

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI.  
NIK : 19810525200910 113 038

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Maimunah Hadi  
NPM : 2019 07 30132  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Naskah Ringkas : Analisis Potensi Islamic Crowdfunding  
Berdasarkan Lending sebagai Sumber Pembiayaan  
Alternatif Usaha Kecil Menengah  
(Studi Kasus Kapital Boost)  
Hasil Tes Turnitin\* : 11 %

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 6 November 2019

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Syariah

(Drs. Miftakhul Khasanah, M.Ag.)

Dosen Pembimbing Skripsi,

(Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI.)

\*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

**ANALISIS POTENSI *ISLAMIC CROWDFUNDING* BERBASIS  
*LENDING* SEBAGAI SUMBER PEMBIAYAAN ALTERNATIF UKM  
(STUDI KASUS PLATFORM KAPITAL BOOST)**

**POTENTIAL ANALYSIS OF *LENDING-BASED ISLAMIC CROWDFUNDING* AS AN ALTERNATIVE FUNDING FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES  
(CASE STUDY OF KAPITAL BOOST PLATFORM)**

**Maimunah Hadi dan Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI.**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183*

*E-mail: [contact.munahadi@gmail.com](mailto:contact.munahadi@gmail.com)  
[miftakhulkhasanah@umy.ac.id](mailto:miftakhulkhasanah@umy.ac.id)*

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dan potensi Kapital Boost kaitannya sebagai penyedia layanan jasa keuangan alternatif bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mengalami kesulitan untuk memperoleh akses permodalan dari lembaga konvensional. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam pengumpulan data, teknik yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan model Miles dan Huberman dalam menganalisis data dan analisis SWOT sebagai penunjang untuk mengetahui potensi Kapital Boost dalam memenuhi kebutuhan permodalan UKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kapital Boost telah berhasil mendanai proyek UKM di Indonesia sebesar Rp 144,3 T dari total kekurangan pembiayaan nasional sebesar 659 T. Kapital Boost juga memiliki potensi yang besar untuk terus mengembangkan diri melihat faktor pembiayaan UKM yang masih belum terpenuhi. Faktor lainnya yaitu bahwa platform crowdfunding yang menawarkan akad sesuai dengan prinsip syariah terhitung masih sedikit serta cepatnya perkembangan teknologi yang juga terjadi dalam bidang keuangan membuat orang-orang mulai menggunakan pembiayaan alternatif berbasis fintech.*

**Kata Kunci:** *potensi, financial technology, Islamic crowdfunding, pembiayaan alternatif, UKM*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the role and potential of Kapital Boost on providing alternative financial services to Small and Medium Enterprises (SMEs) that have difficulty in obtaining access to capital from conventional institutions. This type of research is field research using a descriptive qualitative approach. In collecting data, the techniques used are observation, interviews, and documentation. Researchers used the Miles and Huberman models in analyzing data and SWOT analysis as support to determine the potential of Kapital Boost in fulfilling the capital needs of SMEs. The results showed that Kapital Boost has succeeded in funding SME projects in Indonesia as much as Rp 144.3 T of the total national funding shortage of 659 T. Kapital Boost also has great potential to develop themselves based on SME financing factors that have still not been fulfilled. Another factor is that crowdfunding platforms offer contracts following sharia principles that are relatively rare. Besides that, the rapid development of technology that also occurs in the financial sector, makes people start using alternative financing based on fintech.*

**Keywords:** *potential, financial technology, Islamic crowdfunding, alternative financing, SMEs*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perkembangan teknologi telah memasuki hampir semua lini dalam kehidupan manusia. Pemanfaatan teknologi berperan dalam menciptakan kemudahan bagi aktivitas manusia. Namun, pesatnya perkembangan teknologi membawa dampak pada fenomena *disruptive innovation* yang diartikan sebagai inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru melalui pemanfaatan teknologi. Inovasi tersebut biasanya menghasilkan sesuatu yang baru dan lebih efisien serta bermanfaat (Kasali, 2017: 27). Fenomena *disruption* juga dialami oleh industri jasa keuangan.

Perubahan yang berasal dari *disruptive innovation* telah mendorong munculnya fenomena baru yang dikenal dengan *fintech*. *Fintech* merupakan singkatan dari *financial technology* yang dapat diartikan sebagai “*the use of new technology and innovation to compete in the marketplace of financial institutions and intermediaries*” (Fenwick dkk., 2017: 5) Di Indonesia, *fintech* mengalami perkembangan yang cukup pesat ditandai dengan

meningkatnya jumlah perusahaan yang bergerak di bidang *financial technology* dalam beberapa tahun terakhir.

Salah satu bentuk *fintech* adalah *crowdfunding*. *Crowdfunding* diartikan sebagai urun dana yang dilakukan oleh individu maupun kelompok secara beramai-ramai mendanai proyek tertentu yang sifatnya komersial maupun sosial (Mufli, 2017: 303). Satu dari keempat bentuk *crowdfunding* yaitu yang berbasis *lending*. Tiap platform memiliki fokus pasar masing-masing, salah satunya dengan tujuan mendanai proyek-proyek UKM yang mengalami kesulitan mendapatkan modal.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan sektor perekonomian yang sangat vital di Indonesia mengingat perannya sebagai penyokong perekonomian nasional. Namun, UKM masih menghadapi berbagai kendala utama salah satunya adalah permodalan. Padahal, permodalan menjadi salah satu kunci keberlangsungan suatu usaha. UKM yang didukung dengan permodalan yang memadai memiliki potensi untuk berkembang lebih besar lagi.

Terdapat beberapa pilihan bagi UKM untuk memperoleh permodalan. Salah satunya melalui lembaga perbankan. Namun, fasilitas pembiayaan yang ditawarkan oleh perbankan dirasa kurang sesuai untuk menjadi solusi permasalahan permodalan bagi UKM. Hal ini dikarenakan sebagian besar UKM dianggap tidak *bankable* atau tidak memenuhi syarat-syarat pengajuan pembiayaan di perbankan.

Fakta menyebutkan bahwa dari total permintaan pembiayaan nasional sebesar Rp 1.649 triliun, hanya Rp 990 triliun yang mampu dipenuhi oleh lembaga keuangan yang sudah ada (Mufli, 2017: 302). Itu artinya, masih terdapat kekurangan sebesar 40% dari total kebutuhan pembiayaan nasional. Ketimpangan antara permintaan dan penawaran pembiayaan oleh para ahli disebut sebagai *financing gap*. *Financing gap* yang terjadi membuat pembiayaan alternatif bermunculan mengisi kekosongan penawaran pembiayaan yang belum terpenuhi termasuk pembiayaan dengan model *crowdfunding*.

Dari sebagian besar *crowdfunding* komersial yang berkembang masih menggunakan unsur bunga dalam aktivitas pendanaan serta pembiayaannya. Unsur bunga yang dipersamakan dengan riba dilarang dalam Islam sehingga dalam hal ini diperlukan *crowdfunding* yang menggunakan prinsip-prinsip dan memenuhi kaidah syari dalam menjalankan lalu lintas kegiatan urun dana.

Di tengah maraknya *crowdfunding platform* yang mayoritas masih memakai bunga dalam instrumen *return*-nya, Kapital Boost merupakan platform pertama di Asia yang menerapkan prinsip syariah. Selain menjadi pionir platform yang berprinsip syariah di Asia, Kapital Boost juga memiliki jaringan yang luas karena sudah beroperasi di tiga negara, yaitu Singapura, Indonesia dan Malaysia. Hal tersebut didukung dengan *founder* Kapital Boost yang telah memiliki pengalaman selama berpuluh tahun di dunia perkreditan. Saat ini Kapital Boost memiliki fokus pada pengembangan UKM di Asia Tenggara, termasuk salah satunya Indonesia yang memiliki potensi pasar cukup besar.

Kehadiran Kapital Boost sebagai penyedia layanan *Islamic Peer to Peer Crowdfunding* tergolong cukup baru tetapi perannya dalam memberikan alternatif pembiayaan bagi UKM di Indonesia perlu diperhitungkan. Menurut media *dailysocial.id* (05/09/2016) menyebutkan bahwa Kapital Boost telah berhasil mendanai 11 proyek di Indonesia senilai lebih dari 5 miliar rupiah. Jumlah tersebut diperkirakan akan terus bertambah mengingat kebutuhan pendanaan yang berasal dari UKM di Indonesia masih besar. Dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai potensi platform Kapital Boost dalam perannya sebagai penyedia layanan sumber pembiayaan alternatif bagi UKM dengan basis *Islamic crowdfunding*.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran Kapital Boost dalam memenuhi kebutuhan permodalan UKM?
2. Bagaimana potensi Kapital Boost dalam memenuhi kebutuhan permodalan UKM?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran Kapital Boost dalam memenuhi kebutuhan permodalan UKM.
2. Untuk mengetahui potensi Kapital Boost dalam memenuhi kebutuhan permodalan UKM.

## **Kerangka Teori**

### **Usaha Kecil Menengah (UKM)**

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah menjelaskan “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu (LPPI dan BI, 2015: 13).

### **Permodalan**

Dalam sejarah, pengertian modal mengalami perkembangan. Mulanya, pengertian modal berorientasi pada “*physical-orientend*”. Dalam hubungan ini, modal dapat diartikan sebagai “hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut” (Riyanto, 2001: 17). Makin besarnya perusahaan tidak terlepas dari masalah permodalan. Perusahaan yang mengadakan ekspansi tentu membutuhkan tambahan modal. Untuk memenuhi kebutuhan modal suatu perusahaan maka dapat diperoleh dengan mencari sumber pembiayaan yang dapat dibedakan menjadi dua, yaitu intern dan ekstern (Riyanto, 2001: 209).

### **Pembiayaan Modal Kerja**

Setiap perusahaan selalu membutuhkan modal kerja untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya sehari-hari, misal untuk pembelian bahan mentah, membayar upah buruh, dan lain sebagainya, dimana uang atau dana yang dikeluarkan diharapkan akan dapat kembali masuk dalam perusahaan dalam waktu yang pendek melalui hasil penjualan produksinya (Riyanto, 2001: 57). Modal kerja yang tercukupi akan menguntungkan perusahaan karena memungkinkan bagi perusahaan untuk beroperasi secara ekonomis atau efisien dan perusahaan tidak mengalami kesulitan keuangan (Munawir, 2002: 16). Platform Kapital Boost menawarkan produk pembiayaan modal kerja berupa *asset purchase* dengan akad murabahah dan *invoice financing* dengan akad *wakalah bil ujah* dan *qardh*.

### **Financial Technology**

*Financial technology* didefinisikan sebagai sebuah inovasi dalam jasa keuangan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi (Mufli, 2017: 303). *Fintech* memiliki beberapa bentuk salah satunya adalah *crowdfunding*. *Crowdfunding* disebut juga ‘urun dana’, atau dengan istilah lain merupakan pendanaan beramai-ramai atau patungan yang memungkinkan puluhan bahkan ratusan orang dapat mewujudkan suatu proyek

komersial maupun untuk kepentingan sosial (Mufli, 2017: 303). *Crowdfunding* terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu *donation-based*, *reward-based*, *lending-based*, dan *equity-based*. Diantara banyaknya platform yang berbasis konvensional, terdapat beberapa platform yang sudah menerapkan prinsip syariah. *Crowdfunding* berbasis Islami menggunakan prinsip sesuai syariah Islam yang dibangun didasarkan pada konsep *Islamic finance* yang meliputi segala aturan dan larangannya (Fatikah, 2018: 47).

### **Potensi**

Potensi berasal dari bahasa latin yaitu *potentia* yang artinya kemampuan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan.

### **Penelitian Terdahulu**

Achsien dan Dien (2016) yang berjudul “Islamic Crowdfunding as The Next Financial Innovation in Islamic Finance: Potential and Anticipated Regulation in Indonesia”. Penelitian ini berisi tentang potensi *Islamic crowdfunding* untuk diterapkan di Indonesia mengingat pasar muslim yang cukup besar.

Wahjono dkk. (2015) berjudul “Islamic Crowdfunding: Alternative Funding Solution”. Artikel ini menguraikan tentang penerapan *crowdfunding* di beberapa negara di Asia yaitu Malaysia, Indonesia, Thailand. Kemudian peneliti juga merumuskan suatu model *crowdfunding* berbasis Islam.

Hidajat dkk. (2016) berjudul “Crowdfunding: Financial Service for Unserved Crowds in Indonesia”. Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari model *crowdfunding* yang paling sesuai untuk menghadirkan solusi atas permasalahan sulitnya mengakses sumber pembiayaan yang dialami oleh UKM.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di sebuah *platform start up fintech* yaitu Kapital Boost (Kapital Boost Pte Ltd) yang berlokasi di Rukan Puri Mansion Blok B No.7, Jalan Lingkar Luar Barat Raya, Kembangan, Jakarta Barat. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer

diperoleh melalui wawancara dengan staf Kapital Boost yang diwakili oleh Business Development Manager, satu perwakilan pelaku UKM yang telah berhasil menggalang dana melalui platform Kapital Boost, serta perwakilan investor yang pernah mendanai proyek di platform Kapital Boost. Data sekunder diperoleh melalui website Kapital Boost, web resmi OJK, dan publikasi mengenai UKM.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yang meliputi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing*. Peneliti juga menggunakan teknik analisis SWOT sebagai tambahan untuk menjelaskan mengenai potensi. Uji keabsahan pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kapital Boost merupakan platform pertama di Asia yang menggunakan metode *Islamic P2P Crowdfunding*. 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 syariat.

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 dibawah peraturan POJK No.77/ POJK.01/2016 tentang aktivitas *fintech* sebelum peraturan yang berbasis syariah terpublikasi.

### **Peran Kapital Boost dalam Memenuhi Kebutuhan Permodalan**

Menurut data OJK bahwa kebutuhan pendanaan UKM di Indonesia tahun 2017 adalah sebesar Rp1.649 triliun. Namun, hanya Rp990 triliun yang mampu dipenuhi oleh lembaga formal. Itu artinya masih terdapat kekurangan sebesar 40% atau Rp659 triliun.

Selama pembiayaan di tahun 2017, Kapital Boost telah berperan menyalurkan pembiayaan sebesar Rp144,3 triliun. Secara persentase, dari total kampanye yang dilakukan, Kapital Boost berhasil mendanai 94% proyek senilai \$4.776.235 dan yang tidak berhasil terdanai sebesar 6% atau senilai \$320.365.

Berikut merupakan detail pembiayaan berdasarkan Negara. Di Indonesia, pada tahun 2017 dari total target pendanaan sebesar \$3.889.700 dollar Singapura, Kapital Boost berhasil mendanai sebesar \$3.808.735 atau 98% sehingga yang belum terdanai adalah 2% atau \$80.965. Sedangkan target pendanaan Kapital Boost di Singapura lebih rendah dibandingkan dengan di Indonesia yaitu sebesar \$734.600 dollar Singapura dan yang dapat terdanai adalah 85% atau \$626.200 serta 15% atau sebesar \$ 108.400 yang belum terdanai. Pendanaan yang dilakukan di Malaysia jauh lebih kecil dari pendanaan kedua negara sebelumnya yaitu 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. Di bawah ini akan dijelaskan melalui tabel mengenai ringkasan seputar pembiayaan di Kapital Boost.

**Tabel 1. Data minimal, maksimal dan rata-rata**

<b>Nama</b>	<b>Minimal</b>	<b>Maksimal</b>	<b>Rata rata</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Tenor</b>	2	12	3.8	Bulan
<b>Return</b>	3%	16%	6%	
<b>Pembiayaan</b>	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 terlama adalah 12 bulan sehingga rata-rata dalam pengembalian ini adalah 3.8 bulan. Hal ini karena pembiayaan yang dilakukan Kapital Boost merupakan pembiayaan yang berjangka pendek. 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%. Nominal pembiayaan terendah dalam

kampanye Kapital Boost yaitu sebesar \$ 6.100 dan tertinggi sebesar \$275.000 sehingga rata-rata pembiayaan di Kapital Boost berada di angka \$ 68.872,97 dollar Singapura.

### **Analisis Potensi Kapital Boost dalam Memenuhi Permodalan di Indonesia**

Kebutuhan pendanaan UKM di Indonesia pada tahun 2017 menurut data OJK adalah sebesar Rp1.649 T. Namun, yang dapat dipenuhi oleh lembaga konvensional hanya sebesar Rp990 T sehingga terdapat kekurangan sebesar 40% atau senilai Rp 659 T. Dari kekurangan tersebut, Kapital Boost terbukti mampu memenuhi kekurangan pendanaan sebesar Rp144,3 T atau 22%. Namun, Kapital Boost seharusnya bisa lebih dari 22% jika semua target pendanaan Kapital Boost terpenuhi 100%.

Hal ini menjadi potensi Kapital Boost untuk memaksimalkan potensi pendanaannya 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 detail dan teliti.

Faktor lain yang perlu diperhatikan yaitu sumber daya manusia. Dalam keadaan yang masih baru Kapital Boost masih memiliki celah-celah yang harus ditutup seperti masih kurangnya tenaga kerja. Kurangnya SDM adalah celah yang sangat dirasakan Kapital Boost karena efek domino yang ditimbulkan sangat besar, salah satunya dalam hal pemasaran. Pemasaran merupakan tonggak utama bagi penjualan. Kurangnya SDM menyebabkan pemasaran kurang maksimal dari yang seharusnya bisa mendapatkan lebih.

### **Analisis SWOT**

Tabel IFAS dan Analisisnya

**Tabel 2. Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*)**

<b>Faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Terbobot</b>
Kekuatan (Strenghts)			
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
<b>TOTAL</b>	1.00		4.20

Sumber : Data yang Sudah Diolah

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 diatas rata-rata dan 5 yang berarti sangat baik. Skor total terbobot menunjukkan angka 4,20 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah baik (diatas rata-rata) dalam menanggapi faktor strategi internal yang ada, dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi Kapital Boost.

## Tabel EFAS dan Analisisnya

**Tabel 3. Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*)**

<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Terbobot</b>
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
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.15</b>

Sumber : Data yang Sudah Diolah

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.

## Tabel SFAS dan Analisisnya

**Tabel 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	
<b>TOTAL</b>	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.

### Matriks SWOT dan Analisisnya

**Tabel 5. Matriks SWOT**

Internal	<p><b>Strenght (S) Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mutu dan produk yang terjamin sesuai dengan syariat Islam dan di payungi oleh hukum negara.</li> <li>2. Saluran distribusi yang efektif.</li> <li>3. Analisis risiko yang matang.</li> <li>4. Memiliki jaringan kerja yang luas.</li> <li>5. Simpl dan mudah untuk bergabung sebagai anggota baik menjadi pemodal maupun yang mendapatkan modal.</li> </ol>	<p><b>Weakness (W) Kelemahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Web yang tersedia hanya masih berbahasa Inggris.</li> <li>2. Kekurangan tenaga kerja.</li> <li>3. Pemasaran yang belum maksimal.</li> </ol>
Eksternal		
<p><b>Opportunities (O) Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkembangan teknologi yang semakin canggih.</li> <li>2. Segmen pasar dan konsumen yang jelas.</li> <li>3. Pertumbuhan UKM yang semakin pesat</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu update tentang pertumbuhan UKM</li> <li>2. Menentukan UKM yang cocok untuk dijadikan sebagai pasar.</li> <li>3. Semakin memanfaatkan teknologi untuk menjual produk dan</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu memperbaharui web dengan tampilan yang menarik, terkini dan menambah fitur bahasa yang digunakan.</li> <li>2. Rekrut dan jadikan anggota untuk menjadi pionir dalam pemasaran atau melebarkan sayap dan buat perhitungan</li> </ol>

sehingga kebutuhan permodalan pun semakin tinggi.	memprioritaskan pasar yang di tuju. 4. Menjelaskan saluran distribusi yang efektif, analisis risiko yang matang, jaringan kerja yang luas dan simpl.	yang sesuai bagi anggota yang menjadi pionir sehingga saling menguntungkan dan pemasaran akan semakin beragam.
<b>Threats (T) Ancaman</b> 1. Semakin kompetitifnya persaingan dan menjamurnya platform yang serupa. 2. Pemahaman masyarakat yang kurang mengenai konsep syariah.	<b>Strategi ST</b> 1. Selalu tingkatkan mutu dan produk. 2. Kenali perkembangan pasar kemudian tentukan strategi yang sesuai pada setiap segmennya. 3. Gunakan 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.	<b>Strategi WT</b> 1. Memunculkan yang berbeda dari semua pesaing dan adopsi yang cocok atau baik dari pesaing. 2. Jalin hubungan yang baik dan selalu tingkatkan kualitas.

Sumber : Data yang Sudah Diolah

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

Menghasilkan strategi SO dengan menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk mengambil manfaat dari peluang-peluang yang ada, dengan cara: selalu *update* tentang pertumbuhan UKM yang berkembang dan bermunculan, menentukan UKM yang cocok untuk dijadikan sebagai pasar, semakin memanfaatkan teknologi untuk menjual produk dan

memprioritaskan pasar yang dituju, kemudian menjelaskan saluran distribusi yang efektif, analisis risiko yang matang, jaringan kerja yang luas dan simpel.

Menghasilkan strategi ST dengan mempertimbangkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman-ancaman yang ada, dengan cara: selalu meningkatkan mutu dan produk, mengenali perkembangan pasar kemudian menentukan strategi yang sesuai pada setiap segmennya, menggunakan jaringan kerja yang luas untuk memudahkan pemahaman masyarakat dan anggota tentang konsep syariah dan memudahkan mereka untuk bergabung dengan sering mengadakan seminar atau semacamnya, baik melalui teknologi (media sosial) atau langsung bertatap muka.

Menghasilkan strategi WO dengan mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada dengan mengatasi berbagai kelemahan-kelemahan yang ada, dengan cara: selalu memperbarui web dengan tampilan yang menarik, terkini dan menambah fitur bahasa yang digunakan, 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.

Menghasilkan strategi WT sebagai strategi defensif dengan meminimalisir kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman-ancaman, dengan cara: memunculkan yang berbeda dari semua pesaing dan adopsi yang cocok atau baik dari pesaing, menjalin hubungan yang baik dan selalu meningkatkan kualitas.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Hasil data pembahasan menunjukkan bahwa Kapital Boost berperan dalam memenuhi kekurangan pembiayaan nasional sebesar 20% dari total kekurangan pendanaan nasional sebesar 40% tahun 2017. Dari total target pendanaan yang dilakukan oleh Kapital Boost hanya 6% atau \$320.365 yang tidak terdananai sehingga dapat dikatakan pencapaian Kapital Boost dalam memenuhi target sebesar 94% atau \$4.776.235. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dipaparkan di bagian pembahasan, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel IFAS yang memiliki nilai terbobot 4,20 dan tabel EFAS menunjukkan nilai terbobot adalah 3,15 yang berarti manajemen yang dilakukan Kapital Boost terhadap faktor strategi eksternalnya sudah cukup baik atau rata-rata. Secara keseluruhan yang dibuktikan pada tabel SFAS

Kapital Boost memperoleh nilai 3,40 yang artinya sudah cukup baik dalam menanggapi faktor strategi yang ada. Pada matriks SWOT menunjukkan Kapital Boost memiliki potensi untuk mencapai tujuannya. Namun, di sisi lain Kapital Boost harus memaksimalkan potensi yang ada dan memperhatikan kelemahan-kelemahan agar bisa lebih optimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achsien, Iggi H. dan Dien L. Purnamasari. 2016. Islamic Crowdfunding as The Next Financial Innovation in Islamic Finance: Potential and Anticipated Regulation in Indonesia. *European Journal of Islamic Finance*.
- Fenwick, Mark, Joseph A. McCahery dan Erik P.M. Vermeulen. 2017. Fintech and the Financing of Entrepreneurs: from Crowdfunding to Marketplace Lending. *TILEC Discussion Paper, The European Corporate Governance Institute*.
- Hidajat, Taofik, Ina Primiana, Sulaeman Rahman dan Erie Febrian. 2016. Crowdfunding: Financial Service for Unserved Crowds in Indonesia. *International Conference of Integrated Microfinance Management*.
- Kasali, Rhenald. 2017. *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis UMKM*. Jakarta: LPPI dan BI.
- Mufli, Muhammad. 2017. Tanimadani.com: Rancang Bangun Model Bisnis Islamic Financial Technology Berbasis Crowdfunding Pembiayaan Usaha Mikro Sektor Pertanian. *Nisbah (Jurnal Perbankan Syariah)*.
- Munawir. 2002. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Wahjono, Sentot Imam, Anna Marina dan Widayat. 2015. Islamic Crowdfunding: Alternative Funding Solution. *World Islamic Social Science*.

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Naskah Publikasi atas:

Nama : Maimunah Hadi  
NIM : 20140730132  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : **ANALISIS POTENSI *ISLAMIC CROWDFUNDING* BERBASIS  
*LENDING* SEBAGAI SUMBER PEMBIAYAAN ALTERNATIF  
UKM (STUDI KASUS PLATFORM KAPITAL BOOST)**  
Dosen Pembimbing : Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI.

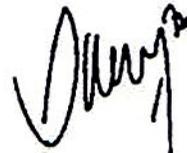
Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 11%.  
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui  
Ka. Ur. Pengelolaan



Laela Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 5/11/2019  
yang melaksanakan pengecekan



Ikram Al- Zein, S.Kom.I