

STRATEGY BUSINESS AGILITY PEER-TO-PEER LENDING FINTECH STARTUP IN THE ERA OF DIGITAL FINANCIAL IN INDONESIA

Chandra Hendriyani^{1*}, Sam un Jaja Raharja²

¹Akademi Sekretari dan Manajemen Taruna Bakti Bandung

²Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Padjadjaran

E-mail : chandrahendriyani@yahoo.com¹, s.raharja2017@unpad.ac.id²

ABSTRACT

Technological developments have encouraged financial technology literacy where Fintech startups came into the world of peer to peer lending to bridge the gap between conventional banking and those who cannot get capital from banks. The technology allows the process of financial facilitation to become more convenient, faster, and more cost-efficient. Fintech has a big opportunity in Indonesia and the government has protected customers by the regulation of Authority of Financial Services Number 77/POJK.01/2016 Indonesian Fintech about money lending services based on information technology. This study is intended to illustrate a strategy business agility in financial technology companies that perform peer-to-peer lending. The method used in this study was qualitative research with descriptive approach. The data collection technique applied is literature study. The results show that P2P lending companies have already performed a strategy business agility to grab customers in the era of digital financial in Indonesia by using platform technology that they have made which is a simple application for gaining competitive advantages.

Key word: Agility, Fintech, Peer-to-Peer Lending

STRATEGI AGILITAS BISNIS PEER-TO-PEER LENDING STARTUP FINTECH DI ERA KEUANGAN DIGITAL DI INDONESIA

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah mendorong percepatan teknologi keuangan di mana *startup* Fintech *peer to peer lending* muncul untuk mengambil peluang pasar konsumen yang tidak bisa mendapatkan modal dari bank konvensional. Teknologi yang diterapkan membuat fasilitas keuangan menjadi lebih nyaman, cepat dan lebih hemat biaya. Fintech memiliki peluang besar di Indonesia dan pemerintah telah melindungi pelanggan dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 / POJK.01 / 2016 Fintech Indonesia tentang layanan peminjaman uang berbasis teknologi informasi. Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan strategi agilitas bisnis di perusahaan teknologi keuangan yang melakukan *peer to peer lending*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan *peer to peer lending* telah melakukan strategi agilitas bisnis untuk meraih pelanggan di era keuangan digital di Indonesia dengan menggunakan platform teknologi dan membuat aplikasi sederhana untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Kata kunci: Agilitas, Fintech, Peer-to-Peer Lending

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi telah menghilangkan keterbatasan dan membuka berbagai peluang bisnis. Internet mampu menghubungkan semua orang dan memberikan kemudahan memperoleh informasi apapun. Hal ini membuat lingkungan bisnis menjadi semakin kompetitif bagi perusahaan baru atau *startup* oleh karena itu dibutuhkan agilitas dalam menyusun strategi bisnis dan *startup fintech* menggunakan kesempatan ini untuk merebut pasar. Agilitas merupakan kunci mendasar bagi *startup fintech* untuk sukses. Menurut Dove (2001), agilitas berasal dari kemampuan fisik untuk bertindak (kemampuan merespon) dan kemampuan intelektual untuk menemukan hal-hal yang sesuai untuk ditindaklanjuti (manajemen pengetahuan).

Teknologi juga mempengaruhi industri keuangan dengan munculnya era literasi keuangan. Pertumbuhan pengguna internet pada tahun 2015 mencapai 110,2 juta pengguna tumbuh menjadi 143,26 juta pengguna (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018) dan berdasarkan Asosiasi Fintech Indonesia, hanya ada 36% orang Indonesia yang memiliki rekening bank dan berdasarkan www.dailysocial.id, masih ada 49 juta UKM di Indonesia yang belum pernah berhubungan dengan bank. Fintech mulai muncul sejak tahun 2015 karena para startup melihat peluang pasar yang besar di Indonesia. Menurut Bank Indonesia (2016) pangsa kredit untuk mendanai Produk Domestik Bruto hanya dipenuhi melalui keuangan bank yaitu 34,77%. Ini mencerminkan bahwa potensi pasar dapat diambil oleh *Peer to Peer Lending (P2P Lending)* dengan persentase 65,23% tanpa harus mengurangi pangsa pasar bank. Hal ini menunjukkan banyaknya orang Indonesia tidak mau berurusan dengan perbankan karena prosesnya yang rumit, tidak ada akses ke suatu daerah, dan kurangnya pengetahuan tentang produk perbankan. *Fintech* hadir untuk menyederhanakan semua urusan keuangan dengan jangkauan yang lebih luas melalui kolaborasi antara pemerintah, bank, lembaga, *e-commerce*, *startup*, dan telekomunikasi. Dengan munculnya *Fintech*, perusahaan *startup* dapat mengambil peran bank dalam mengelola keuangan. Pasar Indonesia

yang besar belum sepenuhnya dieksploitasi oleh sektor keuangan formal yang juga menunjukkan besarnya potensi Fintech.

P2P Lending di Indonesia adalah inovasi keuangan yang dipersenjatai dengan platform teknologi yang menyatukan pemberi pinjaman (investor) dengan peminjam dalam suatu perusahaan. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (2018) menunjukkan bahwa pemain *Fintech* di *P2P Lending* berizin dan terdaftar di OJK berjumlah 78 perusahaan sedangkan *fintech* yang tak berizin mencapai 397 perusahaan.

Berdasarkan tinjauan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi agilitas bisnis dari *Startup P2P Lending* dalam meningkatkan pangsa pasar.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi Agilitas Bisnis

Keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada desain strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga nilai yang diberikan kepada pelanggan akan meningkat dan pelanggan menjadi loyal. Perubahan paradigma dan perilaku pelanggan karena perkembangan teknologi harus ditanggapi dengan cepat oleh perusahaan. Kata 'strategi' berasal dari kata Yunani "*strategos*" yang berarti "seni berperang". Strategi bisnis harus agilitas dan mampu beradaptasi dengan situasi yang berbeda untuk mempertahankan persaingan (Eisenhardt & Brown, 1998). Agilitas bisnis adalah strategi perusahaan untuk berhasil dalam lingkungan yang bergejolak. Menurut Evans (2002) terdapat beberapa hal yang mendorong ekonomi digital yang menuntut kelincahan bisnis: (1) *agility* bisnis melibatkan pembentukan teknologi, (2) *agility* bisnis dicapai melalui *m-business*, (3) setiap bisnis akan menjadi *m-business*, (4) *m-business* akan mendorong transformasi bisnis dan teknis, dan (5) konvergensi industri menciptakan ancaman dan peluang baru. Sementara itu menurut Smith dan Sidky (2009), prinsip-prinsip perubahan harus diupayakan untuk merangkul perubahan; merencanakan dan menggunakan perangkat lunak sesering mungkin; menggunakan metode *human-centric*; memelihara praktik, disiplin, dan fokus; berada dalam kolaborasi dan

komunikasi; mencapai keunggulan teknis; dan terlibat dalam kolaborasi pelanggan.

Strategi agilitas bisnis didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan, mendeteksi peluang dan ancaman suatu perusahaan dengan menggunakan kemampuan mereka untuk meluncurkan respons yang tepat, menilai manfaat dan risiko dalam memulai suatu tindakan, dan menjalankan tindakan dengan kecepatan dan keberhasilan yang kompetitif (Hooper et al., 2001; Sambamurthy, et al., 2003; Yang dan Liu, 2012; Van Oosterhout, et al., 2006). Strategi agilitas adalah salah satu point kunci untuk mengubah dan memperbarui model bisnis strategis. Agility adalah *'thoughtful and purposive interplay'* dari manajemen puncak yang terdiri atas tiga kemampuan, seperti *strategic sensitivity*, kesatuan kepemimpinan, dan fluiditas sumber daya (Doz dan Kosonen, 2010). Lin et al. (2005) menyatakan bahwa pondasi agilitas perusahaan terletak pada integrasi antara sistem informasi / teknologi, orang, proses bisnis, dan fasilitas. Tujuan agilitas perusahaan adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan karyawan.

Agilitas perusahaan yang baik, dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan menyediakan biaya operasi yang lebih rendah, memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan cepat memperkenalkan produk baru, dan menghilangkan kegiatan tambahan yang tidak dibutuhkan (Nzewi dan Moneme, 2016).

2.2. Peer-to-Peer (P2P) Lending

Fintech adalah fenomena yang muncul karena perkembangan teknologi yang sangat cepat. Teknologi membuat pelanggan dapat *online* di mana saja dan mengubah gaya hidup mereka. *Fintech* dikenal sebagai inovasi yang mengganggu karena ia menciptakan pasar baru dengan suatu inovasi yang akan menghancurkan pasar konvensional sebelumnya yang telah berjalan. Salah satu jenis *Fintech* adalah *peer-to-peer lending*. *Peer-to-peer lending* adalah platform baru dalam transaksi keuangan yang tidak melalui bank konvensional namun dengan cara langsung menghubungkan peminjam ke pemberi pinjaman (Yum, 2012). Hampir semua interaksi antara pemberi pinjaman dan peminjam

terjadi melalui website di mana peminjam mengajukan permintaan pinjaman dan pemberi pinjaman memilih untuk mendanai permintaan itu atau tidak (Larrimore et al., 2011). Meskipun *peer-to-peer lending* adalah bisnis yang menguntungkan saat ini tetapi memiliki risiko tinggi, seperti informasi asimetris dan moral *hazard* para peminjam (Feng et al., 2015). Feng et al., 2015 juga menjelaskan perbedaan pembiayaan konvensional dan *peer-to-peer lending* sebagai berikut :

Table 1. Perbedaan Pembiayaan Konvensional Dan *Peer-To-Peer Lending*

Aspek Utama	Pembiayaan Konvensional	<i>Peer-To-Peer Lending</i>
Tingkat Suku Bunga	<i>Low-medium</i>	<i>Medium-high</i>
Jumlah Pinjaman	Tinggi	Rendah
Jaminan	Ya	Tidak
Pihak yang terlibat	Peminjam, Bank	Peminjam, Pemberi Pinjaman, platform
Regulasi/Pengawasan	Ketat	Kurang
Proses	Rumit, Panjang	<i>Simple, Cepat</i>
Resiko	Rendah	Tinggi
Biaya Transaksi	Tinggi	Rendah

Sumber : Feng et al., 2015

Klafft (2008) menegaskan bahwa aturan yang diterapkan dalam *peer-to-peer lending* sangat mirip dengan yang ada di sistem perbankan tradisional. Para peminjam dengan peringkat kredit yang lemah, yang tidak dapat memperoleh pendanaan dalam sistem perbankan tradisional, juga tidak mungkin melakukannya melalui *peer-to-peer lending*. Menurut Milne dan Parboteeah (2016), keunggulan kompetitif *peer-to-peer lending* dapat dikelompokkan ke dalam empat kategori: menawarkan tingkat pengembalian yang lebih baik daripada tarif yang tersedia pada setoran bank bersama dengan biaya yang relatif rendah untuk peminjam; penyediaan kredit untuk beberapa kategori peminjam yang tidak dapat mengakses pinjaman bank; sebuah persepsi di mana *peer-to-peer lending* lebih bertanggung jawab dan lebih besar dalam hal nilai sosial daripada perbankan konvensional; dan akhirnya, inovasi teknis meningkatkan kualitas dan kecepatan layanan

untuk peminjam dan pemberi pinjaman. *Peer-to-peer lending* cepat menyebar

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (2018) menunjukkan bahwa *Fintech Peer-to-peer lending* berizin dan terdaftar di OJK berjumlah 78 perusahaan dan penulis mengambil lima perusahaan secara acak sebagai objek penelitian ini untuk menunjukkan strategi agilitas bisnis mereka. Kelima perusahaan ini adalah KoinWorks, Amartha, Investree, Crowdo, dan Modalku..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini di perusahaan *peer-to-peer lending* di Indonesia dilakukan melalui teknik pengumpulan data dan studi dokumentasi adalah:

4.1. KoinWorks

KoinWorks adalah perusahaan pemberi pinjaman Fintech Indonesia yang melayani investasi *peer-to-peer lending online* yang inovatif, yang menghubungkan investor dengan peminjam dalam platform teknologi terkini. KoinWorks adalah pelopor perusahaan peminjaman Fintech yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan.

KoinWorks melakukan strategi agility bisnis dengan berfokus pada bisnis *online* kecil, pendidikan, dan kesehatan. KoinWork memiliki kolaborasi dengan Lazada dan Tokopedia. Kemitraan ini juga membantu memberikan rekomendasi bagi pedagang yang akan mendapatkan pinjaman dari KoinWorks. Investor dapat berinvestasi mulai Rp100.000 dan peminjam dapat mengajukan bunga pinjaman yang rendah. Peminjam diberi akun virtual untuk pembayaran pinjaman dalam jangka waktu 6 bulan hingga 2 tahun. Inovasi pinjaman dari KoinWorks adalah Koin Cerdas, Koin Sehat, dan juga memberikan tingkat bunga yang lebih rendah. *Smart Coin* adalah untuk institusi / institusi pendidikan tertentu untuk mengembangkan infrastruktur pendidikan

pendukung, seperti renovasi gedung atau fasilitas baru. *Healthy Coins* membantu perawatan kesehatan keuangan dan merekonsiliasi pasien dengan institusi atau institusi kesehatan KoinWorks, misalnya Klinik Mata Nusantara (KMN) untuk pilihan rumah sakit mata yang murah dan mudah. KoinWorks, *Smart Coins*, dan *Healthy Coins* memiliki sistem peminjaman yang sederhana dan terjangkau.

4.2. Amartha

Amartha beroperasi sebagai perusahaan Fintech sejak April 2016 dengan dua belas cabang di Jawa Barat dan Banten. Amartha memasuki bisnis dengan membuka pasar pinjaman terutama untuk wanita yang memiliki bisnis mikro. Perusahaan ini berhasil menggabungkan mitra bisnis mikro dan UKM dengan investor hingga akhir Maret 2017 perusahaan telah mencapai 70 miliar. Amartha menggunakan sistem penilaian kredit untuk menganalisis kelayakan calon peminjam sehingga investor memiliki informasi yang lengkap dan komprehensif sebelum membuat keputusan investasi. Penawaran investasi mulai dari Rp3 juta hingga Rp100 juta.

Strategi agilitas bisnis di Amartha ditunjukkan dengan memberikan pinjaman investasi dalam kelompok. Setiap kelompok terdiri dari lima belas hingga dua puluh orang. Sistem peminjaman dalam kelompok diterapkan untuk meminimalkan anggota yang akan menghadapi kebangkrutan sehingga jika ada anggota yang tidak dapat melakukan pembayaran, maka akan dilakukan tanggung jawab bersama. Amartha telah melayani 26.000 pengusaha perempuan bisnis mikro dengan total dana yang disalurkan Rp49 miliar dan 0% gagal bayar selama lima tahun berturut-turut. Amartha juga menggunakan teknologi berbasis Android (aplikasi seluler) untuk memperkenalkan produk melalui media online dan sosial serta pendekatan offline dengan membuat berbagai diskusi dan acara sesuai dengan kelompok yang ada. Untuk membangun kepercayaan pelanggan, Amartha selalu membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan transparan.

4.3. Investree

Investree menyediakan ruang eksklusif bagi penjual dan pembeli untuk bertemu, memilih, menganalisis, dan menyetujui aplikasi pinjaman untuk menghasilkan dana berkualitas yang akan ditawarkan kepada pemberi pinjaman. Investree telah menguasai 36% UKM industri kreatif dengan tingkat kegagalan 0%. Strategi agilitas bisnis Investree terbukti menjadi pelopor *peer-to-peer lending* yang membantu masalah keuangan dan pendanaan untuk industri kreatif dengan prinsip integritas, inovasi, dan nilai-nilai profesional. Sesuai dengan misi Investree, itu terbuka, aman dan mudah dalam peminjaman. Investree tidak membebankan bunga tinggi dari peminjam dan tidak ada beban biaya sama sekali kepada pemberi pinjaman. Biaya peminjam didasarkan pada perbedaan tingkat rendah antara jumlah yang dibayar oleh peminjam dan jumlah laba pemberi pinjaman yang disebut biaya originasi. Biaya-biaya ini termasuk dalam biaya peminjam sehingga mereka bebas dari biaya tersembunyi.

4.4. Crowdo

Crowdo adalah salah satu investasi *peer-to-peer lending* regional terbesar dan paling terkemuka di Asia Tenggara yang sudah menjadi anggota Asosiasi Fintech Indonesia yang dilisensi oleh Otoritas Moneter Singapura dan Komisi Sekuritas Malaysia. Misi Crowdo adalah untuk menghubungkan UKM Indonesia terbaik dengan komunitas investor global. Crowdo memiliki 31.000 anggota yang tersebar di seluruh dunia di berbagai pasar dan berbagai mata uang.

Strategi agilitas bisnis di perusahaan ini adalah masa pinjaman bisa tiga bulan hingga dua belas bulan sehingga waktu pengembalian investasi cukup cepat. Aplikasi "*Crowdo Connect*" nyaman dan mudah dan gratis / tanpa biaya tersembunyi. Investasi di perusahaan ini dimulai hanya dari Rp1 juta.

4.5. Modalku

PT. Mitrausaha Indonesia Group (Modalku) adalah perusahaan pemberi *peer-to-peer lending* khusus untuk UKM yang didirikan pada 2016. Hingga Februari 2017, modal telah menyalurkan dana sebesar Rp95 miliar.

Pencairan pinjaman modal sekitar Rp50 juta — Rp2 miliar dengan tenor dari tiga bulan hingga dua puluh empat bulan. Modalku membagi dua jenis peminjam yang dapat meminjam modal untuk debitur e-commerce. Pinjaman minimal dimulai dari Rp 5 juta dan mereka yang menjalankan bisnis e-commerce, setidaknya memulai kredit dari Rp50 juta. Jangka waktu dua puluh empat bulan dengan bunga antara 9% dan 24% per tahun. Investor bisa mendapat untung 15% dan investasi berulang bisa menghasilkan 25%. Untuk pembayaran kembali, Modalku memberikan denda mulai dari 2% hingga 6% dari sisa pokok.

Modalku memiliki kemitraan dengan Bank Sinarmas dan mulai dari perhatian kedua belah pihak ke segmen "*missing middle*" di Indonesia. "*Missing middle*" adalah segmen bisnis dengan pendapatan antara Rp10 juta hingga Rp100 juta yang memiliki potensi dan kapasitas untuk tumbuh. Ini terhambat karena kurangnya akses ke keuangan. Bank Sinarmas juga akan menjadi agen penampungan yang mengelola akun penampungan selama proses peminjaman. Modalku meluncurkan layanan aplikasi seluler untuk memudahkan pemberi pinjaman. Semua perusahaan pemberi *peer-to-peer lending* di atas memiliki strategi agilitas bisnis sebagai berikut:

Table 2. Strategy Business Agility

Author & Concept	Strategy Business Agility	P2P Lending Company				
		Koin Works	Amartaha	Investree	Crowdo	Modalku
Lin et al., 2005	The integration of system technologies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	People,	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	Business processes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	Facilities	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Smith and Sidky, 2009	Plan and deliver software frequently.	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	Use human-centric methods;	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	Disciplines	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

	Collaboration	Yes	N.A*	Yes	N.A*	Yes
	Communication	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Sumber : Results of the writers' analysis (2017)
N.A*: Not Available

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari perspektif Lin et al. (2005), semua perusahaan pemberi *peer-to-peer lending* telah melakukan strategi agilitas bisnis sementara dari perspektif Smith et al. (2009), ini menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan pemberi *peer-to-peer lending* di atas membuat strategi kolaborasi, seperti Amarth dan Crowdo. Amarth dan Crowdo bergantung pada banyak cabang mereka untuk menjadi kompetitif.

Tabel 3 Peer-to-Peer (P2P) Lending

Author & Concept	P2P Lending	P2P Lending Company				
		Koin Works	Amartha	Investree	Crowdo	Modalku
Milne and Parboteeah (2016)	Low fee	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	Provision of credit to some categories	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
	Social value	No	Yes	No	No	No
	Quality and speed of services	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Sumber: Hasil pengolahan data(2018)

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari perspektif Milne dan Parboteeah (2016), semua perusahaan pemberi pinjaman *peer-to-peer lending* telah melakukan berbagai tindakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dengan biaya yang lebih rendah daripada perbankan tradisional, untuk memberikan ketentuan kredit bagi individu dan perusahaan, seperti pinjaman untuk startup baru dan kecepatan dalam proses. Namun, dari lima perusahaan pemberi pinjaman *peer-to-peer lending*, hanya Amarth yang benar-benar berfokus pada nilai sosial dengan

menargetkan pelanggan kepada wanita yang memiliki bisnis mikro.

SIMPULAN

Perusahaan pemberi *peer-to-peer lending* memiliki peluang besar di Indonesia karena orang Indonesia yang memiliki rekening bank hanya 36% dari populasi. Perubahan gaya hidup dan teknologi yang terjangkau adalah perkembangan utama. Agilitas perusahaan pemberi *peer-to-peer lending* dapat terlihat dari kemampuan merespon perubahan pasar dengan menciptakan aplikasi yang mudah digunakan dan mudah diinstal oleh para pengguna handphone atau calon pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih mudah diterima, *user friendly*, lebih *mobile* dan gesit karena tidak terlalu terikat aturan pemerintah seperti bank konvensional. Inovasi, diferensiasi, dan kecepatan layanan adalah kekuatan pendorong untuk meningkatkan daya saing dan menguasai pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Evans, Nicholas D. (2002). *Business Agility Strategies for Gaining Competitive Advantage through Mobile Business Solutions*. United States of America: Prentice-Hall, Inc.
- Eisenhardt and Brown. (1998). *Competing on the edge: strategy as structured chaos*. Long Range Planning, Vol. 31, No. 5, pp. 786 to 789.
- Dove, R. (2001). *Response Ability: The Language, Structure, and Culture of the Agile Enterprise*, New York: John Wiley & Sons.
- Doz, Yves L and Kosonen, Mikko (2009). Long Range Planning 43 (2010) 370e382 2009 Elsevier Ltd.
- Feng, Yan et al. (2015). *Lenders and Borrowers' Strategies in Online Peer-To-Peer Lending Market: An Empirical Analysis of Ppdai*. *Com Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 16, No 3, 2015.
- Hooper, M. J., Steeple, D., Winters, C.N. (2001). *Costing customer value: An approach for the agile enterprise*. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(5/6), 630-644.

- Klafft, M., "Peer to Peer Lending: Auctioning Microcredits over the Internet" *Proceedings of the 2008 Int'l Conference on Information Systems, Technology, and*
- Light, M. A., & Light, I. H. (2008). The geographic expansion of Mexican immigration in the United States and its implications for local law enforcement. *Law Enforcement Executive Forum Journal*, 8(1), 73–82.
- Larrimore et al. (2011). Peer to Peer Lending: The Relationship Between Language Features, Trustworthiness, and Persuasion Success. *Journal of Applied Communication Research* · Vol. 39, No. 1, February 2011, pp. 19_37
- Lin, Ching-Torng, Chiu, Hero, Tseng, Yi-Hong. (2005). Agility evaluation using fuzzy logic. *Int. J. Production Economics* 101 (2006) 353–368
- Milne, Alistair and Parboteeah, Paul. (2016). The Business Models and Economics of Peer-to-Peer Lending. *JEL numbers: G21, G28, L21*.
- Nzewi, Hope N and Moneme, Patrick. (2016). Business Agility and Competitive Advantage of Selected Commercial Banks in Anambra State, Nigeria. *Pyrex Journal of Business and Finance Management Research*, Vol 2 (8) pp. 81-88 September 2016.
- Sambamurthy, V., Bharadwaj, A., & Grover, V. (2003). Shaping Agility Through Digital Options: Reconceptualizing the Role of Information Technology in Contemporary Firms. *Mis Quarterly*, 27(2), 237-63
- Smith, Greg and Sidky, Ahmed. (2009). *Becoming Agile...in An Imperfect World*. Printed in the United States of America: Manning Publications Co.
- Van Oosterhout, M., Waarts, E., & Van Hillegersberg, J. (2006). Change Factors Requiring Agility and Implications for It. *European Journal of Information Systems*, 15, pp. 132-145.
- Yang, Chyan and Liu, Hsian-Ming Liu (2012). Boosting firm performance via enterprise agility and network structure. Emerald Group Publishing Limited: *Management Decision* Vol. 50 No. 6, 2012 pp. 1022-1044
- Yum, Haewon, Lee, Byungtae, Chae, Myungsin (2012). From the Wisdom of Crowds to My Own Judgment in Microfinance through Online Peer-To-Peer Lending Platforms. *Electronic Commerce Research and Applications* 11, 469–483.
- Report**
- State of Indonesia Fintech Industry Report (2016).
 - Fintech Indonesia DailySocial^{id}