



# ANALISA PEMASARAN PLATFORM P2P LENDING SYARIAH PADA PT ALAMI FINTEK SHARIA

Saifuddin<sup>1</sup>, M Hadziq Affan<sup>2</sup>

Universitas Nurul Jadid

## Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran Investasi Peer to peer lending pada PT. Alami Fintek Sharia (Alami). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran platform pemasaran Fintech P2P (Alami) untuk meningkatkan konsumen dalam pendanaan UMKM. Teori utamanya adalah Marketing Mix (4P). Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran Tim pemasaran di PT. Alami Fintek Sharia (Alami). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan riset kepustakaan (library research). Hasil dari penelitian ini adalah produk yang ditawarkan oleh Alami berbeda dengan produk lainnya dan memberikan manfaat bagi pengguna sehingga pengguna dapat menarik daya beli konsumen. Harga yang ditawarkan juga terjangkau, hal ini juga menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk membantumenentukan pilihan mereka dalam berinvestasi menggunakan Alami.

**Kata kunci:** *Strategi, Peer to Peer dan Marketing Mix*

## Abstract

This research is focused on the investatation marketing strategy of Peer to peer lending investment at PT. Alami Fintek Sharia (Alami). The purpose of this research is to improve the marketing strategy of the Fintech P2P (Alami) marketing platform to increase consumers in UMKM funding. The main theory is Marketing Mix (4P). The object of this research is the marketing strategy of the marketing team at PT. Alami Fintek Sharia (Alami). The research method used qualitative with a library research approach. The results of this research are the products that offered by Alami are different from other products and provide benefits for users so that users can attract consumers' purchasing power. The price offered is also affordable, this is also one of the attractions for consumers to help determinings their choice in investing using Alami.

**Keyword:** *Strategi, Peer to Peer dan Marketing Mix*

*Paper type: Research paper*

\*Corresponding author: [saifuddin.unuja@gmail.com](mailto:saifuddin.unuja@gmail.com)

Received: March 06, 2023; Accepted: March 16, 2023; Available online: April, 02, 2023

## Cite this document:

Saifuddin, & Affan, M. H. (2023). Analisis Pemasaran Platform P2P Lending Syariah pada PT Alami Fintek Sharia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 436-448. doi:<http://dx.doi.org/10.30651/jms.v8i1.17706>

---

Copyright © 2022, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah proses peningkatan output dari waktu ke waktu menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara (Ma'ruf et al., 2008). Era modern diidentikkan dengan era masyarakat digital. Semua aktivitas manusia digerakkan dengan serangkaian teknologi digital (Ngafifi, 2014). Perkembangan teknologi dalam kehidupan dimulai dari proses sederhana dalam kehidupan sehari-hari samapai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk sosial (Danuri et al., 2019). Sektor teknologi terus berkembang, mulai dari teknologi pertanian, teknologi industri, teknologi informasi, dan teknologi komunikasi dan informasi. Perkembangan ini sangat berdampak dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, bahkan setiap orang tertarik untuk menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi ini.

Pada umumnya aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh manusia rata-rata berkaitan dengan online atau internet, beberapa profesi usaha bisnis yang dijalankan juga membutuhkan internet dalam memudahkan aktivitas mereka, salah satunya adalah berkomunikasi jarak jauh. Dengan adanya teknologi dan internet, setiap kegiatan dan aktivitas juga dimudahkan (Jerly Engelina, 2022).

Sebuah strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk dapat meraih objek yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan membuahkan keuntungan. Digital Marketing adalah sebagai salah satu media pemasaran yang saat ini diminati oleh masyarakat karena kemudahan mengakses pasar untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan (Theresia Pradiani, 2017).

Dengan adanya teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut (Agung et al., n.d.). Perkembangan teknologi turut mempengaruhi sektor keuangan di Indonesia. Industri jasa layanan keuangan seolah menjadi trend baru ditengah masyarakat. Secara tidak langsung, hal ini sebagai wujud perkembangan dunia bisnis yang terus berjalan dinamis dan pembaharuan (Ningsih, 2020). Teknologi membuat Masyarakat tidak hanya meleak perekonomian tapi juga financial dengan penawaran layanan dan produk yang menarik, kita tahu bahwa uang sampai saat ini masih menjadi sumber permasalahan utama dalam perekonomian masyarakat.

Financial Technology (Fintech) sebagai pembaharuan fasilitas keuangan menggunakan teknologi online. Hal ini adalah dampak dari munculnya revolusi industri 4.0 yang merupakan era yang dimana semua entitas yang terdapat didalamnya dapat saling berinteraksi kapan saja dengan memanfaatkan internet maupun CPS yang berguna dalam mencapai tujuan untuk tercapainya kreasi berbagai nilai-nilai baru maupun pengoptimalisasian nilai yang telah ada di setiap aktivitas keindustrian (Sekar Dewi Kulsum et al., n.d.).

Layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi sudah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No.77/2016 tentang pinjam meminjam uang berbasis teknologi, sejak aturan itu terbit pada 28 Desember 2016 jumlah perusahaan P2P Lending kian bertambah. Kemajuan fintech P2P lending beberapa tahun lalu

sangat pesat, peminat dan pengguna jasa baik dari pemberi pinjaman maupun pencari pinjaman sangat besar (Serlika Aprita, 2021).

Di Indonesia, perusahaan online peer-to-peer lending mulai muncul secara legal pada tahun 2017 (OJK, 2018). Direktori Fintech OJK Sampai dengan Juni 2018, 64 perusahaan fintech peer-to-peer lending telah terdaftar yang beroperasi secara legal di Indonesia. Sedangkan yang belum mendaftar ke OJK juga banyak. Hal ini menunjukkan bahwa model bisnis pembiayaan ini sangat memiliki potensi dan prospek pertumbuhan yang bagus (Baihaqi, 2018). Dari 64 perusahaan fintech tersebut, hanya sedikit perusahaan yang bergerak dengan prinsip Syariah. Padahal peluang penyaluran pembiayaan Syariah di Indonesia sangat tinggi.

Fatwa nomor 117/DSN-MUI/IX/2018 tersebut juga mengharuskan perusahaan fintek syariah menggunakan akad yang memenuhi prinsip keadilan, keseimbangan, dan kewajiban yang sesuai dengan syariah dan perundangan yang berlaku. Akad yang digunakan sesuai dengan karakteristik layanan pembiayaan adalah al-ba', ijarah, mudharabah, musyarakah, wakalah bil ujah, dan qardh (Iskandar et al., n.d.). Bukti transaksi akad dalam bentuk sertifikat elektronik harus divalidasi oleh pengguna melalui tanda tangan elektronik yang sah dengan penjelasan ketentuan bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah. pendapat tersebut juga memperbolehkan pihak penyelenggara layanan untuk mendapat ujah atau biaya dalam prinsip ijarah.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), di Indonesia perusahaan Fintech terbagi kepada beberapa sektor, yaitu: 1) financial planning, 2) lending, 3) crowdfunding, 4) aggregator, 5) payment, dan 6) fintech lainnya. Menurut Hadad menjelaskan bahwa perusahaan Fintech di Indonesia didominasi oleh sektor pembayaran (payment) sebesar 42,22%, sektor pinjaman (lending) 17,78%, sektor agregator sebesar 12,59%, sektor perencanaan keuangan (financial planning) sebesar 8,15%, sektor crowdfunding sebesar 8,15%, dan sektor fintech lainnya sebesar 11,11% (Nafiah Rohmatun et al., 2019).

Dari beberapa pembagian layanan fintech tersebut, penulis mencoba melakukan penelitian menggunakan jenis riset kepustakaan (library research) kepada salah satu layanan fintech yakni P2P Lending yang bergerak dalam jenis usaha syariah, dimana layanan ini menawarkan layanan dan produk yang menarik minat masyarakat sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi pendanaan dan pembiayaan. Salah satu layanan fintech peer to peer lending yang menawarkan pelayanan dan produk yang menarik adalah PT. Alami Fintek Sharia. Semua layanan yang tertera pada laman alami sharia mulai dari pendanaan Alami *Funder apps* dan pembiayaan Invoice financing yang menggunakan akad wakalah bil ujah dan qardh sebagai bentuk ekonomi islam modern.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, penulis mencoba memberikan edukasi melalui tulisan ini tentang literasi bagi masyarakat khususnya fintech p2p yakni terkait strategi pemasaran P2PL yang mekanisme pendanaannya menerapkan akad wakalah bil ujah dan qardh pada pembiayaan invoice financing di PT. Alami Fintek Sharia yang

sewaktu-waktu bisa bermanfaat bagi masyarakat dengan cara meneliti dan menganalisis penelitian ini.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1. Pemasaran**

Pemasaran (Marketing) adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang tujuannya untuk memberikan informasi tentang barang atau jasa dalam kaitannya dengan kebutuhan dan keinginan manusia. sebuah konsep perusahaan yang mengatur dirinya sendiri dan seluruh kegiatan bertujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan bagi hasil kepada pemegang saham(T. Prasetyo Hadi Atmoko, 2018).

strategi pemasaran menjelaskan tujuan yang berkaitan dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) sendiri terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat.

### **2.2. Fintech**

Dalam mewujudkan terciptanya layanan kepada masyarakat dengan menggunakan komputer sudah tidak asing lagi. Komputer sudah memiliki peranan yang penting di bidang keuangan (financial). Istilah Fintech atau financial technology adalah penggabungan dari pengelolaan keuangan menggunakan sistem technology(Winarto, 2020). Financial technology (fintech) adalah sebuah istilah untuk inovasi dalam jasa finansial, dimana teknologi adalah kuncinya. Menurut Bank Indonesia financial technology/fintech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat bertransaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dilakukan dalam hitungan detik saja(Dwi Pambudi, 2019).

Financial teknologi dalam model bisnis merupakan hasil kombinasi antara teknologi dan keuangan. Teknologi finansial adalah suatu inovasi pada sektor keuangan yang berkembang sangat pesat seiring adanya sharing economy, serta peraturan pemerintah dalam kemajuan teknologi informasi.

World Economic Forum menjelaskan bahwa sebuah bisnis yang inovatif di sektor keuangan salah satunya adalah Fintech. Inovasi keuangan ini berupa pemanfaatan teknologi untuk dapat menghasilkan cara baru seperti halnya dalam lembaga keuangan seperti simpanan pinjaman, investasi dan e payment(Winarto, 2020).

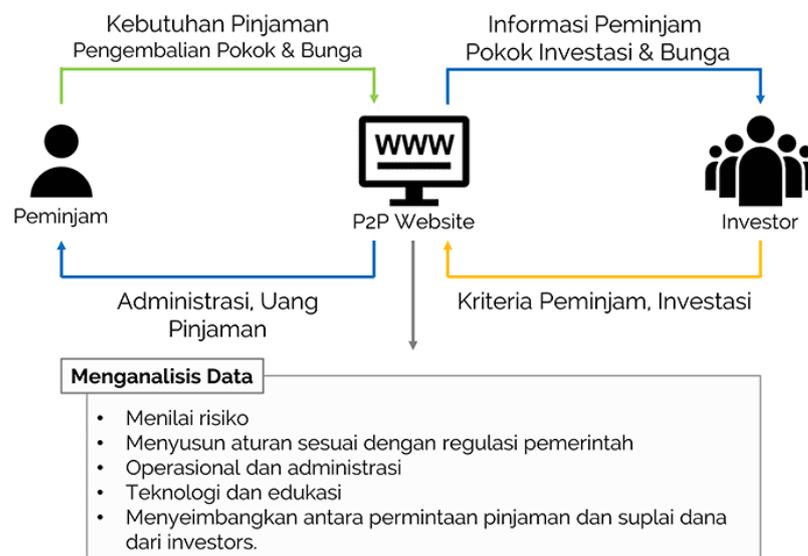
Konsep teknologi finansial meliputi layanan keuangan berlandaskan sistem digital yang telah berkembang di Indonesia seperti digital banking, online digital insurance, payment channel system, to Peer (P2P) Lending, maupun crowd funding merupakan adaptasi dari perkembangan teknologi yang menyandingkan antara sector finansial dengan kemajuan teknologi, sehingga kedepannya proses transaksi keuangan akan menjadi lebih canggih, mudah dan aman(Yudhira, 2021). layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia, yaitu payment channel system, digital banking, online

digital insurance, Peer to Peer (P2P) Lending, serta crowd funding(Adhitya et al., 2017).

Di Indonesia Fintech dikategorikan menjadi Sistem Pembayaran (Payment, Settlement, and Clearing); Pendukung Pasar (Market Aggregator); Manajemen Investasi dan Manajemen Risiko (Personal/FinancialPlanning); Pinjaman, Pembiayaan, dan Penyediaan Modal (Crowdfundingand P2PLending); dan Jasa Finansial Lainnya (Others)(Fawzi Bhakti Prestama et al., n.d.).

### 2.3. Peer To Peer Lending

Layanan Pinjam-Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi atau biasa dikenal Peer to Peer Lending memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada peminjam mendapatkan pinjaman terjangkau dengan proses mudah dan cepat, sedangkan pemberi pinjaman mendapatkan pengembalian(Priyonggojati, 2019). Bentuk inovasi teknologi bidang pelayanan jasa pinjaman/pembiayaan/pendanaan yang dapat membantu masyarakat dalam mengakses pembiayaan/pinjaman untuk memajukan usahanya. singkatnya P2P Lending merupakan penyelenggaraan suatu layanan keuangan dengan mempertemukan antara pemberi modal (lender) dan penerima pinjaman (borrower). Hal ini ditunjukkan pada gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1 menggambarkan bagaimana garis besar cara kerja platform peer to peer lending di Indonesia. Penyelenggara peer to peer lending sebagai pengelola platform peer to peer lending melaksanakan kegiatan usahanya dengan menciptakan suatu marketplace(tempat bertemunya pemberi pinjaman dan penerima pinjaman) dimana pemberi pinjaman mendapatkan akses informasi lewat platform peer to peer lending untuk melihat profil calon peminjam.

Di Indonesia terdapat 103 fintech yang telah terdaftar dan berizin di OJK per 3 Januari 2022 yang dimana terdapat 95 perusahaan konvensional seperti PT. Amarta Mikro Fintech, PT. Pintar Inovasi Digital, PT. Akseleran Keuangan Inklusif Indonesia dll, serta 8 perusahaan berbasis syariah seperti PT. Ammana Fintech Syariah, PT. Alami Fintek Sharia, PT. Dana Syariah Indonesia dll.

### **Aturan Hukum Layanan Peer To Peer Lending**

- a. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016  
Pada peraturan ini menerangkan tentang LPMUBTI (Lembaga Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi) yang diartikan sebagai penyelenggaraan layanan jasa finansial yang mempertemukan antara pemberi dan penerima dimana pinjaman tersebut dalam bentuk mata uang rupiah secara langsung dengan sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.
- b. Pasal 39 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016  
Sesuai dengan Pasal 39 POJK "Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang dengan cara apapun, memberikan data dan/atau informasi mengenai Konsumen nya kepada pihak ketiga".
- c. Pasal 47 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK)  
Pasal ini membahas mengenai fintech P2P lending yang sudah terdaftar di OJK mengenai sanksi administratif seperti sanksi tertulis, sanksi denda, dan pembatasan kegiatan usaha serta pencabutan izin.
- d. Pasal 31 ayat (1) pojk nomor 1/pojk.07/2013  
Pasal ini membahas Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan menyebutkan bahwa "Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang dengan cara apapun, memberikan data dan/atau informasi mengenai Konsumen nya kepada pihak ketiga." Artinya yang menjadi aspek penting dalam perlindungan konsumen/debitur di sektor jasa keuangan adalah kerahasiaan dokumen.
- e. Pasal 9 Huruf C Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK)  
berisi tentang kewenangan OJK untuk mengawasi, memeriksa, menyidik, perlindungan konsumen, dan tindakan lain terhadap lembaga jasa keuangan.
- f. Pasal 28 Gayat (1) UUD 1945 tentang Menjamin Hak Privasi Dari Warga Negara  
Pasal ini berisikan setiap orang memiliki hak atas perlindungan diri pribadi atas tindakan atau perbuatan yang dilakukan, termasuk hak konsumen dalam melakukan segala aktifitasnya dengan perusahaan fintech P2PL.
- g. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2017  
Peraturan ini berkaitan dengan BSSN (Badan Siber dan Sandi Negara), yang memiliki fungsi mengidentifikasi, mendeteksi, proteksi dan

penanggulangan kejahatan e-commerce untuk keamanan data(Serlika Aprita, 2021).

### **Akad-akad yang Ditawarkan pada Peer To Peer Lending Syariah**

Dalam fatwa DSN MUI Nomer 117/DSN-MUI/II/2018 ada 6 akad yang ditawarkan terkait layanan pembiayaan yang berbasis teknologi informasi antara lain:

a. Al-ba'i

Akad jual-beli yang melibatkan penjual dan pembeli sehingga terjadi perpindahan kepemilikan obyek

b. Ijarah

Akad pemindahan hak guna (manfaat) atas jasa atau barang dalam waktu tertentu disertai upah atau ujarah.

c. Mudharabah

Akad kerjasama mudharib dan shahibul mal yang dimana keuntungan dan kerugian disepakati sesuai nisbah dan di tanggung sesuai kesepakatan kedua pihak. Penerapannya pada P2PL akan menemukan dana untuk peminjam, setelah berhasil, hasilnya akan didistribusikan sesuai kesepakatan rasio.

d. Wakalah bil ujah

Pelimpahan kuasa dari muwakkil ke wakil dalam melakukan tindakan hukum tertentu yang boleh diwakilkan disertai fee atau ujah

e. Musyarakah

Sebagai akad kerjasama antara dua pihak atau lebih yang masing - masing pihak memberikan kontribusi modal usaha berupa dana dengan ketentuan dibagi sesuai nisbah dan kerugian ditanggung para pihak dengan proposional.

f. Qard

Akad pinjam meminjam dengan ketentuan pemimjam dana harus mengembalikan ke pemberi pinjaman sesuai waktu yang ditentukan dan pengembalian uang yang diterimanya sebesar jumlah pokok pinjaman(Yudhira, 2021).

### **Risiko Usaha Peer To Peer Lending**

a. Risiko waktu dan tunggu investasi dimulai

Pemberi pinjaman memberikan dananya namun belum sampai kepada penerima di hari pertama sehingga terdapat waktu uang menganggur.

b. Risiko tidak bisa menarik investasi di tengah jalan

Terjadi ketika masa pinjaman berakhir, pemberi pinjaman tidak bisa menarik pinjaman yang telah diberikan ke peminjam sewaktu-waktu.

c. Risiko telat bayar

Peminjam telat membayar bunga atau pembayaran pokok pinjaman yang mengakibatkan adanya denda.

d. Risiko gagal bayar

Disebut juga dengan kredit macet, bukan hanya terjadi pada perbankan, resiko gagal bayar juga bisa dialami oleh perusahaan fintech P2PL.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Alami Fintek Sharia, dengan menggunakan jenis riset kepustakaan (library research) dimana peneliti memanfaatkan sumber kepustakaan yang ada untuk memperoleh data. Dalam setting penelitian ini berlokasi pada perusahaan fintech yaitu PT. Alami Fintek yang beralamat di plaza 89 lantai 12, jalan Rasuna Said No. 6, RT.2/ RW.5, Kuningan, Karet kuningan, Kecamatan setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12920.

Peneliti memilih Alami Sharia sebagai objek yang akan diteliti karena peneliti memiliki tujuan untuk mengungkap bagaimana sistem pemasaran Alami menggunakan mekanisme pendanaan dan implementasi pembiayaan menggunakan akad wakalah bil ujroh guna mengedukasi masyarakat dengan adanya fintech yang syariah dan tentunya juga untuk kenyamanan pengguna.

Teknik pengumpulan data dengan cara pendokumentasian menggunakan metode library research yaitu dengan study kepustakaan. Teknik ini merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan fakta dan informasi di lapangan dan sebuah langkah strategis untuk memperoleh data. Pengumpulan data dengan cara mencari sumber dan merkontruksi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah ada. Metode analisis menggunakan analisis konten dan analisis deskriptif. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi dianalisis secara kritis dan mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasan(Rijal Fadli, 2021).

### 4. Hasil dan Pembahasan

PT. Alami Fintek Sharia adalah perusahaan platfrom fintech peer to peer lending yang bergerak dibidang usaha syariah, yang awal mula didirikannya Alami dimulai dari ide sebuah visi yang kemudian pendiri mengikuti kompetisi modal ventura yang diadakan oleh INSEAD di Singapura dan berhasil sebagai runner up sehingga mendapatkan grant yang digunakan untuk melaksanakan dan mengembangkan ide. Adanya financial teknologi akan meningkatkan persentase sistem keuangan syariah yang dulunya 5-6% yang tak sebanding dengan jumlah populasi penduduk muslim yakni sekitar 90%.

#### 4.1. Strategi Pemasaran Alami Fintek Sharia

Straegi pemasaran produk perusahaan sangatlah penting untuk meningkatkan kelancaran usahanya. Ada beberapa Strategi pemasaran yang digunakan oleh Alami:

##### a) Product

Alami menawarkan produk:

- a. Pendanaan bagi orang yang ingin melakukan pendanaan melalui Alami Funder apps yang dapat berkontribusi membantu UMKM yang membutuhkan dana.

## b. Pembiayaan

- 1) Invoice Financing yakni penagihan piutang dengan adanya invoice (bukti tagihan) baik itu dengan talangan (qardh) maupun tidak
- 2) Ecosistem financing sebagai pemantauan atau penilaian oleh anggota ekosistem dari mitra Alami sharia untuk UMKM secara internal sebelum diajukan kepada Alami sharia.

## b) Price

Harga (dalam hal ini adalah minimal pendanaan dan maksimal pendanaan) yang ditemukan pada penelitian ini yaitu pendanaan yang ditawarkan kepada setiap pengguna, karena harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran. Minimal pendanaan pada Alami adalah 1.000.000 dan maksimal pendanaan adalah 1 miliar rupiah, tapi di Alami sering ada event-event atau promo-promo dengan pendanaan minimal 100.000 yang akan diinformasikan pada instagram Alami.



## c) Place

Dari hasil penemuan peneliti, Alami bergerak dalam bidang fintech yang dimana sebagai jembatan investor untuk pendanaan kepada mitra yang membutuhkan pendanaan melalui kerjasama dengan Alami dan sudah bisa dijangkau oleh masyarakat Indonesia melalui aplikasi dan website Alami.

## d) Promotion

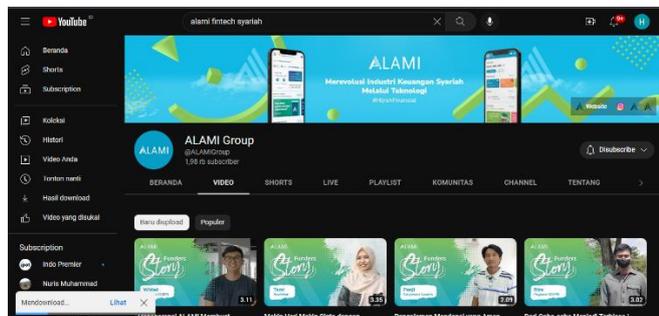
Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada beberapa macam cara yang digunakan Alami untuk mempromosikan produk mereka, yaitu:

- Instagram  
Saat ini Instagram Alami memiliki 699 postingan dengan 40.400 followers. Didalam Instagram ini, Alami membagikan informasi mengenai pendanaan baru atau yang sudah bergabung dengan mereka, promo-promo menarik, event yang diadakan dll.



- Youtube

Saat ini Youtube milik Alami memiliki 1.980 Subscriber dan 76 vidio. Dalam youtube ini, Alami memberikan riview edukasi solusi bisnis melalui inovasi produk dan teknologi seperti Hijra bank, P2P Alami dll.



- Twitter

Saat ini twitter Alami sudah memiliki 506 pengikut, dan bergabung sejak Desember 2019. Postingan-postingan dalam twitter milik Alami brisikan promo-promo yang sedang atau akan berlangsung, edukasi produk alami serta dokumentasi bakti sosial pihak alami.

- Facebook

Alami memiliki 9.745 orang yang menyukai halaman facebooknya, serta mendapatkan 9.834 pengikut. Facebook ini digunakan untuk mempromosikan promo-promo, hijrah finansial, dan rekam jejak alami dalam memajukan industri keuangan syariah.

- Website & Blog



Berikut adalah tampilan depan website Alami dengan kolom How It Work (cara pemakaian Alami), profil Alami, Acara, bantuan dan kolom Blog (informasi bonus pendanaan).

- Seminar

Pada website Alami terdapat kolom acara yang dimana salah satunya **Seminar offline Hijra Engineering Talks** sebagai Proses identifikasi dan menghilangkan bug (debugging) dalam sebuah aplikasi atau software menjadi hal penting yang dilakukan agar performa software lebih baik. Dalam melakukan debugging, ada beberapa teknik yang bisa digunakan untuk menghentikan bug sebagai kenyamanan pengguna Alami.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Dari pembahasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa pendanaan P2P yang ditawarkan oleh Alami sudah lumayan jelas dan mudah dapat diakses pada laman akun resmi Alami. pendaan selain memakai aplikasi juga bisa melalui web laman Alami untuk mempermudah masyarakat dalam pendanaan, data-data investor terjamin aman dengan standar sertifikasi dan pengawasan OJK. Minimal pendaan juga terdapat promo-promo sebagai daya tarik masyarakat untuk ikut andil dalam kemajuan financial syariah di Indonesia. Alami menggunakan advertising BTL yaitu Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, dan ATL yaitu Website dan Blog.

## 6. Daftar Pustaka

Adhitya, I., & Chrismastianto, W. (2017). *Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia* (Vol. 20, Issue 1). Retrieved from [www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com)

- Agung, E., Dosen, W., Program, T., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (n.d.). *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis*.
- Baihaqi, J. (2018). Financial Technology Peer-To-Peer Lending Berbasis Syariah di Indonesia. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 1(2). Retrieved from <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/tawazun/index>
- Danuri, M., Informatika, M., Teknologi, J., & Semarang, C. (2019). *Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital*.
- Dwi Pambudi, R. (2019). *Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa Uin Walisongo*. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony>
- Fawzi Bhakti Prestama, Iqbal, M., & Riyadi, S. (n.d.). *Potensi Finansial Teknologi Syariah Dalam Menjangkau Pembiayaan Non-Bank*.
- Iskandar, E., Prodi, D., Syariah, P., Ar-Raniry, U., Dosen, A., Perbankan, P., Uin, S., Raniry, A., Katrin, N., & Prodi, M. (n.d.). Lending Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Pada Pt. Ammana Fintek Syariah) Analysis Of Financing Procedures And Risk Management In Peer To Peer (P2p) Lending Shariah Company In Indonesia (Case Study At Pt. Ammana Fintek Syariah). In *Jurnal J-Iskan* (Vol. 1, Issue 2).
- Jerly Engelina, 2)Nasar Buntu Laulita. (2022). Mengimplementasikan Strategi Promosi atau Membangun Brand Image Media Digital Online PT. Naga Jaya Putra Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* , 3, 1264–1271.
- Ma'ruf, A., & Latri Wihastuti. (2008). PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA: Determinan dan Prospeknya. In *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan* (Vol. 9, Issue 1).
- Nafiah Rohmatun, Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah Rohmatun Nafiah Ahmad Faih. *Iqtishadia*, 6. doi: 10.19105/iqtishadia.v6i2
- Ningsih, D. R. (2020). *Peran Financial Technology(Fintech) Dalam Membantuperkembangan Wirausaha Umkm*.
- Priyonggojati, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Pinjaman Dalam Penyelenggaraan Financialtechnologyberbasis Peer To Peer Lending. In *Jurnal USM Law Review* (Vol. 2, Issue 2).
- Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. doi: 10.21831/hum.v21i1
- Rafsanjani, H., & Sukmana, R. (2014). Pengaruh perbankan atas pertumbuhan ekonomi: studi kasus bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 492-502.
- Rafsanjani, H. (2016). Etika Produksi Dalam Kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 1(2).
- Rafsanjani, H. (2022). Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk Mengukur Unidimensional Indikator Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Rafsanjani, H. (2018). Studi Kritis Pemikiran Muhammad Yunus Tentang Grameen Bank. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(1).
- Rafsanjani, H. (2017). Peranan Pemerintah dan Aturan Al-Qur'an. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(2).

- Rafsanjani, H. (2022). Hutang Negara dan Sumber Alternatif Keuangan Negara Perspektif Islam. *Maqasid: Jurnal Studi Hukum Islam*, 9(2).
- Rafsanjani, H. (2017). Peran Koperasi Wanita dalam Membangun Keuangan Inklusif Syariah. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(2).
- Rafsanjani, H. (2022). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Pendekatan Psikologi Sosial). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 267-278.
- Sampe, F., Nazipawati, N., Samosir, M. S., Siregar, N. A., Pahlevi, R. W., Aziz, A. A., ... & Shadiq, T. F. (2022). Dasar-Dasar Ekonomi Pembangunan.
- Sekar Dewi Kulsum, S., Bisri Mustofa, M., Wuryan, S., Khumaidi Ja, A., & Mahmudah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Korespondensi, S. (n.d.). Legalitas Literasi Financial Techology: Peer to Peer Lending Berdasarkan Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10, 2. doi: 10.32332/adzkiya.v10i02.4499
- Serlika Aprita. (2021). Peranan Peer To Peer Lending Dalam Menyalurkan Pendanaan Pada Usaha Kecildan Menengah. *Jurnal Hukum*, 16.
- T. Prasetyo Hadi Atmoko. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1.
- Theresia Pradiani. (2017). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. 11, 46–53.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. doi: 10.36778/jesya.v3i1.132
- Yudhira, A. (2021). Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *ValueJurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* , 1.