

Pengaruh Edukasi Optimalisasi Penggunaan Pinjaman Online dan Penggunaan Media Digital Terhadap Pengelolaan Modal Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Desa Sindangjawa

¹Lisa Harry Sulistyowati, ²Suestri, ³Liko Maidah, ⁴Lutvi Yanti, ⁵Nita Nurkomala

Universitas Swadaya Gunung Jati, Indonesia

email: lisaharry128@gmail.com

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises often face challenges in managing capital, especially in utilizing digital technology. Many Micro, Small and Medium Enterprises do not understand the optimal way to use online loans, so they have the potential to experience difficulties in improper debt management. This research aims to improve the financial literacy of MSMEs through education on optimizing the use of online loans and the use of digital media for business development, specifically to analyze the effectiveness of participatory educational interventions on MSMEs' understanding of online loans, evaluate behavioral changes in capital management practices, and measure the impact of digital media adoption on business performance. The method used is to hold a Seminar on Optimizing the Use of Online Loans and the Use of Digital Media by providing material on the importance of understanding the various types of legal online loans, the benefits and risks of online loans for Micro, Small and Medium Enterprises, and how to optimize the use of digital media to market products on e-commerce platforms. The results of the seminar showed that Micro, Small and Medium Enterprises experienced an increase in their understanding related to online loans regarding the benefits, risks, and how to choose a safe and legal platform. Conclusion: Educational interventions are effective in improving MSMEs' understanding of the benefits, risks, and criteria for choosing online lending platforms, resulting in better capital management practices.

Keywords: *Online Loans, Platform E-commerce, Micro, Small and Medium Enterprises*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah seringkali menghadapi tantangan dalam mengelola modal, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang belum memahami cara optimal menggunakan pinjaman online, sehingga berpotensi mengalami kesulitan dalam pengelolaan hutang yang kurang tepat. Penelitian ini bertujuan meningkatkan literasi keuangan UMKM melalui edukasi optimalisasi penggunaan pinjaman online dan pemanfaatan media digital untuk pengembangan usaha, secara khusus untuk menganalisis efektivitas intervensi edukatif partisipatif terhadap pemahaman UMKM tentang pinjaman online, mengevaluasi perubahan perilaku dalam praktik pengelolaan modal, dan mengukur dampak adopsi media digital terhadap kinerja bisnis. Metode yang digunakan adalah mengadakan Seminar Optimalisasi Penggunaan Pinjaman Online dan Penggunaan Media Digital dengan memberikan materi pentingnya memahami berbagai jenis pinjaman online yang legal, manfaat dan risiko pinjaman online bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, cara mengoptimalkan penggunaan media digital untuk memasarkan produk pada platform e-commerce. Hasil seminar menunjukkan bahwa pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengalami peningkatan pemahaman terkait pinjaman online mengenai manfaat, risiko, maupun cara memilih platform yang aman dan legal. Kesimpulan: Intervensi edukasi efektif

meningkatkan pemahaman UMKM terhadap manfaat, risiko, dan kriteria pemilihan platform pinjaman online, menghasilkan praktik pengelolaan modal yang lebih baik.

Kata Kunci: online loans, platform e-commerce, micro, small and medium enterprises

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor keuangan (Alwi et al., 2024; Danuri, 2019b, 2019a; Kamal & Apriani, 2022; Putra, 2018; Wilis, 2020). Pinjaman online atau financial technology (fintech) lending semakin diminati karena kemudahannya dalam mengakses dana tanpa perlu melalui proses perbankan konvensional (Arvante, 2022; Nabilla Nurdina & Ima Amailah, 2023; Novinna, 2020; Rahma Izzati & Haryatiningsi SE., MT., 2023; Salasa Anastasia, 2023). Namun, di balik kemudahan tersebut, banyak pengguna yang belum memahami risiko dan tata cara penggunaan pinjaman online dengan bijak. Oleh karena itu, edukasi mengenai optimalisasi penggunaan pinjaman online sangat penting untuk mengurangi potensi risiko seperti gagal bayar dan terjebak dalam hutang berkepanjangan.

Seiring dengan maraknya penggunaan pinjaman online, media digital juga menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan informasi dan edukasi keuangan. Penggunaan media digital, baik melalui media sosial, e-commerce, dapat berperan besar dalam meningkatkan literasi keuangan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Edukasi yang optimal mengenai penggunaan pinjaman online melalui media digital diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah akan cara memanfaatkan layanan tersebut secara bertanggung jawab.

Alasan memilih subyek pengabdian terkait edukasi optimalisasi penggunaan pinjaman online dan penggunaan media digital didasarkan pada beberapa faktor penting. Pertama, perkembangan teknologi keuangan (fintech) yang pesat memerlukan pemahaman yang baik dari Pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan layanan keuangan digital secara bijaksana dan bertanggung jawab. Banyak individu yang belum memiliki literasi keuangan yang memadai, terutama dalam memahami risiko dan manfaat pinjaman online, sehingga rentan terhadap masalah seperti utang berlebih atau penipuan.

Kedua, media digital menjadi platform yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi dan edukasi ke berbagai lapisan masyarakat secara cepat dan luas (Ana et al., 2021; Fellanny & Paramita, 2023; Handayani, 2023; Irham Akbar & Rezza Fahlevvi, 2023; Priyono & Dian Permata Sari, 2023; Yansahrita et al., 2023). Dengan memanfaatkan media digital, edukasi tentang literasi keuangan dapat diakses oleh masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau oleh program-program edukasi konvensional.

Oleh karena itu, subyek pengabdian ini dipilih untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar dapat lebih memahami dan mengoptimalkan penggunaan pinjaman online serta media digital dengan bijak. Pengabdian ini juga sejalan dengan upaya meningkatkan literasi keuangan masyarakat, yang pada akhirnya

diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam hal penggunaan pinjaman online dan pemanfaatan media digital secara bijak. Meningkatkan Pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tentang Pinjaman Online Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, pengguna pinjaman online di Indonesia mencapai 25 juta orang, namun lebih dari 60% pengguna tersebut mengalami kesulitan dalam memahami syarat dan ketentuan pinjaman. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang cara mengoptimalkan penggunaan pinjaman online, dengan menekankan pada pemahaman risiko bunga tinggi, potensi penipuan, dan pentingnya melakukan perencanaan keuangan yang matang sebelum mengambil pinjaman.

Mengurangi Tingkat Gagal Bayar dan Kasus Pinjaman Ilegal Studi yang dilakukan oleh Hasanah (2021) menunjukkan bahwa salah satu penyebab utama tingginya angka gagal bayar dalam pinjaman online adalah kurangnya literasi keuangan di kalangan masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Dengan memberikan edukasi melalui program pengabdian ini, diharapkan tingkat gagal bayar dapat berkurang secara signifikan. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan layanan pinjaman ilegal yang tidak terdaftar di OJK.

Memanfaatkan Media Digital untuk Penyebaran Informasi Penelitian dari Hidayat dan Kusuma (2020) menunjukkan bahwa media digital, seperti media sosial dan aplikasi edukasi, memiliki peran besar dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Berdasarkan wawancara kualitatif dengan 7 responden pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, 80% dari mereka mengaku kurang efektif menggunakan media digital dalam meningkatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah karena kurangnya informasi.

Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Akan Pentingnya Literasi Keuangan Berdasarkan survei dari Bank Indonesia (2021), hanya 38% masyarakat Indonesia yang memiliki literasi keuangan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih belum memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, termasuk penggunaan pinjaman online. Melalui pengabdian ini, masyarakat akan diajak untuk lebih peduli terhadap literasi keuangan agar mereka dapat mengelola modal, keuangan pribadi termasuk dalam hal memanfaatkan produk pinjaman online dengan bijaksana.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya edukasi keuangan digital: Pratama et al. (2022) dalam penelitiannya di Jawa Barat menemukan bahwa program literasi keuangan digital dapat meningkatkan pemahaman UMKM terhadap produk fintech hingga 73%. Sari & Widodo (2021) mengidentifikasi bahwa edukasi penggunaan media digital untuk UMKM dapat meningkatkan omset rata-rata 45% dalam periode 6 bulan.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru melalui pendekatan Terintegrasi: Menggabungkan edukasi pinjaman online dan optimalisasi media digital dalam satu program komprehensif. Metode Partisipatif Berkelanjutan: Implementasi pendampingan

personal pasca-pelatihan untuk memastikan sustainability program Fokus pada Desa Binaan: Memberikan model replikable untuk pengembangan UMKM di daerah rural
Evaluasi Multi-dimensi: Mengukur dampak tidak hanya dari aspek pengetahuan, tetapi juga perubahan perilaku dan indikator ekonomi.

Tujuan Penelitian meningkatkan literasi keuangan digital UMKM melalui edukasi optimalisasi pinjaman online dan pemanfaatan media digital. Manfaat Penelitian ini untuk mengembangkan model edukasi keuangan digital yang applicable untuk konteks UMKM rural, memberikan panduan implementasi program literasi keuangan yang dapat diadopsi oleh desa-desa lain dan menyediakan rekomendasi untuk pengembangan program pemberdayaan UMKM berbasis teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method dengan desain pre-post intervention study. Kombinasi data kuantitatif dan kualitatif digunakan untuk mengukur efektivitas program edukasi secara komprehensif.

Bagian metode ini menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan program pengabdian kepada Masyarakat UMKM di Desa Sindangjawa. Penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif, dimana pelaku UMKM terlibat aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Berikut penjelasan rinci mengenai metode yang digunakan :

1. Subjek Pengabdian

Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berada di Desa Sindangjawa. Pemilihan subjek dilakukan dengan mempertimbangkan pelaku usaha yang memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan pinjaman online dan media digital.

Subjek dipilih berdasarkan survei awal yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di desa ini masih belum optimal dalam menggunakan teknologi digital, terutama dalam hal pengelolaan modal dan pemasaran.

2. Lokasi dan Waktu Pengabdian

Program ini dilaksanakan di Desa Sindangjawa, menggunakan balai desa sebagai tempat kegiatan. Lokasi ini dipilih karena akses yang mudah bagi pelaku UMKM untuk berkumpul dan mendapatkan pelatihan melalui Seminar UMKM.

Waktu pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 35 hari dengan total 5 pertemuan. Setiap pertemuan berlangsung selama 2-3 jam, dibagi menjadi dua sesi: sesi edukasi teori dan sesi praktik langsung.

3. Metode Pengabdian

- a. Edukasi Partisipatif : Metode ini melibatkan peserta dalam diskusi interaktif, simulasi penggunaan platform pinjaman online, serta pelatihan dalam penggunaan aplikasi digital untuk pemasaran dan pengelolaan modal.
- b. Pendekatan Workshop : Menggunakan pendekatan workshop untuk memaksimalkan keterlibatan peserta. Setiap sesi diawali dengan penjelasan

konsep, diikuti oleh praktik langsung, seperti membuat akun di platform pinjaman online yang legal atau mendesain iklan menggunakan media sosial

- c. Pendampingan Personal : Setelah pelatihan, pelaku UMKM diberikan pendampingan personal untuk membantu mereka mengaplikasikan apa yang dipelajari dalam bisnis sehari-hari. Ini termasuk penyesuaian strategi pemasaran di media digital hingga pengelolaan arus kas menggunakan aplikasi akuntansi sederhana.

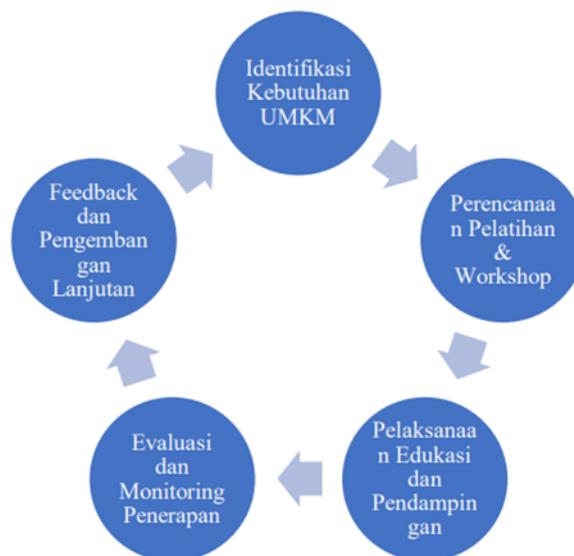
4. Tahapan Pengabdian

Tahapan pengabdian dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

TAHAPAN	METODE	HASIL
Persiapan	Identifikasi kebutuhan pelaku UMKM melalui wawancara awal dan survei. Dari hasil ini, ditemukan bahwa mayoritas belum memanfaatkan media digital secara optimal, serta memiliki kesalahpahaman mengenai pinjaman <i>online</i> .	Diperoleh masalah yang dihadapi oleh Masyarakat desa sindangjawa.
Pelaksanaan Edukasi	Pelatihan intensif dilaksanakan dengan tema optimalisasi pinjaman <i>online</i> dan penggunaan media digital dalam bisnis.	Seminar berlangsung dan diikuti oleh Masyarakat desa sindangjawa.
Evaluasi dan Monitoring	Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara pasca-kegiatan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan penerapan materi dalam usaha mereka.	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pemahaman tentang Pinjaman <i>Online</i> • Penerapan Media Digital dalam Pengelolaan Usaha • Perubahan Perilaku Pengelolaan Modal

Sumber : Data Olah, 2024



Gambar 1. Diagram Alur Proses Edukasi dan Pendampingan UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Dari 35 peserta program, mayoritas berjenis kelamin perempuan (68.6%), berusia 31-45 tahun (54.3%), dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat (57.1%). Jenis usaha yang dijalankan meliputi kuliner (40%), fashion (25.7%), kerajinan (20%), dan lainnya (14.3%).

Pada bagian hasil, dijelaskan bagaimana program tersebut telah memberikan dampak bagi para pelaku UMKM di Desa Sindangjawa.

1. Peningkatan Pemahaman tentang Pinjaman Online

Sebelum pelatihan, 70% pelaku UMKM menganggap semua bentuk pinjaman online berisiko tinggi dan cenderung menghindarinya. Setelah pelatihan, 85% peserta memahami cara mengidentifikasi platform pinjaman online yang legal dan terdaftar di OJK. Mereka juga lebih paham mengenai risiko bunga tinggi dan pentingnya membaca syarat dan ketentuan sebelum melakukan pinjaman.

2. Penerapan Media Digital dalam Pengelolaan Usaha

Sebanyak 65% peserta mulai menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran setelah pelatihan. Mereka juga memanfaatkan fitur analitik sederhana dari media sosial untuk memantau keterlibatan konsumen. Selain itu, 50% peserta telah mengunduh dan menggunakan aplikasi keuangan untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran usaha mereka secara lebih terstruktur.

3. Perubahan Perilaku Pengelolaan Modal

Sebelum program, pelaku UMKM cenderung mengelola modal secara tradisional tanpa pencatatan yang jelas. Setelah program, tercatat adanya perubahan dalam perilaku, di mana 60% pelaku UMKM mulai mencatat transaksi harian secara digital. Beberapa UMKM mulai menggunakan pinjaman online sebagai modal tambahan, tetapi dengan pendekatan yang lebih hati-hati dan terencana. Mereka menyatakan bahwa pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan membantu mereka mengelola pembayaran cicilan dengan baik.

4. Dampak Sosial dan Ekonomi

Selain peningkatan pengetahuan individu, program ini juga mempengaruhi komunitas UMKM secara keseluruhan. Para pelaku usaha mulai berkolaborasi dalam pemasaran dan berbagi tips pengelolaan modal. Terdapat indikasi awal adanya peningkatan omset bagi beberapa UMKM yang aktif menerapkan penggunaan media digital dan akses pendanaan online.

Tabel 2. Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM Terhadap Pinjaman *Online*

Kritea	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Tidak Memahami Pinjaman Online	70%	15%
Memahami Resiko Pinjaman Online	20%	85%

Menggunakan Pinjaman Online Legal	10%	40%
-----------------------------------	-----	-----

Sumber: Data diolah

Pada hasil pendekatan partisipatif yang telah dilakukan bahwa Desa Sindangjawa telah menunjukkan bahwa pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sudah banyak dan memahami beberapa pemasaran lewat digital marketing. Tetapi warga Desa Sindangjawa mengenai peminjaman online dalam beberapa situs masih banyak penyalahgunaannya atau kurang pemahannya mengenai bahaya atau dampak jika salah menggunakan peminjaman online. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara terhadap perangkat Desa Sindangjawa mengatakan bahwa masih banyak warga yang terlilit hutang yang disebabkan oleh peminjaman online sembarangan yang tidak dipikirkan dampaknya terlebih dahulu. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi atau cara untuk mengatasi permasalahan tersebut atau untuk meminimalisir kasus yang sama. Mahasiswa KKN-T UGJ, dengan program unggulan yaitu Literasi Optimalisasi Modal dan Pengelolaan Pinjaman Online Untuk Pengembangan UMKM menjadi kunci sebagai jembatan keberhasilan terkait permasalahan tersebut. Tujuan program unggulan ini adalah untuk membantu masyarakat Desa Sindangjawa untuk lebih sadar dan memahami tentang dampak penyalahgunaan pinjaman online dan memberikan wawasan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Sindangjawa mengenai optimalisasi modal dan pengelolaan pinjaman online sebagai strategi pengembangan usaha. Pada kegiatan ini Mahasiswa KKN-T UGJ mengadakan beberapa rangkaian kegiatan seperti survei pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, diskusi bersama Perangkat Desa Sindangjawa dan bekerja sama dengan Narasumber khusus bidang permasalahan yang diangkat dalam Literasi atau Seminar yaitu dari Bank BJB Kantor Pusat.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah di lakukan sesuai tahap yang di rencanakan dari awal diskusi dengan Perangkat Desa Sindangjawa, survei Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sampai dengan Literasi atau Edukasi Seminar oleh Mahasiswa KKN-T UGJ.



Gambar 2. Diskusi dengan Perangkat Desa Sindangjawa



Gambar 3. Survei Usaha Mikro, Kecil dan Menengah



Gambar 4. Literasi atau Edukasi Seminar

Efektivitas Program Edukasi Partisipatif

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Pembelajaran Orang Dewasa (Andragogy) yang menekankan pentingnya pengalaman praktis dalam proses pembelajaran (Knowles, 1984). Pendekatan partisipatif yang diterapkan memungkinkan peserta untuk:

1. Learning by Doing: Praktik langsung penggunaan aplikasi dan platform digital
2. Peer Learning: Berbagi pengalaman antar sesama pelaku UMKM
3. Immediate Application: Menerapkan pengetahuan secara real-time dalam usaha mereka

Temuan ini mengkonfirmasi penelitian Pratama et al. (2022) yang menunjukkan efektivitas metode partisipatif dalam meningkatkan literasi keuangan UMKM. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan aspek teknologi digital secara komprehensif.

Hasil ini memperkuat temuan Sari & Widodo (2021) tentang dampak positif digital marketing terhadap kinerja UMKM, dengan memberikan evidence empiris dari konteks rural Indonesia.

Implikasi Kebijakan dan Praktik

Temuan penelitian ini memiliki implikasi signifikan:

1. Model Replikasi: Program dapat diadaptasi untuk desa-desa lain dengan karakteristik serupa
2. Kemitraan Strategis: Kolaborasi dengan lembaga keuangan (seperti Bank BJB) terbukti efektif

3. Sustainability: Perlunya follow-up program untuk memastikan kontinuitas perilaku baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Memberikan pemahaman tentang bagaimana berbagai teknik marketing online dapat dimanfaatkan secara maksimal agar jangkauan pasar yang dicapai lebih luas. Selain itu dapat mengenal dan memahami type-type penggunaan berbagai media sosial untuk mendesain sarana promosi yang berbeda dan strategi menguasai segmen pasar sasaran (Brunswicker, S & W Vanhaverbeke 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi optimalisasi modal dan pengelolaan pinjaman online yang efektif bagi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Sindangjawa. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan pinjaman online dapat menjadi sumber pembiayaan alternatif yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, namun diperlukan manajemen yang bijaksana untuk meminimalisir risiko gagal bayar dan menjaga kesehatan keuangan usaha. Adapun rekomendasi yang diajukan oleh Mahasiswa KKN UGJ meliputi metode pemasaran, untuk meningkatkan penjualan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Sindangjawa, kami menyarankan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menggunakan metode pemasaran digital, seperti menggunakan Shopee agar memungkinkan jangkauan konsumen lebih luas. Serta dengan mendatangkan pemateri keuangan dari Perwakilan Bank BJB Syariah Kantor Pusat mengedukasi melalui seminar, dengan cara ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat belajar dari pengalaman nyata, memperluas jaringan bisnis, pengelolaan pinjaman online serta memperoleh pengetahuan yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M. N., Fitriana, B., Agil, R., Andriani, M., & Semmawi, R. (2024). Tantangan Dan Peluang Perbankan Digital : Studi Kasus Inovasi Keuangan Dan Transformasi Perbankan. *Jurnal Cahaya Mandalika (Jcm)*, 1(January).
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm Cn Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3). <https://doi.org/10.29062/Mahardika.V19i3.274>
- Arvante, J. Z. Y. (2022). Dampak Permasalahan Pinjaman Online Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman Online. *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.15294/Ipmhi.V2i1.53736>
- Danuri, M. (2019a). *Perkembangan Dan Transformasi*. 116–123.
- Danuri, M. (2019b). Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2).
- Fellanny, P., & Paramita, S. (2023). Analisis Digital Branding Pada Media Sosial Akun Instagram. *Prologia*, 7(1). <https://doi.org/10.24912/Pr.V7i1.21303>
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya*, 6(1). <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.1023>

- Irham Akbar, M., & Rezza Fahlevvi, M. (2023). Cegah Penyebaran Misinformasi Di Media Sosial Menggunakan Peralatan Dan Fitur Literasi Digital. *Renata: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 1(1). <https://doi.org/10.61124/1.Renata.2>
- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022). Pengaruh Perkembangan Teknologi Di Era Digital Terhadap Investasi Dan Pasar Modal. *Justitia: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9(1).
- Nabilla Nurdina, & Ima Amailah. (2023). Preferensi Masyarakat Kota Bandung Terhadap Pinjaman Online. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.29313/Jrieb.V3i1.1908>
- Novinna, V. (2020). Perlindungan Konsumen Dari Penyebarluasan Data Pribadi Oleh Pihak Ketiga: Kasus Fintech Peer”To Peer Lending”. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(1). <https://doi.org/10.24843/Jmhu.2020.V09.I01.P07>
- Priyono, M. B., & Dian Permata Sari. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September).
- Putra, R. A. (2018). Peran Teknologi Digital Dalam Perkembangan Dunia Perancangan Arsitektur. *Elkawnie*, 4(1). <https://doi.org/10.22373/Ekw.V4i1.2959>
- Rahma Izzati, T., & Haryatiningsi Se., Mt., R. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Teknologi Pinjaman Online Bagi Umkm Kota Bandung Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/Bcses.V3i1.6772>
- Salasa Anastasia, D. (2023). Urgensi Pembentukan Hukum Fintech Untuk Memberi Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Dalam Pinjaman Online. *Jurnal Hukum Dan Ham Wara Sains*, 2(02). <https://doi.org/10.58812/Jhhws.V2i02.227>
- Wilis, R. K. (2020). Analisis Swot Teknologi Financial Pada Transformasi Perbankan Di Era Digital (Study Kasus Pada Bank X Di Jakarta). *Eprints.Ums.Ac.Id*.
- Yansahrita, Y., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry Di Wilayah Oku Timur. *Eco-Buss*, 6(1). <https://doi.org/10.32877/Eb.V6i1.887>