMKM juga akan naik sebesar 0,224

Uji t

Tabel 2. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,125	3,948		6,618	0,000
	Fintech	0,174	0,084	0,231	2,082	0,040
	media sosial	0,224	0,078	0,319	2,874	0,005

Berdasarkan tabel 2 disimpulkan dapat disimpulkan mengenai hasil uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} variabel fintech sebesar 2,082, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,082 > 1,986$)

)dengan tingkat signifikansi sebesar $0,04 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa fintech berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UMKM

2. BNilai t_{hitung} variabel media sosial sebesar 2,874, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,874 > 1,986$) dengan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H_a di terima dan H_0 di tolak. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Uji Simultan (F)

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (F)

Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	sig
1	Regression	525,311	2	262,655	13,72	.000b
	Residual	1703,559	89	19,141		
	Total	2228,870	91			

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 13,722 dan F_{tabel} sebesar 3,098 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,722 > 3,098$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas (fintech dan media sosial) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.485 ^a	0,236	0,219	4,375

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,236. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fintech dan media sosial dapat mempengaruhi perkembangan UMKM sebesar 24% sedangkan sisanya sebesar 76% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga akan di jelaskan secara terperinci mengenai pengaruh masing-masing variabel pada pembahasan dibawah ini.

1. Pengaruh fintech terhadap perkembangan UMKM

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil variabel fintech berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis uji t untuk variabel fintech diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,082 > 1,986$) dengan tingkat signifikansi menggunakan alpha 5% dimana nilai signifikan yang di peroleh sebesar $0,04 < 0,05$. Hasil hasil ini mendukung bahwa H_a diterima, yaitu bahwa fintech berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal

ini menunjukkan bahwa dengan hadirnya fintech dapat membantu para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya.

Fintech merupakan suatu inovasi dalam hal jasa keuangan atau finansial. Inovasi tersebut merupakan inovasi finansial yang diberikan sentuhan teknologi modern untuk mempertajam, mengubah, mempercepat aspek pelayanan keuangan. Kemajuan teknologi mendorong perkembangan fintech di lembaga keuangan untuk meningkatkan fitur-fitur layanannya. Peningkatan tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha untuk mempermudah menjalankan usahanya. Diharapkan dengan adanya fintech dapat membarikan kontribusi dalam hal perkembangan UMKM baik dalam hal pembiayaan maupun dalam hal proses pembayaran berbasis digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Irma Musdalifa, Inayah Aulia Rahma, Bela Gita Novalia (2018) kehadiran fintech turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM, tidak hanya dalam hal pembiayaan usaha akan tetapi dalam aspek dalam pembayaran digital, pengaturan keuangan.

2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil variabel media sosial berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis uji t untuk variabel media sosial di peroleh thitung > ttabel ($2,874 > 1,986$) dengan tingkat signifikansi menggunakan alpha 5% dimana nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$, maka H_0 di terima. Bahwa media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang baik dapat membantu perkembangan UMKM.

Media sosial merupakan suatu media yang digunakan untuk komunikasi dan seiring berkembangnya teknologi media sosial juga bisa digunakan sebagai media promosi. Hal ini juga di dimanfaatkan oleh pelaku usaha di gunakan untuk memasarkan produknya. Dengan akses pemasaran produk yang lebih luas dapat membantu para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif Ardiyanto (2018) kehadiran media sosial sebagai salah satu dari majunya teknologi sehingga menjadi peluang untuk mengembangkan UMKM.

3. Pengaruh Fintech dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM Secara Simultan (F)

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil variabel Fintech dan Media Sosial secara simultan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis Uji Simultan (F) untuk variabel independen Fintech (X_1) dan Media Sosial (X_2) diperoleh Fhitung > Ftabel ($13,722 > 3,098$) dengan tingkat signifikan menggunakan alpha 5% dimana nilai signifikansi yang di peroleh sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini mendukung bahwa H_0 di terima, yaitu bahwa Fintech dan Media Sosial secara simultan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa dengan hadirnya fintech dan media sosial berdampak dalam perkembangan suatu Usaha.

Fintech dan media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi dimana dengan adanya fintech dan media sosial dapat membantu Perkembangan

UMKM. Dimana secara tidak langsung perkembangan ekonomi tersebut dapat menggambarkan kondisi ekonomi di wilayah Metro Barat. Menurut Ghozali (2016:97) penelitian dapat dikatakan berpengaruh secara simultan apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi ($Sig < 0,05$) dari pendapat tersebut diketahui bahwa penelitian ini variabel independen Fintech (X1) dan media sosial (X2) berpengaruh secara simultan dengan variabel dependen perkembangan UMKM (Y).

KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Finansial teknologi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa finansial teknologi dapat mempengaruhi dalam hal pendanaan maupun dalam hal transaksi pembayaran secara digital maka jika semakin banyak pelaku usaha yang memahami tentang finansial teknologi dapat membantu perkembangan UMKM di Metro Barat.
2. Media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan UMKM akan meningkat secara signifikan apa bila pelaku usaha menggunakan media sosial sebagai media promosi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat membantu pelaku Usaha untuk mengembangkan usahanya.
3. Fintech dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel Fintech dan media sosial dapat menjadi solusi bagi para pelaku Usaha untuk berinovasi dalam menjalankan usahanya.

Bedasarkan penelitian dan kesimpulan diatas , adapun saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan.
2. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dalam mengakses jasa layanan keuangan yang dapat di pergunakan untuk mendukung perkembangan UMKM dan dapat menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan produk sehingga meningkatkan perkembangan usaha.
3. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan dan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi ekonomi. Khususnya kebijakan yang dapat mendukung kebijak yang dapat mendukung perkembangan UMKM di Kota Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Di Pekan Baru, Jom FISIP Volume 2 No, 2 Oktober 2015.
- Akhmad, K.A (2015) Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Dikota Surakarta). Duta.Com ISSN :2086-9436 Volume 9 Nomer 1september 2015

Amartha, 2020. Pengertian Dan Perkembangan UMKM Di Indonesia. Di Akses Pada Tanggal 10 Oktober 2020 Dari [Www.Blog.Amartha.Com/](http://www.blog.amartha.com/).

Arif Ardiyanto,2011. Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan UMKM

Astri Rumondang, Acai Sudirman, Faried Effendi, Janner Simarmata. (2019) "fintech :Inovasi System Keuangan Di Era Digital" e-books.kitamenulis.id

Bank Indonesia. 2017 Survei Perbankan Triwulan IV – 2016: Pertumbuhan KreditTahun 2017 Diperkirakan Meningkatkan. Diakses Pada Tanggal 10 Oktober 2020 Dari [Www.Bi.Go.Id/](http://www.bi.go.id/).

Bank Indonesia.2016. Financial Technology (Fintech), Analisis Peluang IndonesiaDalam Era Ekonomi Digital Dalam ASPEK Infrastruktur, Teknologi, SDM, Dan Regulasi Penyelenggara Dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran. Temuan Ilmiah Nasional Penelitian 2016 Kemenkominfo. Bogor.

Budi Wobowo, Analisis Regulasi Fintech Dalam Membangun Perekonomian Di Indonesia, Jakarta, Indonesia.

Christianto, Imanuel Adhitya Wulanata. (2017). "Alanalisis SWOT implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di Indonesia".Jurnal ekonomi dan bisnis Vol 20 No.1 hal 134-136.

Diakses Pada Tanggal 10 Oktober 2020 Dari [Www.Inforexnew.Com/](http://www.inforexnew.com/)

Dinas Koperasi,UMKM Dan Perindustrian, Data Populasi UMKM Di Kota Metro. Di Akses Pada Tanggal 21 Desember 2020 Dari Dokumen Arsip Dinas Koperasi Umkm Dan Perindustrian Kota Metro.

Drevs, Paul. 2016. Mengulik Tiga Dominasi Peer-To-Peer Landing Di Indonesia.

G Amstrong,S Adam,S Denize,P Kotler,2014. Principles of marketing dari dari G Amstrong,S Adam,S Denize,P Kotler,2014-books.google.com

Ghozali Imam, (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

Investree. 2016. Di Akses Pada Tanggal 10 Oktober 2020 Dari [Www.Investree.Id/](http://www.investree.id/)Jackie Ambadar,Miranti Abidin,Yanty Isa.2013., Mengelola Usaha Dengan Cepat.

Jurnal Eka Cida. (2016) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan UKM. ISSN :2503-3565 E-ISSN:2503-3689 Volume 1 No.1 Maret 2016

Modalku. 2015. Pinjaman. Di Akses Pada Tanggal 10 Oktober 2020 Dari [Www.Modalku.Co.Id/](http://www.modalku.co.id/)

National Digital Research Center,Di Dublin,Irlandia. Innovation InfinancialServices

P.N. Howard Dan M.R. Parks,(2012).American Behavioral Scientist, Vol.45 No.3

Philip Kotler, Lane Keller.(2016). Strategi Pemasaran. Jakarta : Indeks Pratama,Aditya Hadi.2017. Kumpulan Startup Fintech Di Indonesia. Di Akses Pada Tanggal 10 Oktober 2020 Dari [Www.Techinasia.Com/](http://www.Techinasia.Com/).

Rangkuti, 2013 strategi promosi yang kreatif dan analisa kasus dari F Rangkuti-2013-books.google.com

Situs Lampung (2021). Ketua TP PKK Metro,Selfi Naharani Wahdi Keliling Kecamatan-Kecamatan, Kendala Dihadapi UMKM 2021. Dari www.situslampung.com/

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, Dan R&D*. CetakanKe-26,Bandung. Alfabeta,2018