

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional serta pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Berdasarkan data yang dirilis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, unit UMKM terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Jumlah peningkatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2016-2018

Indikator	Jumlah (unit/tahun)		
	2016	2017	2018
Usaha Mikro (UMi)	60.863.578	62.196.900	63.350.222
Usaha Kecil (UK)	731.047	757.090	783.132
Usaha Menengah (UM)	56.551	58.627	60.702
Jumlah	61.651.177	62.922.617	64.194.057

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM (2018)

Melihat angka perkembangan UMKM di atas, Indonesia masih membutuhkan sedikitnya 4 juta wirausaha baru untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Sebab, saat ini rasio wirausaha di dalam negeri masih sekitar 3,1 persen dari total populasi penduduk. Apabila dihitung dengan populasi penduduk Indonesia sekitar 260 juta jiwa, jumlah wirausaha nasional mencapai 8,06 juta jiwa (Kemenperin 2018). Berdasarkan catatan Hipmi (2020) sebanyak 50 ribu pengusaha muda telah menjadi anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi). Anggota Hipmi adalah pengusaha-pengusaha muda yang usianya 17 hingga 40 tahun dan menurut data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional ada 63 juta milenial atau penduduk usia 20 - 35 tahun dan mereka ada di usia produktif (Utomo 2019). Artinya kontribusi pengusaha muda khususnya generasi milenial dalam perkembangan UMKM yang tercatat hanya sebesar 0,078% dari jumlah UMKM sebanyak 64.194.057 unit.

Pemuda merupakan potensi terbesar dalam menciptakan wirausahawan. Hasil survei menunjukkan bahwa 69,1% milenial berminat untuk membuka usaha, artinya 7 dari 10 milenial memiliki jiwa *entrepreneurship* (Utomo 2019). Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Dibandingkan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai *passion*, dan produktif. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Terciptanya ekosistem



digital berhasil menciptakan beraneka ragam bidang usaha tumbuh menjamur di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya perusahaan atau usaha *online*, baik di sektor perdagangan maupun transportasi. Kehadiran bisnis *e-commerce* karya *millennials* Indonesia mampu memfasilitasi *millennials* yang memiliki jiwa wirausaha untuk semakin berkembang. Berbagai contoh inovasi inilah yang membuktikan bahwa generasi *millennials* Indonesia mampu mewujudkan kemandirian secara ekonomi (Kemenpppa 2018).

Anggota Hipmi kebanyakan adalah pengusaha *start up* dan mereka sulit mendapatkan pinjaman atau pembiayaan karena ada pertimbangan perbankan mengenai aset yang dijadikan jaminan (Wardhiati 2017). UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan menyatakan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pengusaha muda umumnya masih terkendala dalam permodalan, namun mereka ragu untuk mengajukan pembiayaan karena khawatir terjadi kredit macet dan justru akan menghancurkan usahanya. Modal memang menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha, oleh karena itu banyak usaha yang sebenarnya berpotensi untuk berkembang namun justru tidak dapat bertahan karena kurangnya dana yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha.

BPRS Al Salaam merupakan salah satu lembaga keuangan berbasis syariah. BPRS diatur dalam UU No.10 Tahun 1998 seperti lembaga keuangan lainnya, BPRS melakukan kegiatan yang berkaitan dengan menghimpun dana dan menyalurkan kredit. Salah satu kegiatan BPRS Al Salaam adalah menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan masyarakat. BPRS Al Salaam memiliki produk Pembiayaan Syariah Modal Usaha (PSMU) yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha mereka. Persyaratan pengajuan PSMU dinilai mudah bagi generasi milenial karena milenial yang sudah memiliki usaha minimal 2 tahun sudah dapat mengajukan pembiayaan. Meskipun begitu, PSMU memang belum memiliki banyak nasabah milenial. Saat ini nasabah PSMU yang terdaftar dan aktif membayar sebanyak 12.000 nasabah dan nasabah usia milenial diperkirakan sekitar 35% dari jumlah nasabah tiap tahunnya. Nasabah yang terdaftar didominasi oleh orangtua yang lebih berpengalaman dan usahanya sudah cukup lama. Berikut disajikan jumlah nasabah PSMU tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah nasabah PSMU BPRS Al Salaam tahun 2018-2020

Tahun	Nasabah		
	Non milenial (orang)	Milenial (orang)	Total (orang)
2018	89	48	137
2019	103	54	157
2020	93	49	142

Sumber : BPRS Al Salaam Amal Salman (2020)

Pada masa kini, kemajuan teknologi digital sangat pesat. Hasil survei menunjukkan sebesar 70,4% milenial mengakses media digital untuk mengetahui berita dan informasi terkini (Utomo 2019). Penggunaan media digital tentunya



Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

menyangkut dengan penggunaan internet. Pengguna internet di Indonesia pada rentang usia 15-19 tahun mencapai 91%, lalu pada rentang usia 20-24 tahun sebesar 88,5%, 25-29 tahun sebesar 82,7%, 30-34 tahun sebesar 76,5%, dan 35-39 tahun sebesar 68,5% (Maulana *et al.* 2020). Salah satu yang paling menonjol dalam kemajuan teknologi khususnya internet adalah penggunaan sosial media. *Social media* adalah sebuah wadah yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. *Social media* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sosial di masyarakat, khususnya di generasi milenial (Maulana *et al.* 2020).

BPRS Al Salaam memiliki saluran penjualan atau pemasaran online berupa *e-distribution channel* dan di era saat ini saluran pemasaran tersebut sangat berpeluang untuk dikembangkan. Media sosial yang dimiliki perusahaan perlu dikembangkan dengan penjadwalan yang lebih baik dengan melakukan lebih banyak *posting* terkait produk PSMU, lebih kreatif dalam membuat konten dan *caption* dalam *postingan* iklan, dan juga meningkatkan jumlah *followers* untuk menarik respon pengguna media sosial. *Followers* dan respon yang diberikan pada media sosial memang sangat mempengaruhi kredibilitas perusahaan khususnya BPRS Al Salaam. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengembangan strategi pemasaran milenial produk Pembiayaan Syariah Modal Usaha (PSMU) pada BPRS Al Salaam guna meningkatkan kredibilitas perusahaan melalui media sosial dan dapat menjangkau pengusaha milenial yang membutuhkan pembiayaan. Sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah PSMU dan lebih memperkenalkan PSMU sebagai produk pembiayaan dengan prinsip syariah yang mudah dan aman untuk digunakan oleh pengusaha berbagai kalangan termasuk generasi milenial.

1.2 Tujuan

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini adalah :

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan pada BPRS Al Salaam Kota Depok.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis pada BPRS Al Salaam Kota Depok berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Kajian pengembangan bisnis ini disusun berdasarkan hasil pemberian materi *online* oleh perusahaan, pengamatan dan pencarian data *online* saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Divisi Pengembangan Bisnis bagian *lending* di BPRS Al

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.