

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kapital Boost

1. Sejarah Kapital Boost

Sejak tahun 2013, Erly Witoyo, Ronald Wijaya, dan Umar Munshi merupakan penggagas pertama dari Kapital Boost. Mereka telah berusaha menghadirkan layanan investasi berbasis syariah Islam di Singapura. Pada saat itu, mereka memulai dengan layanan *crowdfunding* untuk membiayai proyek perumahan yang bernama Ethis Crowd.

Merasa jika investasi serupa juga menjadi kebutuhan pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM), mereka bertiga membuat sebuah *startup peer to peer (P2P) lending* yang bernama Kapital Boost di pertengahan tahun 2015 di Singapura dan pertengahan tahun 2016 hadir di Indonesia tetapi mulai merekrut staf pada tahun 2017. Dengan platform tersebut, mereka berusaha membantu para UKM yang ingin membeli aset berupa bahan baku atau persediaan barang agar bisa terhubung dengan para investor.

Meski berawal di Singapura, Kapital Boost justru berkembang dengan membantu UKM di Indonesia. Proyek pertama mereka bahkan merupakan pembiayaan untuk produsen batik di tanah air. Kapital Boost tergolong menjadi salah satu platform website penyelenggara layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Situs yang digunakan

masih menggunakan Bahasa Inggris dan masih menggunakan mata uang Dollar Singapura sebagai alat transaksi mereka namun untuk investor yang berasal dari Indonesia, nilai tersebut akan terkonversi langsung ke rupiah. Kapital Boost merupakan platform pertama di Asia yang menggunakan metode *Islamic P2P Crowdfunding*. Kapital Boost disebut *crowdfunding* karena ia merasa bahwa bukan penyalurannya (*lending*) yang menjadi fokus, namun semangat kebersamaan (*crowdfunding*) untuk mendanai suatu kampanye UKM.

Dalam pelayanannya, *P2P Lending* berbasis syariah ini menggunakan sistem akad penjualan (murabahah) dimana dana dari para pemberi pinjaman di Kapital Boost akan mereka gunakan untuk membeli aset yang menjadi kebutuhan pemilik UKM. Kemudian, pemilik UKM tersebut akan membeli kembali aset yang sama dengan tambahan biaya sesuai kesepakatan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, Kapital Boost melayani pembiayaan faktur melalui akad qard (pinjaman tanpa bunga) dan struktur wakalah (agensi). Selain menggunakan skema yang bebas bunga, Kapital Boost juga menjamin kegiatan UKM yang didanai sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, Kapital Boost tidak terlibat dalam bisnis seperti tembakau, senjata api, serta perjudian.

Secara legalitas, struktur Murabahah Kapital Boost disertifikasi sesuai syariah oleh Financial Shariah Advisory & Consultancy (FSAC) di Singapura. Di Indonesia mereka berdiskusi dengan Dewan Syariah Nasional (DSN) agar bisa memenuhi standar di tanah air. Di Indonesia,

praktik yang dilakukan masih di bawah peraturan POJK No.77/POJK.01/2016 tentang aktivitas *FinTech* sebelum peraturan yang berbasis syariah terpublikasi.

Hingga saat ini Kapital Boost masih mengandalkan modal yang berasal dari para *founder*. Pendanaan dari pihak luar yang mereka terima adalah hibah sebesar SG\$50 ribu (sekitar Rp480 juta) yang berasal dari pemerintah Singapura serta hadiah penghargaan yang diperoleh Kapital Boost saat mengikuti ajang di Singapura sebesar SG\$5 ribu yang digunakan untuk mengembangkan teknologi.

2. Stuktur Kepengurusan Kapital Boost



Gambar 4.1 : Tim Kepengurusan Kapital Boost

Sumber : www.kapitalboost.com

3. Alamat Kantor Kapital Boost

a. Kantor Pusat

Kantor Administrasi: 150 Changi Rd # 04-07 Singapore 419973

Telepon: +65 9477 3150

Email: hello@kapitalboost.com

b. Kantor Perwakilan Indonesia

Rukan Puri Mansion blok B no. 7 Jalan Lingkar Luar Barat Raya

Kembangan - Jakarta Barat 11610 Indonesia

Jam Kantor: Senin - Jumat (8 pagi - 5 sore)

Telepon: +62215401817

4. Produk-produk Kapital Boost

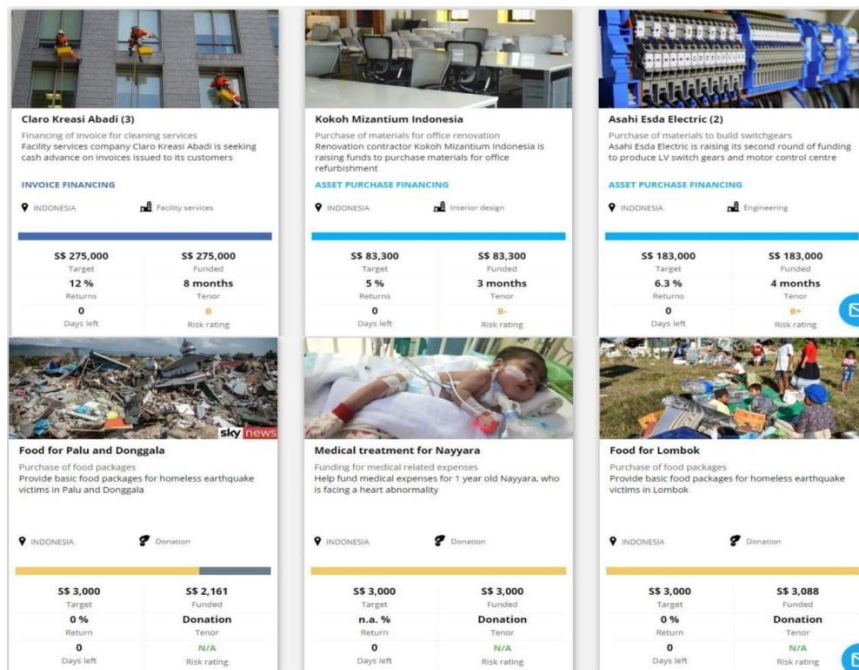
a. Keunggulan yang Ditawarkan Kapital Boost

- 1) Proses persetujuan cepat dan sederhana
- 2) Biaya pendanaan kompetitif
- 3) Meningkatkan eksposur bisnis
- 4) Transparansi, tidak ada biaya / retribusi tersembunyi
- 5) Investasi jangka pendek dengan imbal hasil yang menarik
- 6) Penyelidikan menyeluruh dan proses uji tuntas

b. Jenis Pinjaman di Kapital Boost

Sebagai penyedia layanan *P2P Lending*, Kapital Boost tidak hanya memberikan layanan kredit bagi UKM saja, namun juga menyediakan layanan untuk pendanaan pribadi (*private crowdfunding*) bagi UKM yang tidak memenuhi persyaratan minimum, serta menawarkan anggota

kesempatan berinvestasi untuk akhirat dengan platform *crowdfunding* donasi yang memungkinkan anggotanya untuk mendukung proyek-proyek nirlaba berbasis sosial di komunitas yang kurang beruntung.



Gambar 4.2 Tampilan Kampanye Kapital Boost

Sumber : www.kapitalboost.com

c. Jenis Pembiayaan di Kapital Boost

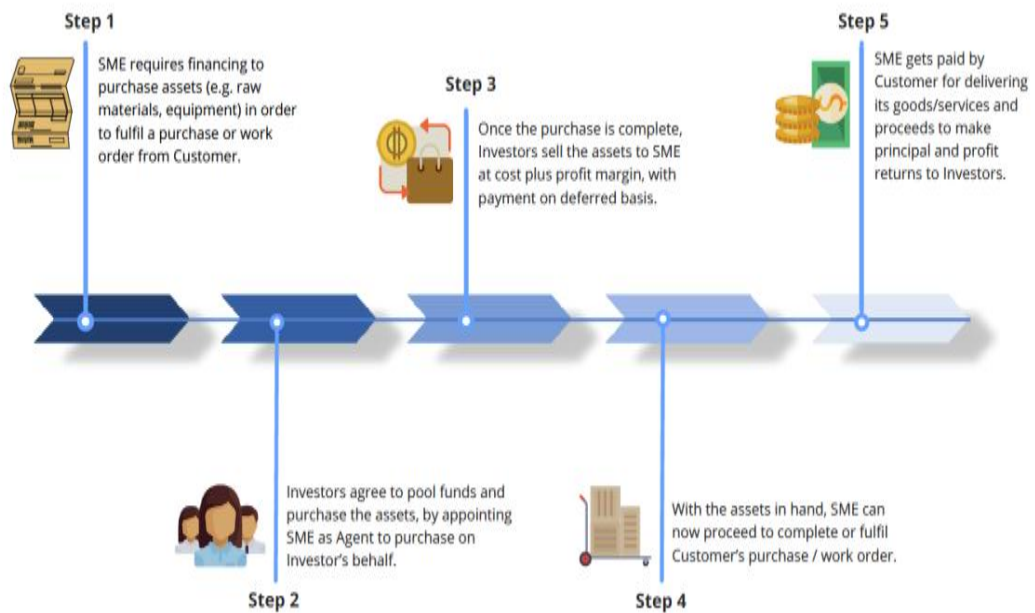
Kapital Boost menawarkan dua jenis pendanaan yaitu *Asset Purchase* dan *Invoice Financing*. *Asset Purchase* berdasarkan struktur murabahah (biaya plus laba) dan *invoice financing* berdasarkan akad *wakalah bil ujah* dengan *qard* (agen dan pinjaman dibayar).

Asset Purchase membantu UKM mengumpulkan dana untuk pembelian barang dan modal. Sedangkan *invoice financing* menawarkan lebih banyak fleksibilitas pada penggunaan dana karena

menawarkan uang muka kepada UKM berdasarkan pada piutang yang ada. Keduanya merupakan pendanaan jangka pendek, dengan jangka waktu pembayaran maksimum 12 bulan.

1) Pembiayaan Pembelian Aset (*Asset Purchase*)

Kapital Boost menawarkan *crowdfunding* kepada UKM melalui sistem murabahah atau pengaturan penambahan biaya sebagai *fee* untuk pembelian aset. Di bawah struktur ini, investor setuju untuk membeli aset yang akan mereka jual ke UKM dengan harga yang ditentukan beberapa waktu di masa depan. Skema pembelian aset antara Kapital Boost, UKM, dan penjual / pemasok ditunjukkan dan dijelaskan di bawah ini.

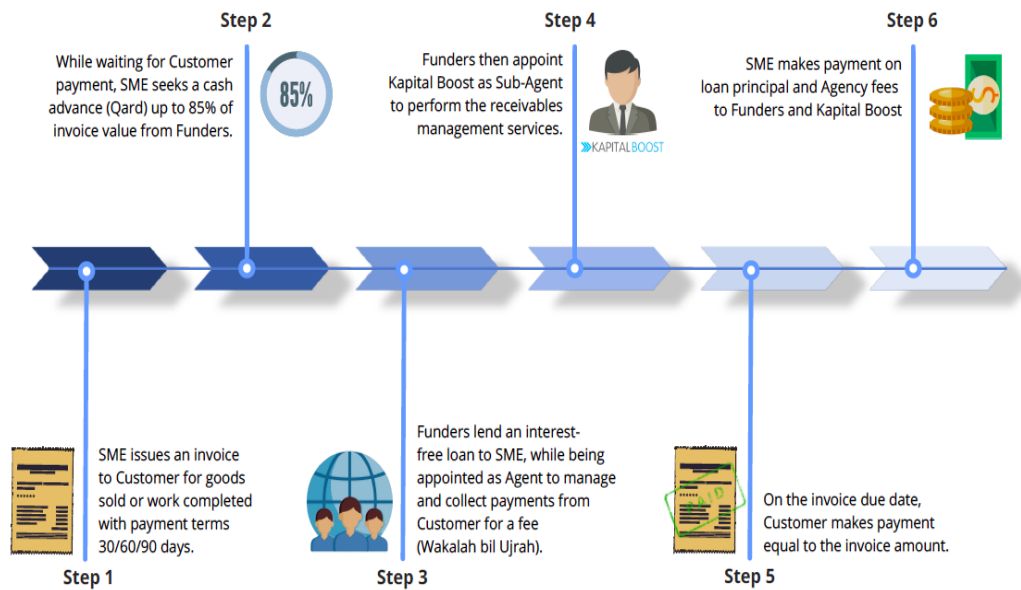


Gambar 4.3 Skema Pembelian Aset Pada Sistem Murabahah

Sumber : www.kapitalboost.com

2) Pembiayaan Faktur (*Invoice Financing*)

Kapital Boost menawarkan pembiayaan faktur untuk bisnis yang ingin melikuidasi piutang mereka untuk akses cepat menjadi uang tunai. Pembiayaan tagihan memungkinkan fleksibilitas yang lebih besar pada penggunaan dana di luar pembelian aset saja. Melalui struktur ini, bisnis dapat mencari uang tunai untuk memenuhi kebutuhan modal kerjanya dan memastikan kelancaran operasional bisnis.

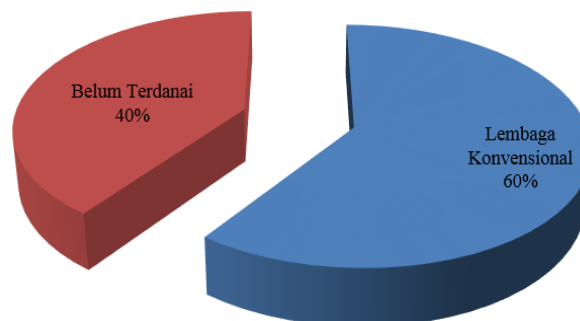


Gambar 4.4 Skema Pembiayaan Invoice Financing

Sumber : www.kapitalboost.com

B. Peran Kapital Boost dalam Memenuhi Kebutuhan Permodalan

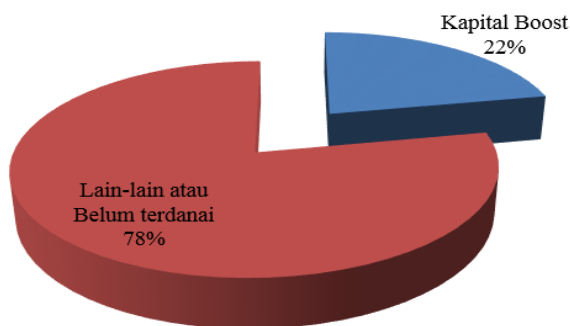
1. Peran Kapital Boost dalam memenuhi permodalan UKM di Indonesia
 - a. Kebutuhan Pendanaan UKM di Indonesia 2017



Gambar 4.5 Diagram Kebutuhan Pendanaan UKM di Indonesia tahun 2017

Menurut data OJK bahwa kebutuhan pendanaan UKM di Indonesia tahun 2017 adalah sebesar Rp. 1.649 triliun yang merupakan total permintaan pembiayaan nasional. Namun, hanya Rp. 990 triliun yang mampu dipenuhi oleh lembaga formal. Itu artinya, masih terdapat kekurangan sebesar 40% atau Rp659 triliun.

- b. Peran Kapital Boost dalam Memenuhi Kekurangan Pendanaan UKM di Indonesia 2017

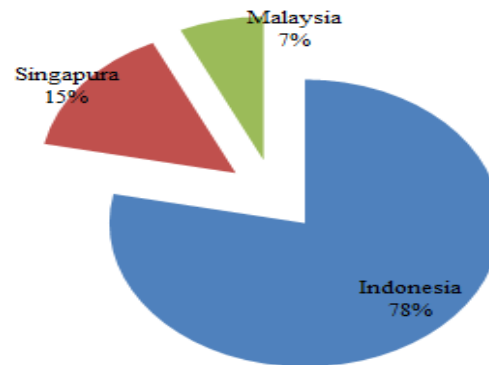


Gambar 4.6 Diagram Peran Kapital Boost dalam Memenuhi Kekurangan Pendanaan UKM di Indonesia tahun 2017

Sumber: Data yang sudah diolah

Dapat dilihat bahwa dari data diatas menunjukkan peran Kapital Boost dalam memenuhi kekurangan pendanaan UKM di Indonesia tahun 2017 adalah 22% atau Rp144,3 triliun dari total kekurangan pendanaan nasional sebesar Rp659 triliun.

c. Proyek Kampanye Kapital Boost



Gambar 4.7 Diagram Proyek Kampanye Kapital Boost

Sumber: Data yang sudah diolah

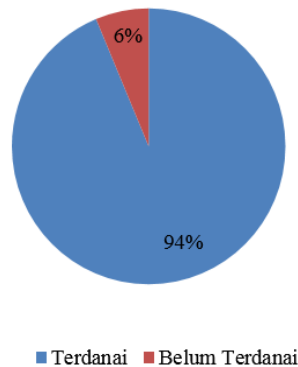
Berdasarkan proyek kampanye yang dilakukan oleh Kapital Boost, terlihat bahwa Indonesia memiliki persentase yang terbesar dibandingkan dengan Singapura dan Malaysia, dengan masing-masing sebesar, Indonesia 78%, Singapura 15%, dan Malaysia 7%.

Hal ini selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber:

“Walaupun basis awalnya di Singapura, ternyata proyek-proyeknya kurang lebih 70-80% ada di Indonesia. Hanya sebagian saja di Singapura dan Malaysia. Makanya kita buka dari tahun 2017, sebenarnya dari 2016 sudah ada PT Kapital Boost Indonesia” (Fachri, Business Development Manager).

2. Persentase Keberhasilan Kapital Boost

- a. Dana yang dapat dikumpulkan Kapital Boost dari target yang ditetapkan

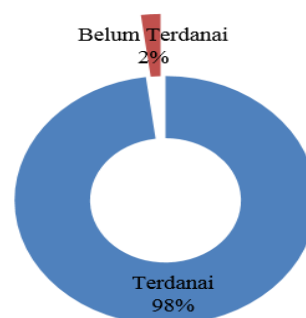


Gambar 4.8 Diagram Target Pendanaan Kapital Boost

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari total target pendanaan yang dilakukan oleh Kapital Boost selama ini atau dari berdirinya Kapital Boost sampai tahun 2017 adalah sebesar \$5.096.600 dollar Singapura dan yang dapat terdanai hingga saat ini sebesar 94% atau \$4.776.235. Terdapat 6% atau \$320.365 yang belum terdanai oleh Kapital Boost

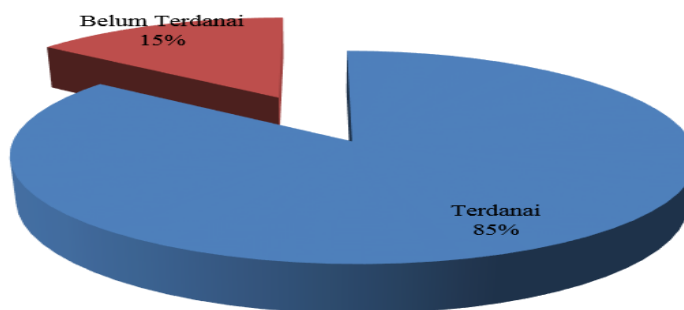
1) Indonesia



Gambar 4.9 Diagram Target Pendanaan Kapital Boost di Indonesia

Menurut data yang sudah diolah, total target pendanaan yang dilakukan Kapital Boost di Indonesia hingga tahun 2017 terhitung sebesar \$3.889.700 dollar Singapura dan yang berhasil terdanai oleh Kapital Boost sebesar \$3.808.735 atau 98% sehingga yang belum terdanai adalah 2% atau \$80.965.

2) Singapura

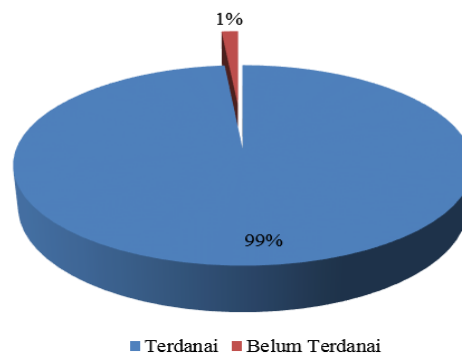


Gambar 4.10 Target Pendanaan Kapital Boost di Singapura

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Berbeda dengan data yang terdapat di Indonesia, target pendanaan Kapital Boost di Singapura lebih rendah dibandingkan dengan yang ada di Indonesia karena hanya sebesar \$ 734.600 dollar Singapura dan yang dapat terdanai adalah 85% atau \$ 626.200 serta yang belum terdanai sebesar \$108.400 atau 15%.

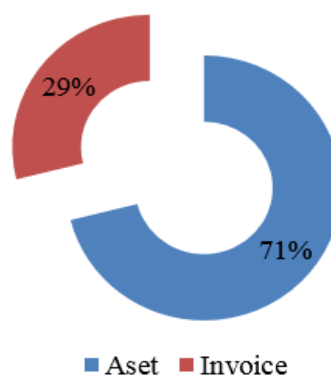
3) Malaysia

Target Pendanaan Kapital Boost di Malaysia**Gambar 4.11 Target Pendanaan Kapital Boost di Malaysia**

Sumber : Data yang sudah diolah

Pendanaan yang dilakukan di Malaysia memang jauh lebih kecil dari pendanaan kedua negara di atas karena hanya sebesar \$346.300 dollar Singapura dengan jumlah yang dapat terdanai sebesar \$341.300 atau 99% dan yang belum dapat terdanai sebesar 1% atau \$5.000

b. Pendanaan Berdasarkan Jenis Pembiayaan

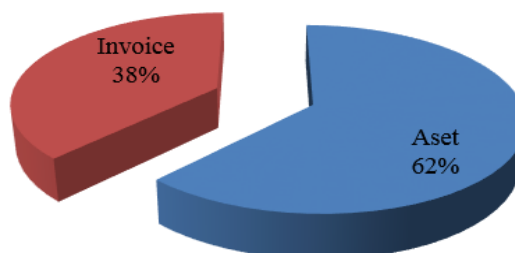
**Gambar 4.12 Pendanaan Berdasarkan Jenis**

Sumber: Data yang sudah diolah

Menurut jenis pembiayaan yang dilakukan Kapital Boost, sebagian besar disalurkan pada pembiayaan yang berbentuk pembelian aset sebesar 71% atau sebesar \$1.473.300 dollar Singapura dan selebihnya melakukan pembiayaan berbentuk *invoice financing*, yaitu sebesar \$3.623.300 atau 29 % dari total pendanaan. Data ini selaras dengan pernyataan narasumber:

“Sejauh ini kampanye yang dilakukan masih didominasi dengan *murabahah*, sekitar 70%-an karena akad *murabahah* udah sangat *familiar*.” (Fachri, Business Development Manager).

1) Indonesia



Gambar 4.13 Pendanaan Kapital Boost di Indonesia Berdasarkan Jenis

Sumber: Data yang sudah diolah

Menurut data, jenis pembiayaan yang digunakan Kapital Boost di Indonesia masih didominasi oleh jenis *asset purchase* yaitu sebesar \$2.416.400 dollar Singapura atau 62% dan sisanya menggunakan akad jenis *invoice* sebesar 38% atau \$1.473.300 dollar Singapura.

2) Singapura dan Malaysia

Pendanaan yang dilakukan Kapital Boost baik di Singapura maupun di Malaysia hingga saat ini semuanya masih menggunakan jenis pembiayaan *asset purchase*.

c. Data minimal, maksimal dan rata-rata

Tabel 4.1 Data minimal, maksimal dan rata-rata

Nama	Minimal	Maksimal	Rata rata	Keterangan
Tenor	2	12	3.8	Bulan
Return	3%	16%	6%	
Pembiayaan	6.100	275.000	68.872.97	\$ Singapura

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari data di atas menunjukkan bahwa tenor atau jangka waktu pengembalian dana pinjaman yang tercepat adalah 2 bulan dan yang terlama adalah 12 bulan sehingga rata-rata dalam pengembalian ini adalah 3.8 bulan, ini karena pembiayaan yang dilakukan Kapital Boost merupakan pembiayaan yang berjangka pendek. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber:

“Pembiayaan di Kapital Boost merupakan pembiayaan jangka pendek salah satunya agar perputaran uangnya lebih cepat” (Fachri, Business Development Manager).

Untuk return dalam pembiayaan Kapital Boost selama ini yang paling rendah adalah 3% dan yang paling tinggi adalah 16% sehingga rata-rata returnnya adalah 6%.

Sedangkan berdasarkan proyek yang didanai, minimal pembiayaan yang pernah didanai yaitu \$6.100 dolar Singapura dan tertinggi sebesar \$275.000 dolar Singapura sehingga rata-rata pembiayaan yang didanai adalah \$68.872,97 dolar Singapura.

C. Analisis Potensi Kapital Boost dalam Memenuhi Permodalan di Indonesia

Dari hasil pengamatan, wawancara dan data yang didapat, penulis akan menjabarkan potensi Kapital Boost dalam memenuhi permodalan UKM yang dibutuhkan di Indonesia sebagai berikut:

1. Kebutuhan Modal UKM di Indonesia

Seperti yang telah diketahui bahwa jumlah UKM di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, sudah barang tentu kebutuhan permodalan pun semakin tinggi sedangkan pengajuan pada lembaga konvensional tidak sefleksibel pertumbuhan UKM. Oleh karena itu, perlu adanya suplemen untuk memenuhi kebutuhan permodalan selain dari lembaga tradisional. Pendirian platform Kapital Boost salah satu tujuannya adalah untuk memudahkan atau meringankan beban UKM dalam memenuhi kebutuhan modalnya. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh narasumber.

“Berawal dari keresahan mungkin ya, di dunia UKM sebenarnya kan SME itu memang ada potensi, lalu dilihat oleh Pak Erly, kok UKM banyak mendapati suatu ini ya, negatif lah di dunia perbankan, di dunia perkreditan, unbankable. Sebenarnya 90 % di Asia Tenggara, itu bisnis semua dari UKM (SME) dan lebih dari 70% employee (pekerja-pekerja) itu terserap dari UKM. Tadi setelah dilihat juga dari jabarannya menko kan bisa dilihat kalau bankable atau yang bisa dikreditkan itu cuman 20%, nggak sampai malah itu 20%, disitu ada lack of access to capital dari si bank atau ke UKM. Mungkin kita nggak tau juga ya, saya dulu sebelumnya di perbankan masalahnya, saya di Bank Muamalat lamanya. Mungkin diliatnya wah kita sebagai perbankan pun banyak yang sering istilah tanda petiknya sering dimainin juga sama UKM. Makanya dari sisi regulasi dikedat lagi untuk sisi pembiayaan ke UKM tapi tidak menutup kemungkinan Kapital Boost melihat itu, banyak juga ternyata yang benar, namun mungkin karena tidak ada, pertama kayak controlling, kalau di bank kan dia 3 tahun udah operasional atau udah ada laporan keuangan 3 tahun minimal. Padahal dia baru 2 tahun tapi dilihat prospek bisnisnya bagus, gimana kalau kita biayain saja. Makanya Kapital Boost lihat disitu, dari pertama yang Pak Erly liat kok ada regulasi dari bank yang terlalu ketat terlalu rigid untuk UKM kurang fleksibel. Maka dari itu berdirilah Kapital Boost” (Fachri, Business Development Manager).

Kebutuhan pendanaan UKM di Indonesia pada tahun 2017 menurut data OJK adalah sebesar Rp. 1.649 T namun yang dapat dipenuhi oleh lembaga konvensional hanya sebesar Rp. 990 T itu artinya hanya 60% saja yang tercover sehingga masih ada kekurangan 40% atau sebesar Rp. 659 T.

Dari kekurangan tersebut, Kapital Boost terbukti mampu memenuhi kekurangan pendanaan sebesar Rp. 144, 3 T atau 22% namun Kapital Boost seharusnya bisa lebih dari 22% jika semua target pendanaan Kapital Boost terpenuhi 100% namun Kapital Boost hanya mampu di angka 98% saja.

Namun, bukan tanpa alasan Kapital Boost mendapatkan pencapaian seperti itu. Kapital Boost memiliki sistem yang baik, aman dan

terpercaya juga memiliki jaringan yang luas terlebih lagi dengan sistem syariah yang diterapkannya. Sistem yang berlandaskan syariah menjadi tonggak acuan bagi Kapital Boost dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini menjadi kekuatan Kapital Boost untuk lebih meyakinkan kepada para koleganya bahwa bisnis ini halal mengingat kultur masyarakat Indonesia yang religius terlebih keunggulan bawaan dari sistem syariah itu sendiri secara umum.

Di sisi lain bisnis yang dijalankan Kapital Boost membutuhkan sebuah kepercayaan baik itu secara teliti maupun secara duniawi namun kepercayaan tidak datang dengan sendirinya sehingga perlu adanya pembuktian terlebih lagi baik investor maupun UKM membutuhkan kepastian bahwa kontraknya akan berjalan lancar, aman dan terpercaya.

“Jadi kita mitigasinya UKM tidak megang uang, terus ada joint account, bilyet giro, personal guarantee dan pembayaran tidak langsung. Jadi misalkan proyeknya selesai di bulan ketiga, si nasabah atau UKM ngeluarin bilyet giro, tertanggal bulan Maret, nilai nominal pembayaran pokok plus margin sama tertujunya ke Kapital Boost, begitu. Jadi bilyet giro kita pegang di depan. Kan bilyet giro agak kuat ya, soalnya dananya 500 juta. Untuk pembayaran 500 juta ke atas kalau tidak berhasil kan ini langsung masuk ke DHN (daftar hitam nasional). Dan kalau 500 juta ke atas itu tidak main-main langsung vol 5, langsung dibekukan itu rekening. Jadi mau dibekukan rekeningnya? Makanya kita cari rekeningnya, rekening operasional perusahaan. Jadi kan kalau misal rekening perusahaan itu mati uangnya tidak bisa diapa-apakan, makanya pakai bilyet giro si Alhamdulillah. Tapi ini baru diberlakukan awal-awal pertengahan tahun 2017. Alhamdulillah masih cukup efektif si untuk mitigasinya” (Fachri, Business Development Manager).

Kemudian Ia masih menambahkan pernyataannya:

“Dan kita sebenarnya bisa si pakai agunan, jadi ngurangin margin. namun takutnya, apa bedanya sama bank? Kalau pun kita pakai collateral biasanya di bawah tangan pakai notaris dan itu asas kepercayaan gitu si. Tapi selama lebih dari 50 campaign nggak pernah pakai agunan. Juga saya sangat menyayangkan si peer to peer lending di

Indonesia ini kan lagi kayak jamur, lagi banyak banget bertaburan tapi seakan-akan regulasinya nggak ngeliat gitu, OJK pun bener tu itu peer to peer lending? Karena sistemnya hampir sama kayak bank” (Fachri, Business Development Manager).

“Kemudian jika telat pengembaliannya? Yaa namanya juga bisnis sih pasti banyak, ada laah tapi alhamdulillahnya kita masih pakai asas kekeluargaan. Alhamdulillahnya sampai sekarang due diligence atau analisisnya emang bener-bener si. Ada kayak force major juga, ya ada juga kendala dari pemberi kerjanya itu. NPL atau NPF ada juga, nggak mungkin 0%, bisnis kan nggak sesempurna itu. Kalau Kapital Boost masih rendah si, kalau berapanya saya pribadi belum tahu, tapi masih rendah. Karena Alhamdulillah bisa dilihat aja dari investor-investor yang masih mau invest di platform kita” (Fachri, Business Development Manager).

“Nah berkaitan dengan denda itu nggak ada, nggak boleh tu, kita ngomongnya si dana hibah, tapi balik lagi ke UKM-nya, mereka mau nggak. Kenapa kita bilang dana hibah, investor-investor kita kan kebanyakan dari luar semua, nah budaya finance mereka di sana beda jauh banget mba dengan di sini. Di sana tuh personal guarantee aja wih takutnya minta ampun. Coba kalau di sini? Jaminannya personal guarantee, kepegang nggak? Banyak yang takut nggak? Sekelas bank di sini aja nggak mau ngeluarin personal guarantee kan. Misalkan gini, bang saya mau pinjem nih 2m, jaminannya apa pak? Personal guarantee bang. Di sana masih bisa, di sini nggak bisa. Di sana karena mainnya data. Data di sana bener-bener nggak ada yang bisa manipulasi, di sini gampang banget manipulasi. Di sana kan beda, data sama sekali susah dimanipulasi karena di sana transparan, laporan keuangannya bener. Untuk UKM menengah ke bawah aja laporan keuangannya udah canggung dan bisa ditanggungjawabkan kepada hal layak.” (Fachri, Business Development Manager).

Hal ini menjadi potensi Kapital Boost untuk memberikan hal itu karena dengan nama besar para pendirinya akan menjadi jaminan moral bagi koleganya dan Kapital Boost memiliki standar khusus bagi UKM yang akan didanai sehingga UKM yang lolos atau dinyatakan dapat didanai merupakan UKM yang benar-benar memiliki kualitas. Selain itu, Kapital Boost juga memiliki analisis risiko yang baik sebagaimana yang telah dijelaskan di atas.

2. Sumber Daya Manusia

Kehadiran Kapital Boost yang terbilang masih muda merupakan tantangan tersendiri bagi Kapital Boost karena dengan keadaan yang masih baru, Kapital Boost masih memiliki celah-celah yang harus ditutup, seperti masih kurangnya tenaga kerja pada saat ini. Hal ini merupakan celah yang sangat dirasakan Kapital Boost karena efek domino yang ditimbulkan dari kurangnya SDM sangat besar, salah satunya dalam hal pemasaran. Pemasaran merupakan tonggak utama bagi penjualan. Kurangnya SDM akan menyebabkan pemasaran kurang maksimal dari yang seharusnya bisa mendapatkan lebih.

Kemudian, dalam keadaan baru atau muda tentu banyak yang harus diurus, Kapital Boost akan semakin berkembang maka semakin sibuk sehingga Kapital Boost harus segera menutup celah ini.

D. Analisis SWOT

Berdasarkan data yang telah dijelaskan di atas bahwa Kapital Boost memiliki peran dalam memenuhi permodalan UKM di Indonesia tahun 2017 sebesar 22% sehingga Kapital Boost memiliki potensi untuk terus berkembang lebih besar lagi. Namun, potensi yang dimiliki Kapital Boost perlu dipetakan dengan baik agar strategi yang akan diterapkan menjadi tepat sasaran, efektif dan efisien. Maka dari itu, dibutuhkan sesuatu untuk menganalisisnya, dan analisis SWOT merupakan salah satu yang cocok

untuk memetakan potensi yang dimiliki Kapital Boost karena SWOT akan mendalami faktor internal dan eksternal yang kompleks, SWOT akan memperinci kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan, yang berkaitan erat dengan potensi. Sehingga potensi akan terlihat secara menyeluruh baik itu yang positif maupun yang negatif.

1. Tabel IFAS dan Analisisnya

IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) merupakan faktor strategis internal yang terdiri dari kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) suatu perusahaan. Berikut adalah faktor strategis internal Kapital Boost:

a. Kekuatan (*Strenghts*)

- 1) Mutu dan produk yang terjamin, sesuai dengan syariat Islam dan dipayungi oleh hukum negara

Mutu dan produk merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan suatu bisnis bahkan yang menjadi salah satu jaminan kepuasan bagi konsumen atau pelanggan terlebih bisnis yang bermodal kepercayaan seperti Kapital Boost.

Kapital Boost merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *finance* dan produknya adalah sistem yang digunakan untuk pemenuhan modal pada UKM maka kejelasan sistem dalam mekanismenya dan legalitas yang memayunginya harus dapat dipertanggungjawabkan. Kapital Boost memiliki mekanisme yang jelas seperti yang telah di uraikan di atas, juga legalitas yang dapat di pertanggungjawabkan baik dari hukum kenegaraan maupun hukum syariah.

2) Saluran distribusi yang efektif

UMK yang akan didanai oleh para pemodal melalui Kapital Boost adalah UKM yang jelas karena Kapital Boost memiliki metode untuk menerangkan UKM itu baik atau tidak dengan analisis risiko yang ketat dan sistem *credit scoring* sehingga dana yang terkumpul dari pemodal akan disalurkan kepada UKM yang kompetibel. Pencairan dana yang dilakukan Kapital Boost pun relatif cepat. Namun, sejatinya yang menyalurkan langsung adalah pemodal itu sendiri karena pemodal yang memilih UKM mana yang akan mereka modali melalui Kapital Boost dan Kapital Boost hanya menginformasikan UKM yang sedang membutuhkan modal.

3) Analisis risiko yang matang

Risiko adalah hal yang perlu untuk diperhitungkan dengan matang apalagi pada bisnis yang dilakukan seperti Kapital Boost. Oleh karena itu, Kapital Boost memiliki alat analisis yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat risiko yang akan terjadi sehingga para pemodal dapat mengetahuinya dan dapat menjadi acuan untuk membuat keputusan.

4) Memiliki jaringan kerja yang luas

Para pendiri Kapital Boost adalah orang-orang yang mumpuni dan memiliki relasi yang luas sehingga menjadi dongkrak bagi Kapital Boost untuk mendapatkan anggota. Selain itu, dari segi regional Kapital Boost mencakup tiga negara yaitu Indonesia, Singapura dan Malaysia yang merupakan negara potensial untuk mendapatkan *market* strategis.

5) Sempel dan mudah untuk bergabung sebagai anggota baik menjadi pemodal maupun yang mendapatkan modal

Kemudahan untuk menjadi anggota merupakan poin plus bagi Kapital Boost karena untuk menjadi anggota Kapital Boost hanya cukup mendaftarkan atau registrasi dengan benar pada web Kapital Boost setelah itu sudah secara otomatis akan terdaftar menjadi anggota Kapital Boost dan dapat mengikuti kampanye juga mendapatkan informasi dari Kapital Boost.

b. Kelemahan (*Weakness*)

1) Web yang tersedia hanya masih berbahasa Inggris

Karena Kapital Boost berbasis teknologi dan menggunakan web untuk operasionalnya, konten dalam web sangat mempengaruhi pembaca untuk memutuskan suatu pilihan baik menyetujui dan ikut dalam kampanye atau memberi masukan bahkan mengkritik. Begitu juga bahasa yang digunakan didalam web itu sendiri menimbulkan efek yang tinggi karena bahasa dapat dikatakan adalah alat tranfser informasi yang paling utama. Namun, sangat disayangkan Kapital Boost hanya masih menggunakan bahasa Inggris saja pada webnya sedangkan cankupan Kapital Boost adalah tiga negara yang tidak semua memakai bahasa Inggris sebagai bahasa utama.

2) Kurangnya tenaga kerja

Tidak dipungkiri bahwa umur Kapital Boost masih seumur jagung untuk ukuran perusahaan, sehingga masih perlu penyesuaian dan perbaikan terutama pada bidang SDM karena masih adanya *double job desk* yang di-

handle oleh satu orang. Tentunya ini menjadi kelemahan yang perlu diperhatikan agar mendapatkan hasil yang maksimal.

3) Pemasaran yang belum maksimal

Imbas dari kekurangan SDM menyebabkan pemasaran yang kurang maksimal seperti kurangnya iklan kampanye Kapital Boost pada media sosial padahal *basic* dari operasional Kapital Boost berada pada teknologi. Bahkan, kurangnya sosialisasi yang dilakukan Kapital Boost kepada masyarakat menjadi penyebab kurangnya informasi yang diterima masyarakat. Berikut merupakan poin-poin dari IFAS.

Tabel 4.2 : Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Terbobot
Kekuatan (Strengths)			
1. Mutu dan produk	0.20	4	0.80
2. Saluran distribusi yang efektif	0.15	4	0.60
3. Jaringan kerja yang luas	0.20	5	1.00
4. Analisis risiko yang matang	0.10	5	0.50
5. Sempel dan mudah	0.05	3	0.15
Kelemahan (Weakness)			
1. Web berbahasa Inggris	0.05	3	0.15
2. Kekurangan tenaga kerja	0.15	4	0.60

3. Pemasaran yang belum maksimal	0.10	4	0.40
TOTAL	1.00		4.20

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) digunakan untuk mengatur faktor strategis ke dalam kategori kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan hasil analisis tabel IFAS di atas, bobot diberikan berdasarkan faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis Kapital Boost sesuai dengan kriteria yang dipandang penting bagi Kapital Boost.

Bobot yang diberikan disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak Kapital Boost. Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti sangat penting.

Sedangkan untuk peringkat diberikan berdasarkan seberapa baik respon (cara mengatasi) Kapital Boost terhadap faktor strategis internal tersebut. Rating yang diberikan dari rentang 1 yang berarti sangat buruk sampai dengan 5 yang berarti sangat baik. Peringkat setiap faktor pada tabel IFAS di atas menunjukkan rating yang bermacam-macam mulai dari 2 yang berarti dibawah rata-rata, 3 yang berarti rata-rata, 4 yang berarti di atas rata-rata dan 5 yang berarti sangat baik. Skor total terbobot menunjukkan angka 4,20 yang berarti bahwa manajemen Kapital Boost

sudah baik (di atas rata-rata) dalam menanggapi faktor strategi internal yang ada.

2. Tabel EFAS dan Analisisnya

EFAS (*External Strategic Factors Summary*) merupakan faktor strategis eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Berikut adalah faktor strategis eksternal Kapital Boost:

a. Peluang (*Opportunity*)

1) Perkembangan teknologi yang semakin canggih

Era digital cocok untuk disandingkan pada masa sekarang karena semakin pesat dan canggihnya perkembangan teknologi. Hal ini menjadi pemicu menjamurnya perkembangan bisnis yang berbasis teknologi juga pengguna teknologi itu sendiri yang semakin hari semakin bertambah. Hal tersebut harus dimanfaatkan oleh Kapital Boost agar memanfaatkan teknologi untuk mempermudah anggotanya dalam mengikuti kampanye yang dilakukan Kapital Boost dapat diakses dimana pun pada tempat yang terkoneksi pada internet.

2) Segmen pasar dan konsumen yang jelas

Kapital Boost hanya menyasar dan memfokuskan pada UKM yang lolos seleksi saja untuk didanai. Selain itu, data menunjukkan bahwa kebutuhan permodalan pada UKM belum semua terpenuhi sehingga sasarannya pasar Kapital Boost fokus pada UKM.

3) Pertumbuhan UKM yang semakin pesat sehingga kebutuhan permodalan pun semakin tinggi

Dari tahun ke tahun tren UKM semakin meningkat terlebih didukung oleh kemajuan teknologi sehingga kebutuhan modal pun semakin besar. Namun, pemenuhan modal yang dilakukan oleh lembaga konvensional masih belum meng-*cover* seluruhnya. Oleh karena itu, dibutuhkan dukungan untuk pemenuhan permodalan UKM selain dari lembaga konvensional tadi.

b. Ancaman (*Threats*)

1) Semakin kompetitifnya persaingan dan menjamurnya platform yang serupa

Perkembangan teknologi membuat bisnis *fintech* semakin berkembang hingga menjamur dengan jumlah platform yang semakin banyak dari tahun ke tahun berdasarkan data dari OJK.

2) Pemahaman masyarakat yang kurang mengenai konsep syariah

Kapital Boost sangat mempertimbangkan kehalalan dalam semua operasionalnya seperti tidak mendanai perusahaan minuman keras. Namun sayang, masih banyak masyarakat yang belum memahami syariat yang digunakan Kapital Boost, masih banyak yang menganggap sama.

Tabel 4.3 : tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Peringkat	Terbobot
Peluang (Opportunity)			
1. Perkembangan teknologi	0.20	3	0.60
2. Segmen pasar dan konsumen	0.30	4	1.20

3. Pertumbuhan UKM	0.20	3	0.60
Ancaman (Threats)			
1. Kompetitifnya persaingan	0.15	3	0.45
2. Pemahaman masyarakat	0.15	2	0.30
TOTAL	1.00		3.15

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*) digunakan untuk mengorganisir faktor strategis eksternal kedalam kategori yang diterima secara umum mengenai peluang dan ancaman. Hasil analisis tabel EFAS di atas yaitu bobot diberikan berdasarkan faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis Kapital Boost yang disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak Kapital Boost.

Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti sangat penting. Sedangkan untuk peringkat diberikan berdasarkan seberapa baik respon (cara mengatasi) Kapital Boost terhadap faktor strategis eksternal tersebut. Rating yang diberikan dari rentang 1 yang berarti buruk sampai dengan 5 yang berarti sangat baik. Rata-rata peringkat setiap faktor pada tabel EFAS di atas menunjukkan rating 3 yang berarti rata-rata, 4 yang berarti di atas rata-rata, dan 5 yang berarti sangat baik. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,15 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) dalam menanggapi faktor strategi

eksternal yang ada, dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi Kapital Boost.

3. Tabel SFAS dan Analisisnya

SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*) merupakan ringkasan analisis faktor strategi internal dan eksternal suatu perusahaan. Tabel di bawah merupakan kumpulan dari faktor-faktor internal dan eksternal yang dipadatkan dan diringkas menjadi 7 faktor yang dianggap paling penting dalam menganalisis situasi perusahaan.

Tabel 4.4 : Tabel SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*)

Faktor Strategi	Bobot	Peringkat	Terbobot	Durasi		
				Panjang	Menengah	Pendek
1. Mutu dan produk	0.20	4	0.80		x	
2. jaringan kerja yang luas	0.25	4	1.00		x	
3. Pemasaran belum maksimal	0.10	3	0.30		x	
4. Kekurangan tenaga kerja	0.10	3	0.30		x	
5. Segmen pasar dan konsumen	0.15	4	0.60		x	
6. Kompetitifnya persaingan	0.10	2	0.20		x	
7. Pemahaman masyarakat	0.10	2	0.20		x	
TOTAL	1.00		3.40			

Sumber : Data yang sudah diolah

Berdasarkan hasil analisis situasi pada tabel di atas, diperoleh angka 3,40 pada total kolom terbobot. Hal ini berarti Kapital Boost dianggap sudah cukup baik (berdasarkan rating 1-5) dalam menanggapi faktor strategi yang ada, dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi Kapital Boost dimana angka 3 sudah menunjukkan arti rata-rata dalam menghadapi atau menanggapi situasi perusahaan yang ada. Sedangkan kolom durasi pada seluruh faktor strategis pada tabel SFAS berada pada durasi menengah yang berarti sudah diatasi atau ditanggapi selama durasi waktu 1-3 tahun, hal ini karena Kapital Boost ada sejak tahun 2016 yang berarti baru 3 tahun dari sekarang. Hanya saja, kendala terbesar Kapital Boost terletak pada terbatasnya jumlah SDM sehingga pemasaran produk Kapital Boost kurang maksimal.

4. Matrix SWOT dan Analisisnya

Setelah menganalisis situasi perusahaan, selanjutnya adalah mengidentifikasi cara-cara alternatif sehingga organisasi dapat menggunakan kekuatan-kekuatan khususnya untuk menggunakan kesempatan atas peluang-peluang atau untuk menghindari ancaman-ancaman, dan mengatasi kelemahan-kelemahannya dengan menyusun matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) sebagai berikut:

Tabel 4.5 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">Internal</p>	<p>Strenght (S) Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mutu dan produk yang terjamin sesuai dengan syariat Islam dan dipayungi oleh hukum negara 2. Saluran distribusi yang efektif 3. Analisis risiko yang matang 4. Memiliki jaringan kerja yang luas 5. Simpel dan mudah untuk bergabung sebagai anggota baik menjadi pemodal maupun yang mendapatkan modal 	<p>Weakness (W) Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Web yang tersedia hanya masih berbahasa Inggris 2. Kekurangan tenaga kerja 3. Pemasaran yang belum maksimal
<p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu update tentang pertumbuhan UKM 2. Menentukan UKM yang cocok untuk dijadikan sebagai pasar 3. Semakin memanfaatkan teknologi untuk menjual produk dan memprioritaskan pasar yang dituju 4. Menjelaskan saluran distribusi yang efektif, analisis risiko yang matang, jaringan kerja yang luas dan simpel 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu memperbarui web dengan tampilan yang menarik, terkini dan menambah fitur bahasa yang digunakan 2. Merekrut dan menjadikan anggota untuk menjadi pionir dalam pemasaran atau melebarkan sayap dan membuat perhitungan yang sesuai bagi anggota yang menjadi pionir sehingga saling menguntungkan dan pemasaran akan semakin beragam
<p>Threats (T) Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin kompetitifnya persaingan dan menjamurnya platfrom serupa 2. Pemahaman masyarakat yang kurang mengenai konsep syariah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu meningkatkan mutu dan produk 2. Mengenali perkembangan pasar kemudian menentukan strategi yang sesuai pada setiap segmennya 3. Menggunakan jaringan kerja yang luas untuk memudahkan pemahaman masyarakat dan anggota tentang konsep syariah dan mudahkan mereka untuk bergabung dengan sering mengadakan 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memunculkan yang berbeda dari semua pesaing dan adopsi yang cocok atau baik dari pesaing 2. Menjalin hubungan yang baik dan selalu meningkatkan kualitas

	seminar atau semacamnya, baik melalui teknologi (media sosial) atau langsung bertatap muka.	
--	---	--

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Berdasarkan pendekatan tersebut, kemungkinan-kemungkinan yang dapat dilakukan oleh Kapital Boost dalam menentukan strategi adalah sebagai berikut:

- a. Menghasilkan strategi SO dengan menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk mengambil manfaat dari peluang-peluang yang ada, dengan cara:
 - 1) Selalu *update* tentang pertumbuhan UKM yang berkembang dan bermunculan
 - 2) Menentukan UKM yang cocok untuk dijadikan sebagai pasar
 - 3) Semakin memanfaatkan teknologi untuk menjual produk dan memprioritaskan pasar yang di tuju, kemudian menjelaskan saluran distribusi yang efektif, analisis risiko yang matang, jaringan kerja yang luas dan simpel
- b. Menghasilkan strategi ST dengan mempertimbangkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman-ancaman yang ada, dengan cara:
 - 1) Selalu meningkatkan mutu dan produk
 - 2) Mengenal perkembangan pasar kemudian menentukan strategi yang sesuai pada setiap segmennya.
 - 3) Menggunakan jaringan kerja yang luas untuk memudahkan pemahaman masyarakat dan anggota tentang konsep syariah dan

mudahkan mereka untuk bergabung dengan sering mengadakan seminar atau semacamnya, baik melalui teknologi (media sosial) atau langsung bertatap muka.

- c. Menghasilkan strategi WO dengan mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada dengan mengatasi berbagai kelemahan-kelemahan yang ada, dengan cara:
 - 1) Selalu memperbarui web dengan tampilan yang menarik, terkini dan menambah fitur bahasa yang digunakan
 - 2) Merekrut dan menjadikan anggota untuk menjadi pionir dalam pemasaran atau melebarkan sayap. Membuat perhitungan yang sesuai bagi anggota yang menjadi pionir sehingga saling menguntungkan dan pemasaran akan semakin beragam
- d. Menghasilkan strategi WT sebagai strategi defensif dengan meminimalisir kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman-ancaman, dengan cara:
 - 1) Memunculkan yang berbeda dari semua pesaing dan adopsi yang cocok atau baik dari pesaing
 - 2) Menjalin hubungan yang baik dan selalu meningkatkan kualitas