

RINGKASAN

WIDIASTUTI. Pengembangan Strategi Pemasaran Milenial Produk Pembiayaan Syariah Modal Usaha pada BPRS Al Salaam Kota Depok. *Development of Millennial Marketing Strategy for Business Capital Islamic Financing Product at BPRS Al Salaam Depok City*. Dibimbing oleh ANITA RISTIANINGRUM.

Jumlah UMKM terus mengalami peningkatan tiap tahunnya, namun kontribusi pemuda khususnya generasi milenial hanya sekitar 0,078% dari jumlah UMKM sebanyak 64.194.057. Generasi milenial memiliki potensi untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi dengan menjadi wirausaha dan terus mengembangkan usaha yang mereka miliki. Pada era digital saat ini generasi milenial memiliki kesempatan berinovasi yang sangat luas, karena ekosistem digital tersebut berhasil menciptakan berbagai macam bidang usaha. Para pengusaha milenial masih mengalami kendala dalam menjalankan usaha khususnya dalam pembiayaan sebagai penunjang pengembangan usaha mereka. Kendala tersebut adalah sulitnya akses yang dimiliki oleh pengusaha milenial untuk mendapatkan pembiayaan karena adanya pertimbangan dari pihak bank terhadap aset atau barang jaminan yang mereka miliki, sebab kebanyakan generasi milenial adalah pengusaha *start up*.

BPRS Al Salaam sebagai salah satu lembaga keuangan syariah memiliki produk Pembiayaan Syariah Modal Usaha (PSMU) yang dapat digunakan oleh para pengusaha untuk menunjang kegiatan usahanya. Syarat dan ketentuan yang diperlukan untuk pengajuan PSMU juga cukup mudah dan aman bagi pengusaha milenial serta menggunakan prinsip syariah dalam proses pembiayaannya. Melihat tren media sosial saat ini, BPRS Al Salaam dapat memanfaatkan saluran *e-distribution channel* yang dimiliki untuk menarik minat pengusaha milenial yang kesulitan dalam pembiayaan usahanya untuk menggunakan produk PSMU. Media sosial saat ini memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap para penggunanya, oleh karena itu perlu dilakukan pemanfaatan yang maksimal terhadap saluran pemasaran *e-distribution channel* yaitu media sosial yang dimiliki BPRS Al Salaam agar dapat menjangkau pengusaha-pengusaha khususnya pengusaha milenial secara lebih luas.

Tujuan dari kajian pengembangan ide bisnis ini yaitu: (1) merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada BPRS Al Salaam Kota Depok, (2) menyusun perencanaan pengembangan bisnis pada BPRS Al Salaam berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

Kajian pengembangan bisnis dilakukan selama kegiatan PKL pada kantor pusat BPRS Al Salaam Depok selama 11 minggu dimulai pada tanggal 1 April 2020 sampai dengan 16 Juni 2020. Metode analisis data yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini meliputi analisis SWOT, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan organisasi, aspek sumberdaya manusia, dan aspek kolaborasi. Analisis finansial yang digunakan yaitu analisis *R/C ratio* dan analisis anggaran parsial.

Berdasarkan analisis SWOT kantor pusat BPRS Al Salaam Depok, diperoleh kekuatan (*strength*) berupa memiliki saluran penjualan alternatif *e-distribution channel*, memiliki jaringan 10 kantor cabang yang strategis,



menawarkan harga produk dengan *nisbah* yang kompetitif. Peluang (*opportunity*) yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yaitu kesadaran masyarakat dalam bersyariah dan kebutuhan produk keuangan dengan prinsip syariah, kebutuhan masyarakat akan pembiayaan dan tabungan untuk keperluan pendidikan, investasi, maupun modal usaha, ketertarikan generasi muda untuk berwirausaha, penggunaan media sosial sebagai sumber informasi, dan kemajuan teknologi untuk kemudahan pemasaran produk. Dengan demikian diperoleh ide bisnis Pengembangan Strategi Pemasaran Milenial Produk Pembiayaan Modal Usaha pada BPRS Al Salaam Kota Depok.

Pada perencanaan produk meliputi produk yang akan dipasarkan yaitu Pembiayaan Syariah Modal Usaha. Pada perencanaan pasar dan pemasaran produk PSMU dengan target pasar adalah pengusaha milenial usia 21-35 tahun yang ada di Jakarta, Depok, Bogor, dan Bandung. Berdasarkan angka peluang pasar, pengembangan ditargetkan menghasilkan peningkatan nasabah baru PSMU yaitu sebanyak 178 nasabah. Pada perencanaan operasional, kegiatan yang dilakukan adalah menerapkan *social media marketing* dan *relationship marketing*. Pada perencanaan manajemen dan organisasi, pengembangan tidak merubah struktur organisasi yang ada namun akan menambah tenaga kerja baru dan menambah *job description* untuk kepala cabang dan divisi *sales and marketing*. Pada perencanaan sumberdaya manusia, perekrutan satu tenaga kerja baru pada divisi *e-channel* berdasarkan kualifikasi yang sesuai dengan pelaksanaan pemasaran melalui media sosial. Pada perencanaan kolaborasi, pengembangan melakukan kerjasama dengan *influencer* atau orang yang berpengaruh di media sosial saat ini dan bekerjasama dengan Hipmi Jaya, Hipmi Depok, Hipmi Bogor, dan Hipmi Kota Bandung. Pada perencanaan finansial, pengembangan dianalisis dengan analisis *R/C ratio* dan analisis anggaran parsial.

Berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial, pengembangan bisnis ini layak dijalankan. Berdasarkan aspek non finansial, BPRS Al Salaam akan mendapat peningkatan nasabah sebanyak 178 nasabah baru dari hasil penerapan *social media marketing* yang juga melibatkan *influencer* dan *relationship marketing* dengan bekerjasama dengan lembaga Hipmi. Berdasarkan aspek finansial, perhitungan *R/C ratio* menghasilkan angka 8,63 yang berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan akan meningkatkan penerimaan perusahaan sebesar Rp8,63,00. Berdasarkan analisis anggaran parsial, penerapan ide pengembangan bisnis ini dapat menambah keuntungan perusahaan dengan menghemat biaya pemasaran sebesar Rp216.600.000,00.

Kata kunci : BPRS Al Salaam, media sosial, milenial, pemasaran, PSMU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merujuk kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.