



## JURNAL SEKRETARIS DAN ADMINISTRASI BISNIS

Journal homepage: <http://jurnal.asmtb.ac.id>



### Analisis VRIO Model Perusahaan *Fintech* dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan

Fenny Damayanti<sup>1</sup>, Lili Adiwibowo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), <sup>2</sup>Universitas Pendidikan Indonesia (UPI)

<sup>1</sup>fennydamayanti@upi.edu; <sup>2</sup>liliadiwibowo@upi.edu

#### Article info

##### Article history:

Received 17<sup>th</sup> June 2020

Received in revised form 07<sup>th</sup> July 2020

Accepted 19<sup>th</sup> August 2021

##### Kata kunci:

*peer to peer lending, fintech, competitive advantage, resource-based view, VRIO model*

#### Abstrak

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak positif pada bisnis, dimana dengan pemanfaatan teknologi tersebut perusahaan mampu melakukan proses bisnisnya dengan lebih baik dan efisien. Untuk dapat mempertahankan eksistensinya di dunia bisnis, perusahaan perlu memiliki keunggulan kompetitif. Melalui model VRIO, sebuah perusahaan dapat menganalisa kekuatan internal dan eksternal yang dimilikinya. Amarta yang merupakan salah satu perusahaan *peer to peer lending fintech* dituntut untuk memiliki strategi bersaing yang tepat agar dapat *maintain* keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa *resource-based* yang dimiliki Amarta melalui model VRIO. Riset atau studi ini merupakan riset atau studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik yaitu pencarian dokumen dari berbagai sumber, studi literatur, studi dokumentasi seperti laporan OJK, asosiasi *fintech* Indonesia.

Riset ini menghasilkan informasi bahwa Amarta sudah memanfaatkan *resources* yang dimilikinya di beberapa aspek seperti infrastruktur teknologi, SDM untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Agar keunggulan kompetitif ini bisa *sustain*, perlu membangun komunikasi melalui media sosial dengan lebih gencar sebagai langkah untuk meningkatkan jumlah mitra (*borrower* dan *lender*). Sebagai perusahaan *microfinancing* yang lebih banyak melayani mitra perempuan, sebaiknya menciptakan pelatihan berkelanjutan untuk mengedukasi lebih banyak lagi mitra.

© 2021 ASMTB PRESS

## Pendahuluan

Salah satu aspek yang membuat sesuatu industri dianggap mempunyai keunggulan bersaing yaitu mempunyai nilai ekonomis yang lebih besar dibanding dengan industri sejenis yang lain (Barney & Clark, 2007). Faktor eksternal seperti struktur industri (Bain, 1956 dan Porter, 1980) dan faktor internal seperti skala bisnis, *brand* dan kepercayaan pelanggan (Penrose, 1959 dan Wernerfelt, 1984) merupakan hal yang jika sudah dimiliki oleh sebuah perusahaan, dapat dimanfaatkan untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak positif pada bisnis. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut, perusahaan mampu melakukan proses bisnisnya dengan lebih efisien. Perusahaan pembiayaan adalah salah satu yang berhasil memanfaatkan apa yang disebut dengan perkembangan teknologi atau *financial technology (fintech)*., Juanda (2019). Di tahun 2005, Zopa, sebuah perusahaan yang berbasis di Inggris memperkenalkan konsep layanan P2P *lending*, yang kemudian diikuti oleh Amerika. Saat bank tidak lagi menyalurkan kredit karena dampak krisis finansial di tahun 2008, konsep *peer to peer lending* ini banyak diminati sebagai solusi atas masalah keuangan yang dihadapi ([www.koinworks.com](http://www.koinworks.com)).

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sampai dengan kuartal pertama 2020 total jumlah penyelenggara *fintech* terdaftar dan berijin sudah lebih dari 160 perusahaan ([www.OJK.go.id](http://www.OJK.go.id)). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah menyetujui pembukaan delapan perusahaan *fintech lending* (pinjaman *fintech*) di masa pandemi corona. Sebanyak 33 perusahaan telah memperoleh izin. Ketua Umum Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) mengatakan, dengan ijin yang dikeluarkan tersebut membuktikan kredibilitas industri *fintech* yang semakin tinggi di masyarakat. Dengan banyak ijin yang sudah dikeluarkan tersebut diharapkan dapat memperkuat industri *fintech*. ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)).

Perusahaan *peer to peer lending* berusaha menawarkan berbagai jasa kepada calon nasabahnya guna memenuhi kebutuhan dari masing-masing nasabah tersebut. Amartha merupakan perusahaan keuangan mikro yang berdiri pada tahun 2010 yang memiliki misi menghubungkan pelaku usaha mikro dengan pemodal secara *online*. Amartha percaya bahwa dengan memberikan kemudahan untuk mendapatkan akses permodalan bagi usaha mikro tersebut, akan menciptakan dampak sosial dan membangun ketahanan ekonomi bagi rakyat Indonesia ([www.amartha.com](http://www.amartha.com)).

Untuk dapat mempertahankan *continuous sustainability* pada bisnisnya, Amartha dituntut untuk memiliki strategi bersaing yang tepat. Tujuan penelitian ini ingin menganalisis strategi *resource-based view* melalui VRIO model perusahaan P2P *lending fintech*.

## Studi Literatur

### *Financial Technology (Fintech)*

*Financial Technology* atau dikenal dengan *fintech* didefinisikan oleh Bank Indonesia sebagai hasil penggabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi modern. Kehadiran *fintech* memberikan kemudahan akses layanan keuangan bagi nasabah, Rahardjo (2017).

Bank Dunia mendefinisikan *fintech* sebagai industri yang memanfaatkan teknologi untuk menciptakan sistem serta layanan keuangan mereka lebih efektif. Badan Stabilitas Keuangan (FSB) mendefinisikan *FinTech* merupakan suatu pengembangan dalam layanan keuangan yang menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses ataupun produk yang berakibat signifikan pada penyampaian layanan keuangan., Nizar (2017).

Secara universal, layanan keuangan digital yang tengah tumbuh di Indonesia yaitu 1) bank digital. menggambarkan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital buat memenuhi kebutuhan nasabah seperti ATM, EDC, Internet banking, mobile banking serta SMS banking. Memenuhi anjuran dari OJK, sebagian bank sudah meluncurkan layanan keuangan tanpa kantor (*branchless banking*). Hal ini dilakukan guna membantu nasabah yang tidak memiliki akses ke bank. 2) Asuransi digital, yaitu layanan asuransi yang menggunakan teknologi. Banyak perusahaan asuransi yang sudah menggunakan portal/*website* untuk menawarkan produk asuransi., penerbitan polis, menerima laporan klaim. 3) *Payment channel* atau *e-money*. 4) *Crowdfunding* adalah platform pembiayaan kegiatan melalui teknologi digital untuk tujuan investasi dan sosial. 5) *P2P lending* merupakan layanan di bidang keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk menghubungkan lender atau nasabah yang membutuhkan pinjaman dengan pihak investor atau yang bersedia memberikan pinjaman.

### Strategi Bisnis

Kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaannya merupakan pengertian dari strategi bisnis menurut Mahmud & Anomsari (2011).

Strategi bisnis ditampilkan di unit bisnis atau tingkat produk. Strategi ini mengukur daya saing produk atau jasa perusahaan di pasar sasaran atau industri tertentu yang dilayani oleh unit bisnis tersebut., Wheelen & Hunger (2016).

### ***Resource-based View***

Pandangan berbasis sumber daya percaya bahwa bisnis ditentukan oleh karakteristik yang ada dalam bisnis. Model ini berfokus pada pengembangan dan perolehan fitur dan sumber daya berharga yang sulit ditandingi oleh pesaing., Sampurno (2010) . Dalam pandangan RBV, kinerja disebabkan oleh keunikan sumber daya dan kapabilitas perusahaan., Sampurno (2010) sehingga menjadi *economic benefit*, Ferreira, et., al., (2011) serta merupakan proses perumusan strategi untuk membangun keunggulan bersaing (Barney & Hesterly, 2008). Teori RBV menyatakan bahwa sumber daya nyata membantu perusahaan menangkap peluang dan menetralkan ancaman., David (2012). Teori RBV menjelaskan mengenai sumber daya internal yang dimiliki oleh perusahaan. Sukses atau tidaknya sebuah perusahaan akan sangat ditentukan oleh kekuatan dan kelemahan yang ada dalam internal perusahaan, Fahy (2000).

Beberapa studi melihat RBV pada dasarnya setuju bahwa RBV memainkan peran penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif, (Prahalad & Hamel, 1990; Teece, et., al., 1997; Barney & Clark, 2007; Borch & Madsen, 2007; Simon, 2010).

### **Keunggulan Kompetitif**

Perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika mereka memiliki sesuatu yang tidak dimiliki pesaingnya, atau jika mereka berusaha membedakan diri dari pesaingnya. (Kuncoro, 2005; David, 2011). Nilai ekonominya lebih tinggi dari perusahaan lain karena dapat bersaing secara efektif (Barney & Clark, 2007). Keunggulan kompetitif secara berkelanjutan dapat dicapai dengan cara: 1) terus menerus beradaptasi terhadap perubahan tren (kegiatan eksternal) dan kemampuan / kompetensi sumber daya internal 2) efektif merumuskan, menerapkan berbagai strategi untuk menguatkan faktor-faktor tersebut (David, 2011) keunggulan kompetitif adalah jika perusahaan berhasil memperoleh tingkat laba di atas normal, di atas tingkat impas (Peteraf, 1993). Memiliki kinerja ekonomis yang superior (Teece, Pisano & Shuen, 2008). Memiliki profitabilitas yang superior dan keuntungan yang terus bertumbuh (Hill, Jones & Galvin, 2004). Keunggulan kompetitif juga didefinisikan sebagai atribut dan sumber daya organisasi yang memungkinkannya mengungguli orang lain dalam industri produk atau pasar (Chaharbaghi & Lynch, 1999). Porter memperkenalkan definisi keunggulan kompetitif paling populer pada 1980, yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi konsumen dengan harga lebih rendah dari biaya produksi atau konsumen bersedia membayar harga premium karena nilai produk ini dianggap lebih tinggi daripada harga. Perusahaan dianggap memiliki keunggulan kompetitif jika perusahaan dapat menunjukkan kinerja di atas rata-rata atau menghasilkan laba di atas laba biasa secara berkelanjutan (Porter, 1980, 1985).

### **Valuable-Rare- (Low) Imitability-Organization (VRIO)**

Dari pendekatan RBV, J. Barney (1991), Barney & Clark (2007) memperkenalkan konsep SCA (*sustained competitive advantage* / keunggulan kompetitif berkelanjutan), di mana keunggulan kompetitif berkelanjutan akan diperoleh jika sumber daya (resource) dan kapabilitas dikembangkan untuk memenuhi empat dimensi VRIO yaitu (1) *valuable* atau berharga, sesuatu yang bernilai atau menambah nilai pada produk akhir dan konsumen dan sulitnya memperoleh sumber daya ini. Bagian ini juga menjelaskan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan untuk merespon peluang dan ancaman dari lingkungan (2) *rare* atau langka, (3) *low imitability* atau sulit ditiru, dan (4) *organization* atau eksploitasi organisasi. Hill, Charles WL dan Jones (2004, 2008) memperkenalkan konsep "blok bangunan keunggulan kompetitif generik" yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dihasilkan dari (1) kualitas unggul, (2) efisiensi unggul, (3) inovasi unggul, dan (4) respon pelanggan yang unggul. Beberapa peneliti lain memberikan dimensi yang berbeda seperti keunggulan biaya dan keunggulan diferensiasi (Porter, 1985), fleksibilitas (Pearce & Robinson, 1995), kecepatan (Eisenhardt, 1989), dan inovasi (Hamel & Prahalad, 1989; Kim & Mauborgne, 2005). VRIO merupakan *tools* yang dapat digunakan untuk mengukur analisa internal didasarkan kepada sumber daya atau kemampuan VRIO untuk melihat kekuatan ataupun kelemahan internal (Barney & Hesterly, 2015).

### **Metode Penelitian**

Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah sebagai lawan dari penelitian yang bersifat eksperimental. Pengumpulan data menggunakan teknik studi literatur. Unit analisis dari penelitian ini adalah Amartha.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Tentang Amartha**

Salah satu layanan yang disediakan oleh Amartha adalah pendanaan yang diperuntukkan bagi pengusaha mikro di pedesaan yang tidak bisa mendapatkan akses layanan keuangan melalui bank. Amartha *mensupport* mikro khususnya wanita dengan menyediakan kebutuhan dana untuk modal mulai dari Rp 1,5 juta. Amartha menyalurkan pendanaan untuk usaha produktif di tempat mereka tinggal yang saat ini tersebar di berbagai daerah di seluruh Indonesia. Penyeleksian calon nasabah yang akan menerima pinjaman dilakukan dengan algoritma skor kredit. Hal ini untuk menilai kelayakan yang didasarkan atas analisa usaha dan kepribadian. Adanya Grade A, A- hingga E

merepresentasikan kemungkinan keberhasilan bayar dan potensi risiko atau kemungkinan gagal bayar. ([www.amartha.com](http://www.amartha.com))

### Perkembangan *Fintech* di Indonesia

Industri P2P lending mulai dikenal sejak tahun 2016 dan terus berkembang. Usaha kecil dan mikro yang membutuhkan dana untuk modal bisnis bisa mendapatkan layanan keuangan P2P lending. Dengan adanya peminjaman secara *online* memudahkan dan mempercepat UMKM mendapatkan pinjaman. Dengan adanya P2P lending ini *lender* atau investor atau pemberi pinjaman memiliki alternatif berinvestasi dengan imbal hasil yang menarik ([www.modalrakyat.id](http://www.modalrakyat.id)). Berdasarkan data dari OJK, sampai dengan April 2020 terdaftar 161 perusahaan *peer to peer lending*, 25 diantaranya sudah mengantongi ijin ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)). Berdasarkan data yang digambarkan pada tabel di bawah ini, masyarakat Indonesia yang *unbanked* tercatat kurang lebih 90 juta. Hal ini membuka peluang bagi perusahaan *peer to peer lending* untuk membuka akses pendanaan bagi masyarakat *unbanked* yang membutuhkan. Masyarakat *unbanked* adalah masyarakat yang tidak memiliki akses kepada layanan perbankan dimana umumnya masyarakat tersebut tidak memiliki jaminan)

**Tabel 1**  
**Data Masyarakat yang Unbanked**

	Indonesia	Vietnam	Filipina	Thailand	Malaysia
Unbanked	90 juta	50 juta	40 juta	7 juta	2 juta

Sumber: Google, Temasek, Baik & Company, Okt 2019

### *Resource-based View* Amartha (model VRIO)

Dimensi dari VRIO adalah Valuable, Rare, Low Imitability, dan Organization sesuai dengan yang telah dituliskan pada bab studi literature.

Amartha masih mengkonsentrasikan bisnisnya di Jawa Barat khususnya di Subang, Bandung, dan Bogor. Amartha saat ini sudah memiliki 18 cabang Amartha berencana untuk menambah 50 cabang, dan jika proses penambahan cabang ini terealisasi maka di akhir tahun 2017 Amartha akan memiliki 68 cabang ([www.keuangan.kontan.co.id](http://www.keuangan.kontan.co.id)). Dengan banyaknya cabang yang dimiliki Amartha, merupakan sumber daya bagi Amartha untuk terus memperluas jangkauan layanannya kepada para mitra.

Dengan memanfaatkan teknologi, Amartha hadir memberikan solusi pendanaan bagi mitranya. Berbasiskan teknologi juga Amartha meng*create scoring* kredit sebagai salah satu *tools* untuk menyeleksi calon mitra (*borrower*).

Amartha memiliki SDM yang kompeten di bidangnya, mulai dari *founder* sekaligus *CEO*, *Chief Commercial Officer*, *Chief Risk & Sustainability Officer*, *Chief Technology Officer*, *VP of Operations*, dan *Chief Financial Officer* ([www.Amartha.com](http://www.Amartha.com)). Amartha juga memiliki tim pendamping yang secara periodik berkeliling mengunjungi mitra untuk memberikan pelatihan tentang bisnis. Sebelum mendirikan Amartha, pemilik Amartha melakukan penelitian terlebih dahulu mengenai bagaimana cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hasil riset didapat yaitu pembukaan akses keuangan bagi masyarakat yang membutuhkan juga pelatihan bisnis untuk masyarakat ([www.ekonomi.kompas.com](http://www.ekonomi.kompas.com), Desember 2018)

Amartha merupakan P2P *lending* Indonesia terbaik ke-2 dan terpercaya yang terdaftar di OJK ([www.investasi.online](http://www.investasi.online)). Selain menyandang gelar sebagai perusahaan terbaik ke-2, Amartha juga telah membantu 42 ribuan perempuan menjalankan berbagai jenis usaha sejak 2010 ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Hal ini membuktikan bahwa *brand* Amartha sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan sudah mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Sebagai upaya mengelola resiko bisnisnya, Amartha telah terdaftar dan diawasi oleh pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Amartha juga bekerjasama dengan perusahaan penjaminan kredit Jamkrindo dan asuransi jiwa untuk mitra, untuk mengurangi kredit macet. Amartha menerapkan sistem pendanaan kelompok untuk menguatkan semangat gotong royong apabila terjadi kredit macet ([www.Amartha.com](http://www.Amartha.com)).

Amartha melayani usaha kecil dan mikro yang dikelola wanita. Menurut *owner* dan CEO Amartha, perempuan dianggap paling berkomitmen dan tepat waktu membayar kewajibannya ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id), Mei 2018). Amartha, sejak berdirinya, sudah membantu sekitar lima ratusan desa yang memiliki produk usaha bermacam-macam dengan membentuk kelompok usaha perempuan produktif usia 20 sampai 30 tahun yang kemudian mendapatkan bantuan permodalan hingga usaha mereka berhasil. ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id), September 2017).

## **Simpulan dan Saran**

Amartha sudah memanfaatkan *resources* yang dimilikinya di beberapa aspek seperti infrastruktur teknologi, SDM untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Peluang Amartha untuk memperoleh lebih banyak *lender* masih terbuka lebar mengingat ada 90 juta orang yang belum tersentuh oleh bank, sesuai yang ditampilkan pada tabel 1 di atas. Dengan terus meningkatnya pengguna internet hal ini juga membuka peluang bagi bisnis dengan *platform* berbasis internet untuk meraih *market share*.

Agar keunggulan kompetitif ini bisa *sustain*, perlu membangun komunikasi melalui media sosial dengan lebih gencar sebagai langkah untuk meningkatkan jumlah mitra (*borrower* dan *lender*).

Sebagai perusahaan *microfinancing* yang lebih banyak melayani mitra perempuan, sebaiknya menciptakan pelatihan berkelanjutan untuk mengedukasi lebih banyak lagi mitra. Dengan demikian diharapkan kepercayaan masyarakat akan semakin meningkat sehingga lebih banyak lagi masyarakat yang berminat untuk menggunakan jasa Amartha.

### Daftar Pustaka

- Bain, J.S. (1956). *Barriers to new competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120
- Barney, J.B and Clark, D.N. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press.
- Barney, J. B. dan Hesterly, W.S. (2008). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*, ED. 2. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Barney, J. B. dan Hesterly, W.S. (2015). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*, ED. 5. England : Pearson Education Limited.
- Borch, Odd Jarl & Madsen, Einar Lier. (2007). Dynamic Capabilities Facilitating Innovative Strategies in SMEs. *International Journal Technopreneurship*. Vol1. No.1. P.111.
- Chaharbaghi, K., & Lynch, R. (1999). Sustainable Competitive Advantage : Towards a Dynamic Resource-Based Sustainable competitive advantage : towards a dynamic resource-based strategy. *Management Decision*, 37(1), 45–50. <https://doi.org/10.1108/00251749910252012>
- David, R. Fred. (2011). “*Strategic Management : Concept and Cases*” 13ed. Pearson Education Inc., Publishing as Prentice Hall Upper Saddle River, New Jersey, 07458, USA.
- David, Fred R. (2012). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Making Fast Strategic Decisions in High-Velocity Environments. *Academy of Management Journal*, 32(3), 543–576. <https://doi.org/10.2307/256434>
- Fahy, John. (2000). “*The Resource View of the Firm : Some Stumbling-Blocks on the Road to Understanding Sustainable Competitive Advantage*”. *Journal of European Industrial Training*, 24/2/3/4, pp.94-104.
- Ferriera, J.J; Azevedo, G.S dan Fernandez, R. (2011). “ *Contribution of Resource Based View and Entrepreneurial Orientation on Small Firm Growth*”. *Cuadernos de Gestin*, Vol 11, no 1, pp.95-104.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1989). Strategic Intent. *Harvard Business Review*, (May-June 1989), 63–76
- Hariadi, Bambang. (2003). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Hill, C., Jones, G., & Galvin, P. (2004). *Strategic Management: An Integrated Approach*. *Strategic Management: An Integrated Approach* (11th Editi). Stamford, CT: Cengage Learning. <https://doi.org/10.2218/ijdc.v5i1.148>
- Hill, Charles W. L.; Jones, G. R. (2008). *Strategic Management: An Integrated Approach* (9th Edition). South-Western, Cengage Learning.
- Juanda. (2019). Tantangan Digitalisasi Keuangan untuk Capaian SDGs
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market*



*Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press.

Kuncoro, Mudrajat. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

Mahmud dan Anomsari, Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang), Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011), 2011, hal. 3

Mukhtar, Damanhuri Fajril & Rahayu, Yuliasuti. (2019). Analisis Pendanaan Modal UMKM Melalui Financial Technology Peer to Peer Lending (P2P). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol. 8 No. 5

Nizar, M. (2017). Teknologi Keuangan Fintech Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal* 4(5): 55-60.

Penrose, E.T.(1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: John Wiley & Sons

Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179–191.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (1995). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. McGraw Hill (Vol. 16). New York.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing-Industries and Competitors*. The Free Press (First Edit). New York: The Free Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining-Superior Performance*. New York: The Free Press.

Prahalad,C.K & Gary Hamel. (1990). *The Core Competence of The Corporation*. *Harvard Business Review*. June 79-91.

Rahardjo, B. (2017). Fintech: Layanan Baru, Ancaman Baru. <https://indeks.kompas.com>.

Sampurno. (2010). *Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Simon, A., (2010). Resources, Dynamic Capabilities and Australian Business Success. *Journal of Global Business and Technology*, Vol.5 No.2, 13-30.

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7): 509-533.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2008). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(March), 509–533.  
[https://doi.org/10.1142/9789812834478\\_0002](https://doi.org/10.1142/9789812834478_0002)

Tunggal, Amin Widjaja. (2004). *Manajemen Strategik*. Edisi Pertama. Jakarta: Harvarindo

Wheelen Thomas L & Hunger, David J. (2016). *Strategic Management and Business Policy*. Ninth Edition. Prentice Hall. PP. 67-89.

Wernerfelt, B.(1984). “A Resource-based View of the Firm”, *Strategic Management Journal*, 5:171-80

Andri, Yustinus; 2020; <https://finansial.bisnis.com/read/20200424/563/1232181/ini-profil-amartha-perusahaan-milik-andi-taufan>

<http://koinworks.com/id/education-center/industripeer-to-peer-lending>  
<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-30-April-2020.aspx#:~:text=%E2%80%8BSampai%20dengan%2030%20April,sudah%20terdaftar%2Fberizin%20dari%20OJK>  
<https://katadata.co.id/berita/2020/06/02/bertambah-8-perusahaan-33-fintech-lending-dapat-izin-ojk>  
[https://amartha.com/id\\_ID/tentangkami/?https://amartha.com/&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=amartha-nella-version-2\\_id\\_search\\_competitor\\_koinworks\\_BIDCPC\\_clicks+investasi&utm\\_term=koinwork\\_kwd-317873123031&gclid=EAIAIQobChMIzI7-zsmA6gIVWQ4rCh26KwYyEAAYASABEgLwC\\_D\\_BwE](https://amartha.com/id_ID/tentangkami/?https://amartha.com/&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=amartha-nella-version-2_id_search_competitor_koinworks_BIDCPC_clicks+investasi&utm_term=koinwork_kwd-317873123031&gclid=EAIAIQobChMIzI7-zsmA6gIVWQ4rCh26KwYyEAAYASABEgLwC_D_BwE)  
<https://katadata.co.id/berita/2018/05/26/amartha-spesialis-pemberi-kredit-mikro-bagi-perempuan>  
<https://investasi.online/peer-to-peer-lending-indonesia-terbaik/>  
<https://republika.co.id/berita/owvtdw423/amartha-bantu-ribuan-perempuan-indonesia-untuk-berwirausaha>  
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/17/220000226/cerita-fintech-amartha-yang-ingin-menyejahterakan-perempuan-di-desa>  
<https://www.modalrakyat.id/blog/menelisik-sejarah-dan-perkembangan-p2p-lending>  
<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-30-April-2020.aspx>  
<https://keuangan.kontan.co.id/news/pacu-pembiayaan-amartha-ekspansi-50-cabang>