

**IMPLEMMENTASI *FINTECH* TERHADAP UMKM DI KOTA
MEDAN DENGAN ANALISIS SWOT**

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Irzan Fikri Dalimunthe

NIM.56154014

Program Studi
EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2019 M/1440 H

**IMPLEMMENTASI *FINTECH* TERHADAP UMKM DI KOTA
MEDAN DENGAN ANALISIS SWOT**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Islam Pada Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

Muhammad Irzan Fikri Dalimunthe

NIM.56154014

Program Studi
EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2019 M/1440 H

PERSETUJUAN
SKRIPSI BERJUDUL
IMPLEMENTASI *FINTECH* TERHADAP UMKM KOTA MEDAN
DENGAN ANALISIS SWOT

Oleh:

MUHAMMAD IRZAN FIKRI DALIMUNTHE

NIM: 56154014

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 11 April 2019

Pembimbing I

Dr. M. Ridwan. MA
NIP.197608202003121004

Pembimbing II

Muhammad Syahbudi, MA
NIP.1100000094

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi
Islam

Dr. Marliyah, M. Ag
NIP. 197601262003122003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Irzan Fikri Dalimunthe
Nim : 56154014
Tempat, Tanggal Lahir : Langkat, 13 Maret 1996
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Suluh No.114

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Implementasi Fintech terhadap UMKM di Kota Medan (Analisis SWOT).**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 11 April 2019

Yang membuat pernyataan

M. IRZAN FIKRI. D

ABSTRAK

MUHAMMAD IRZAN FIKRI DALIMUNTHER. NIM: 56154014. Judul Skripsi: **Implementasi *Fintech* Terhadap UMKM Di Kota Medan Dengan Analisis SWOT**. Di bawah bimbingan Pembimbing Skripsi I Bapak: **Dr. M. Ridwan, MA**. Dan Pembimbing Skripsi II Bapak: **Muhammad Syahbudi, MA**.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana peran fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan, untuk menganalisis kendala implementasi fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan dan untuk menganalisis strategi implementasi fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis data dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini adalah peran Fintech dalam dunia perbankan sangat penting dan paling gencar dalam menerapkan dan mengemangkan financial technology (Fintech) atau teknologi keuangan. Tujuan diterapkannya Fintech oleh perbankan tidak lain adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam melayani nasabahnya. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM. UMKM yang pada dasarnya tidak memiliki konektivitas yang lebih luas dari pada perbankan menjadikan UMKM tumbuh sangat lambat dan kurang diminati sebagai alternatif pembiayaan. Selain itu, kurangnya inovasi keuangan dalam UMKM menjadikan UMKM jarang diminati. Kendala implementasi fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia 1. Infrastruktur 2. Sumber Daya Manusia (SDM) 3. Perundang-undangan 4. Kurangnya literasi keuangan dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan dan strategi pengembangan UMKM dengan implementasi fintech dengan matrik tumbuh dengan integrasi vertikal dari kekuatan dan peluang yang ada sehingga strategi yang dapat dilakukan adalah UMKM dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dan strategi yang telah diperoleh dengan penerapan yang efisiensi dari teknologi financial berpeluang akan meningkatkan kinerja UMKM, kedua UMKM usaha strategis yang besar berpeluang untuk ikut bersaing dalam pasar bebas (MEA) dengan produk tidak orintasi lokal dan ketiga fintech yang efisien akan menciptakan trend penggunaan teknologi tepat guna dengan.

Kata Kunci: Implementasi Fintech, UMKM di Kota Medan, Analisis SWOT.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. atas nikmat yang telah diberikan baik berupa nikmat kesehatan ataupun nikmat kesempatan sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “**IMPLEMENTASI FINTECH TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA MEDAN ANALISIS SWOT**” dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menerangi jalan kehidupan kita dengan Nurul Islam.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oeh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Dua sosok yang sangat kubanggakan, ayah dan ibu tercinta (Alm. Taufik Dalimunthe dan Farida Khairany Daulay), terima kasih untuk doa dan kasih sayang serta dukungannya setiap waktu, semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.
2. Bapak Prof. Saidurrahman, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA sebagai dekan Fekultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara
4. Ibu Dr. Marliyah, MA sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

5. Bapak Imsar, Msi sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara
6. Bapak Dr, M. Ridwan, MA, sebagai Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah meluangkan waktu dan memberi banyak arahan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Muhammad Syahbudi, MA, selaku dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membantu dan bersabar untuk penyelesaian skripsi ini, serta meluangkan waktu dan memberi banyak arahan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Terima kasih teruntuk kekasih tercinta seperjuangan saya Dini Agustin, yang selalu memberikan motivasi, nasihat, semangat, dan mengajari mengerjakan SPSS dalam penulisan skripsi ini.
9. Buat teman-teman dan semua pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu disini, terima kasih kesediaan waktunya untuk membantu selesainya skripsi ini. Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan, Amin.

Akhirnya penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak, semoga bantuan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. semoga skripsi ini berguna bagi agama, bangsa dan negara, khususnya bagi penulis sendiri. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, 11 April 2019
Penulis

M.Irzan Fikri.D

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Fintech	10
B. UMKM	11
C. Strategi Swot	13
1. Pendekatan Kualitatif Matrix Swot	14
2. Pendekatan Kuantitatif Analisis Swot	15
3. Study Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Data dan Sumber Data	23
C. Teknik Analisis Data	24
1. Peluang (<i>Opportunity</i>)	26
2. Ancaman (<i>Threat</i>)	27
a) Kekuatan	27
b) Kelemahan	27
1) Posisi Pada Kuadran I	29

2) Posisi Pada Kuadran II	30
3) Posisi Kuadran III	30
4) Posisi Pada Kuadran IV	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
A. Perkembangan UMKM di Kota Medan	35
B. Perkembangan Fintech di Kota Medan	38
1. Modalku	38
2. Investree	38
3. Amartha	40
C. Peran Fintech Dalam Perkembangan UMKM di Kota Medan	40
D. Kendala Implementasi Fintech dalam Pengembangan UMKM di Kota Medan	43
E. Strategi Implementasi Fintech Dalam Pengembangan UMKM di Kota Medan	47
1. Analisis Instrumen Strategi SWOT	49
a) Rekapitulasi Faktor Internal	49
b) Rekapitulasi Faktor Eksternal	53
2. Pencocokan Data Strategi Internal dan Eksternal (IE)	56
BAB IV PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1	Pertumbuhan Perbankan Syariah di Medan	2
2	Perkembangan UMKM di Medan	3
3	Kriteria UMKM	13
4	Pilihan Strategi Dalam Analisis Swot	30
5	Matriks analisis SWOT	31
6	Perkembangan UMKM dan Usaha Besar di Kota Medan	35
7	Bobot Lingkungan Internal	46
8	Uji Bobot IFAS	48
9	Bobot Lingkungan Eksternal	50
10	Penentuan Bobot Eksternal	51
11	EFAS	52
12	Hasil Matrik SWOT	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1	Matriks SWOT	14
2	Matrik IFE	17
3	Matrik IE	18
4	Kuadrat Matrik	19
5	Pilihan Strategi Dalam Analisis SWOT	28
6	Diagram SWOT	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kolaborasi *financial technology* (fintech) dengan lembaga keuangan syariah, khususnya perbankan syariah dapat meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Medan. Hal tersebut dapat terjadi karena saat ini perkembangan teknologi sangat pesat dan telah masuk ke semua sektor, salah satunya yaitu sektor keuangan. Maka, dengan masuknya teknologi ke sektor keuangan akan mengubah industri keuangan ke era digital dan kita harus siap menghadapi perubahan itu sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Ar Ra'd ayat 11:¹

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

Artinya : Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri (QS Ra'd : 11)

Implementasi Fintech pada industri perbankan syariah akan memudahkan dan mendekatkan pelaku bisnis, khususnya UMKM untuk mengakses produk-produk layanan keuangan syariah yang ditawarkan dan mengajukan pembiayaan secara langsung tanpa harus datang langsung ke kantor-kantor cabang. Model seperti itu, selain mempermudah pelaku bisnis sektor UMKM dalam mendapatkan akses keuangan, juga dapat meningkatkan keuangan inklusif serta dapat meningkatkan kinerja banksyariah.

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Saat ini, pertumbuhan Bank Syariah

¹ Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan*, (Bandung: J-Art, 2000) h. 201

sangat signifikan. Hal tersebut berdasarkan pada laporan Statistik Perbankan Syariah yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1.1. Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Medan

Indikator	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Total Aset Bank Umum Syariah	180.360	204.961	213.423	254.184	288.027
Total Aset Unit Usaha Syariah	61.916	67.383	82.839	102.320	136.154

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa total aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2011 total aset Bank Umum Syariah sebesar 116.930, angka tersebut mengalami peningkatan yang signifikan pada setiap tahun dan mencapai 288.027 pada tahun 2017.

Peluang perbankan syariah untuk meningkatkan total asset sangat terbuka, karena beberapa alasan diantaranya sebagai berikut:

1. Kebutuhan pembiayaan dalam negeri masih sangat besar
2. Distribusi pembiayaan nasional masih belum merata
3. Inklusi keuangan nasional masih rendah
4. Kemampuan ekspor UMKM masih rendah
5. Peningkatan penggunaan teknologi di Medan

Tentu, untuk menggapai peluang-peluang tersebut di atas, perbankan syariah harus menggandeng fintech. Tanpa fintech, perbankan syariah akan kesulitan untuk mengambil peluang-peluang tersebut.

Sementara itu, UMKM merupakan salah satu variabel penting dalam perekonomian suatu negara. Sektor UMKM dapat mendorong pertumbuhan

ekonomi serta menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat dikatakan bahwa sektor UMKM dapat berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi. Dalam penelitian ini jenis UMKM adalah usaha unik seperti Handycraf yang penjualan sampai ekspor luar negeri dan kuliner yang terdaftar dalam layanan on line seperti Go-Food seperti vendor Finnet (fintech) yang banyak membiayai UKM pada penelitian ini dibatasi pada UMKM Kreatif.²

Tabel 1.2. Perkembangan UMKM Medan

No	Nama Usaha	Kriteria usaha	No	Nama Usaha	Kriteria usaha	No	Nama Usaha	Kriteria usaha
1	Anyam Darung	Handy craft	30	Liza Chan Handicraft	Handicraft Ulos	59	Indah Collection	Handycraft
2	Keramas Galery	Handy craft	31	Jari Jemari Umami	Handycraft	60	Aotori Handicraft	Handycraft
3	Krabu & Friends	Handy craft	32	Daur Ulang Goni	Daur Ulang Plastik/Goni	61	Amanda Boutique	Busana, Tas, Handicraft
4	Eka Rivera	Handycraft/ tas kristal	33	Creative Hijau Production	Daur Ulang Kertas	62	Liza Chan Handicraft	Handicraft Ulos

² Admin Finnet Siap Mendukung Monetasi 3 juta UKM. <http://www.finnet-indonesia.com/home/berita/program-cfu-dbs-finnet-siap-support-monitize-3-juta-umkm> di download 1 Desember 2018.

5	Bengkel Kreasi Daur Ulang	Handy craft	34	OJ. Miniatur	Miniatur & souvenir	63	KIRAB	Handycraft
6	Gyfti Doll	Handy Craft	35	Handy Crab	pin, handy crab	64	Janna Aksesoris	Handycraft
7	Matahari Art	Handy craft	36	Asesoris Brus Tara Bando	Asesoris	65	Handicraft	Handycraft
8	KIRAB	Handy craft	37	Emma Hadykraft	handycraft dan pakaian muslim	66	Rumah Fanel	Handycraft
9	Janna Aksesoris	Handy craft	38	Meparas Wire N Bread Jewelry	asesoris dan handycraft	67	Komase Production	Handycraft
10	Handicraft	Handy craft	39	Pengrajin Acesoris Pengantian	Asesoris Pengantian	68	Linda Handycraft	Handycraft
11	Rumah Fanel	Handy craft	40	Ika-Ka	Handycraft	69	Putri Collection	Handycraft

12	Komase Production	Handy craft	41	Delia Kreasi	Handycr aft	70	Fiza Collectio n	Handycr aft
13	Ulina	Handy craft	42	Kelompo k Anggrek UP2K Kel. Kota matsum I	Anyama n pita	71	Kemoce ng Keluarga Tanjung	Handycr aft
14	Linda Handycr aft	Handy craft	43	Iin Marchen dise	Tas & Craft	72	Pesona Bahari	Handycr aft
15	Putri Collecti on	Handy craft	44	Efrida Kalung	kalung manik2,a krilik	73	Dian Dinda	Handycr aft
16	Fiza Collecti on	Handy craft	45	J-Art	Miniatur baju boneka adat	74	Albert Deplansi r	Handycr aft
17	Kemoc eng Keluarg a Tanjung	Handy craft	46	Kayla Akrilik	Kerajina n bahan akrilik	75	Matahari Art	Handycr aft

18	Pesona Bahari	Handy craft	47	Milli Art	Souvenir	76	Bulan Bintang Traso	Handycraft
19	Dian Dinda	Handy craft	48	Alpha Gemilang	Handycraft ulos	77	Fira Craft	Handycraft
20	Albert Deplansir	Handy craft	49	Ainy Collection	Handy craft	78	Indah Collection	Handycraft
21	Matahari Art	Handy craft	50	Fiza Collection	Handy craft	79	Aotori Handicraft	Handycraft
22	Fira Craft	Handy craft	51	Kun Art	Handy craft	80	Amanda Boutique	Busana, Tas, Handy craft
23	Tharraya farm	Handy craft	52	Dafidi handycraft Collection	Handycraft	81	Bulan Bintang Traso	Handy craft
24	Wanna Collection	Handy craft	53	Giffy Collection	Handycraft	82	Sembada Ari Studio	Handy craft
25	Allyzza Galeri	Handy craft	54	CV.Sukses group	Handycraft	83	Saf Handycraft	Lampu Hias

26	Roemah & Badjoe	Handycraft	55	CV Total Art	Handycraft	84	Persada Tenun	konvesi, sorvenir
27	Karya Anak Bangsa	Handycraft	56	Sinar Langit Idah	Handycraft	85	Magenta	Handycraft
28	Ikebana Handycraft	Handycraft/pipet	57	Qta-Qta Collection	Handycraft	86	Cv.Srikanandi	Handycraft
29	Rumah Indonesia	Handycraft	58	Agreen Arbay Handycraft	Handycraft	87	CV. Jaring Citra Lestari	Handycraft

Sumber: Dinas Dan Koperasi UMKM Medan

Perkembangan UMKM di Medan juga menunjukkan pertumbuhan setiap tahunnya. Hal tersebut juga diikuti dengan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja yang setiap tahun mengalami peningkatan. Berdasarkan data tersebut tentu pemerintah harus terus meningkatkan pertumbuhan UMKM, karena dengan bertambahnya UMKM maka penyerapan jumlah tenaga kerja juga semakin besar.

Masih banyaknya produk-produk layanan bank syariah yang belum banyak diakses oleh pelaku-pelaku bisnis serta semakin banyaknya bisnis-bisnis yang berkembang berbasis teknologi, maka bank syariah harus melakukan kolaborasi dengan fintech untuk dapat meningkatkan peran agar lebih bersifat inklusif.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka saya tertarik untuk membahas dalam sebuah penelitian dengan judul : **Implementasi *Fintech* Terhadap UMKM Di**

Kota Medan Dengan Analisis SWOT.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan?
2. Bagaimana kendala implementasi fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan?
3. Bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis fintech?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

- a) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peran fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan
- b) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kendala implementasi fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan
- c) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan UMKM berbasis fintech di Kota Medan.

2. Manfaat Penulisan

a) Manfaat Teoritis

Jurnal ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terkait dengan peran fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan terkait dengan pengembangan peran fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Fintech

1. Pengertian Fintech

Fintech berasal dari istilah *Fintech* berasal dari istilah *financial technology* atau teknologi finansial. Menurut *The National Digital Research Centre (NDRC)*, di Dublin, Irlandia, mendefinisikan *fintech* sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan *fintech*”

Definisi fintech yang dijabarkan oleh Bank Indonesia adalah³

“Penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran”

Fintech menurut Fintech weekly :⁴

“Fintech merupakan salah satu bisnis berbasis software dan teknologi modern yang menyediakan jasa keuangan. Perusahaan fintech pada umumnya adalah perusahaan start-up yang memberikan layanan dan solusi keuangan kepada pelanggan seperti pembayaran mobile, transfer uang, pinjaman, penggalangan dana, dan bahkan manajemen aset”

Fintech yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui *fintech* ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan pembandingan produk keuangan. Saat ini terdapat 142 perusahaan yang bergerak dibidang *fintech* yang teridentifikasi.

Industri financial technology (fintech) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Dan pembayaran digital menjadi salah satu sektor dalam industri FinTech yang paling berkembang di Medan. Sektor inilah

³ Peraturan Bank Indonesia No: 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan Teknologi Finansial.

⁴ FinTech Weekly: “*A business that aims at providing financial services by making use of software and modern technology.*” <https://www.fintechweekly.com/fintech-definition>

yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan⁵.

Fintech dengan layanan keuangan seperti *crowd funding*, *mobile payments*, dan jasa transfer uang menyebabkan revolusi dalam bisnis *startup*. Dengan *crowd funding*, bisa memperoleh dana dari seluruh dunia dengan mudah, bahkan dari orang yang belum pernah ditemui sekalipun Fintech juga memungkinkan transfer uang secara global atau internasional. Jasa pembayaran seperti PayPal otomatis mengubah kurs mata uang, sehingga yang berada di Amerika bisa membeli barang dari Medan dengan mudahnya, Fintech juga memiliki peran penting dalam mengubah perilaku dan ekspektasi konsumen diantaranya:⁶

- a. Dapat mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja
- b. Menyamarkanakan bisnis besar dan kecil sehingga cenderung untuk memiliki ekspektasi tinggi meski terhadap bisnis kecil yang baru dibangun.

Secara global, industri Fintech terus berkembang dengan pesat. Terbukti dari bermunculannya perusahaan startup di bidang ini serta besarnya investasi global di dalamnya. Khususnya di Medan, bisnis ini berkembang sangat pesat hingga menarik perhatian seluruh pebisnis di Medan.

B. UMKM

1. Pengertian UMKM

UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan).⁷

⁵ Peraturan Bank Indonesia No: 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan Teknologi Finansial.

⁶ Triana Fitriastuti, et . al, (2015). *Implementasi Keuangan Inklusif Bagi Masyarakat Perbatasan (Studi Kasus Pada Kutai Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara Dan Kota Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia)*.

⁷ Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*, Laksana, Jogjakarta, 2014, hlm. 12.

Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah⁸:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
- d. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.
- e. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (entrepreneurship). Secara sederhana, wirausahawan (entrepreneurship) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan

⁸Budi Wibowo, analisa regulasi fintech dalam membangun perekonomian di Indonesia, Jakarta, Indonesia

dan ekspansi.

Tabel 1.3. Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta –2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta –10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

C. Strategi SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi peniaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threath*). Ada dua macam pendekatan dalam analisis SWOT, yaitu :⁷

1. Pendekatan Kualitatif Matriks SWOT

Pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh Kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (Peluang dan Tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal (Kekuatan dan Kelamahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-

⁷Freddy Rangkuti *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 23

isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemua antara faktor-faktor internal dan eksternal.

Matriks SWOT Kearns

<i>Internal</i> \ <i>Eksternal</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Treaths</i>
<i>Strength</i>	<i>Comparative Advatage</i>	<i>Mobilization</i>
<i>Weakness</i>	<i>Divestment/Investment</i>	<i>Demage Control</i>

Gambar 2.1 Matriks SWOT

Keterangan :

Sel A : *Comparatve Advantages* (Menyatukan Pilihan)

Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.

Sel B : *Mobilization* (Mobilisasi)

Sel ini merupaka interaksi antara ancaman dan kekuatan. Disini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemuidan merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.

Sel C : *Divestment/Investment* (melepas/menggarap)

Sel ini merupaka interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).

Sel D: *Damage Control* (Mengendalikan Kerugian)

Sel ini merupaka kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan antara kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi

organisasi. Strategi yang harus diambil adalah Damage Control(mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

2. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Matriks evaluasi faktor internal dan eksternal (Internal Faktor Evaluation-IFE Matrix dan External Faktor Evaluation-EFE Matrix) merupakan alat bantu dalam merangkum dan mengevaluasi informasi eksternal yang meliputi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan. Data SWOT kualitatif di atas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson dalam Freddy Rangkuti agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:⁹

- a. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor setta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = a \times b$) pada setiap faktor S-W-O-T; Menghitung skor (a) masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 10, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 10 berarti skor yang paling tinggi. Perhitungan bobot (b) masing-masing point faktor dilaksanakan secara saling ketergantungan. Artinya, penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya. Sehingga formulasi perhitungannya adalah nilai yang telah didapat (rentang nilainya sama

⁹ Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 36

dengan banyaknya point faktor) dibagi dengan banyaknya jumlah point faktor).

- b. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
- c. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT.

Tahapan pencocokan dan pemanduan penting dilakukan untuk melengkapi nilai bobot dan nilai rating kedua faktor strategis. Pembobotan ditempatkan pada kolom kedua matriks IFE dan matriks EFE, sedangkan rating ditempatkan pada kolom ketiga matriks IFE dan matriks EFE.

Matriks IFE

Tahapan Pembuatan Matriks IFE :

1. Buat daftar *Critical Success Factor* (CSF) untuk aspek internal berkaitan dengan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).
2. Tentukan rating dari setiap CSF, berkisar antara 1-4, dimana : 1 = sangat lemah, 2 = lemah, 3 = kuat, 4 = sangat kuat.
3. Tentukan bobot dari setiap CSF .
4. Hitung skor setiap CSF dengan mengalikan bobot dengan rating .
5. Jumlahkan semua skor untuk memperoleh skor total, nilai skor berkisar antara 1 sampai dengan 4

No	Strength	Rating	Bobot	Total
1				
2	Dst			
	Total Kekuatan			
	Weakness	Rating	Bobot	Total

1				
2	Dst			
	Total Kelemahan			
Selisih Total Kekuatan – Total Kelemahan = S-W=x				

Gambar 2.2
Matriks IFE

Matriks EFE .

Tahapan Pembuatan Matriks EFE :

1. Buat daftar CSF (*Critical Success Factor*) untuk aspek eksternal berkaitan dengan kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).
2. Tentukan skala (rating) dari setiap CSF, berkisar antara 1-4, dimana : 1 = dibawah rata-rata, 2 = rata-rata, 3 = diatas rata-rata, 4 = sangat bagus.
3. Tentukan bobot dari setiap CSF.
4. Hitung skor setiap CSF dengan mengalikan bobot dengan rating .
5. Jumlahkan semua skor untuk memperoleh skor total, nilai skor berkisar antara 1 sampai dengan 4.

No	Opportunity	Rating	Bobot	Total
1				
2	Dst			
	Total Peluang			
	Treath	Rating	Bobot	Total
1				
2	Dst			
	Total Tantangan			
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = O-T=y				

Gambar 2.3
Matriks EFE

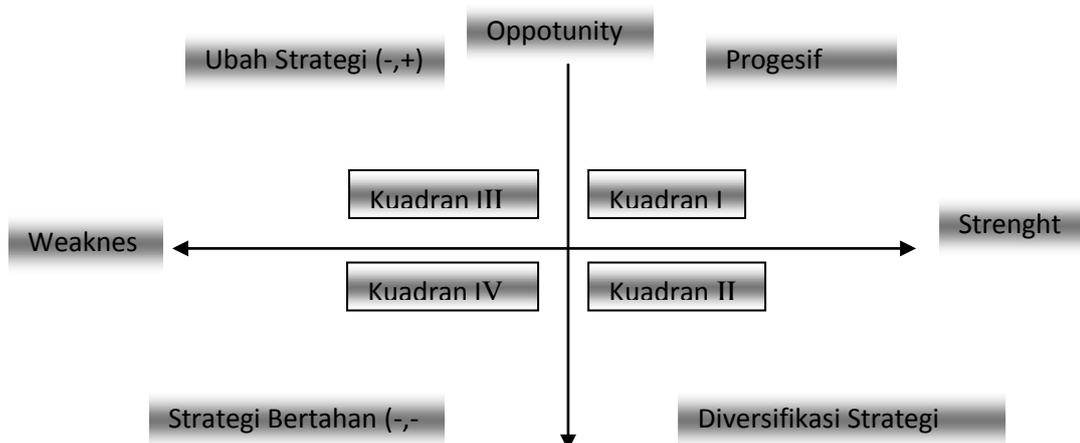
Tahap Pencocokan Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks IE (Internal-Eksternal) memposisikan organisasi ke dalam matriks dengan EFE (baris) dan IFE (kolom) dalam sembilan sel yang diilustrasikan pada Gambar 8 dengan 3 (tiga) ukuran yaitu kuat, sedang dan lemah.

EFI \ EFE	Kuat 3,0 – 4,0	Sedang 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 - 1,99
Kuat 3,0 – 4,0	I	II	III
Sedang 2,0 – 2,99	IV	V	VI
Lemah 1,0 - 1,99	VII	VIII	IX

Gambar 2.4
Gambar Matriks IE

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga bagian utama yang mempunyai dampak strategi berbeda. Pertama, divisi yang masuk dalam sel I, II dan IV dapat disebut tumbuh dan bina. Strategi yang cocok adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif, yaitu integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horisontal. Kedua, divisi yang masuk dalam sel III, V atau VII terbaik dapat dikelola dengan strategi pertahankan dan pelihara, dimana strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang terbanyak dilakukan untuk tipe divisi ini. Ketiga, divisi yang masuk dalam sel VI, VIII atau IX adalah panen atau divestasi.



Gambar 2.5. Kuadrat Matriks

Kuadran I (positif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Kuadran II (positif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Diversifikasi Strategi, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karena, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.

Kuadran III (negatif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Ubah Strategi, artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

Kuadran IV (negatif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Strategi Bertahan, artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan

kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

3. Studi Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1.	Budi Wibowo dan Irwan Kusnadi ¹⁰	Analisa Regulasi Fintech Dalam Membangun Perekonomian Di Medan	kualitatif	Kehadiran layanan keuangan berbasis teknologi (FinTech) di Medan telah menjadi keniscayaan sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.
2.	Muhammad Said Hannaf Wimpi Gea Seprina Putri ¹¹	Linkage Pembiayaan Dan Manajemen Risiko Berbasis Modal Sosial Pada Financial Technology: Strategi Peningkatan Pembiayaan Inklusif	kualitatif	strategi bisnis dengan melakukan linkage pembiayaan pada industri fintech merupakan bentuk upaya keberlanjutan pembiayaan serta solusi atas problem pembiayaan konsumtif dan terjebaknya pola pembiayaan menggunakan akad murabahah.

¹⁰ Wibowo, Budi dan Kusnadi, Irwan, *Analisa Regulasi Fintech Dalam Membangun Perekonomian Di Indonesia*, 2016.

¹¹ Muhammad Said Hannaf, *Linkage Pembiayaan dan Manajemen Risiko Berbasis Modal social Pada Financial Technology: Strategi Peningkatan Pembiayaan Inklusif* (Brawijaya, 2017).

3.	Ridwan Muchlis	Analisis SWOT <i>Financial Technology</i> (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan) ¹²	kualitatif	Fintech telah dan akan membantu bank syariah dalam kecepatan dan akurasi dalam memproses data operasi bisnis dan pemasaran produk.
4.	Immanuel Adhitiya Wulanata Christmastianto ¹³	Analisis SWOT implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Medan	kualitatif	Teknologi financial tersebut memiliki tingkat efektivitas yang baik untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan di Medan

¹² Ridwan Muchlis, *Analisis SWOT Financial Technology* (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan) di *At- Tawassuh*, Vol. III, No.2

¹³ Immanuel Adhitiya Wulanata Christmastianto, *Analisis SWOT implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Medan* di *jurnal ekonomi dan bisnis* Vol. 20. No.1

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, atau paradigma *interpretatif* dan *konstruktif*, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala bersifat interaktif dan digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, bukan eksperimen, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti ingin mengetahui dan menganalisis secara mendalam tentang Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Medan. Adapun pendekatan yang di pakai dalam penelitian ini adalah pendekatan keuangan syariah.

B. Data dan Sumber Data

Sumber data menurut Lofland dalam penelitian kualitatif ialah kata- kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dalam hal ini penulis memperoleh langsung dari nara sumber yaitu para pelaku UMKM (owner) yang menjadi informan dalam penelitian ini.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah jadi, data ini diperoleh dari dokumen-dokumen terkait misalnya artikel, buku,

dan foto.

C. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang peneliti gunakan dalam menganalisis data adalah bersifat deskriptif kualitatif yang penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan data apa adanya sesuai keperluan data dari hasil penelitian yang kemudian yang dilakukan analisis. Analisis data yang dilakukan bersifat manual. Jadi dalam analisis data ini peneliti akan mendeskripsikan bagaimana penerapan strategi pemasaran Usaha Kreatif Yang ada di Sumatera Utara yang terdaftar di Dinas UMKM dan Koperasi yang didengar dan dilihat tanpa menguranginya.

Analisis data pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Adapun data yang akan di analisa secara deskriptif kualitatif, dimana sebagian data kualitatif yang akan diperoleh, akan di kuantitatifkan/digantikan sekedar untuk mempermudah penggabungan dua atau lebih data variabel kemudian setelah didapat hasil akhir akan di kualitatifkan kembali. Dalam penelitian ini perangkat analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*), terutama untuk mengetahui strategi meningkatkan pengembangan UMKM di Kota Medan.

Untuk menentukan posisi perusahaan dengan menggunakan Matrik BCG digunakan untuk mengetahui posisi Usaha Kreatif Yang ada di Sumatera Utara yang terdaftar di Dinas UMKM dan Koperasi dari pertumbuhan dan pangsa pasar. Jika sudah diketahui posisinya, maka akan dapat ditentukan strategi pemasaran apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Tahap analisis dilakukan dengan mengumpulkan data, yaitu data penjualan tahunan produk dan data penjualan tahunan produk pesaing yang digunakan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar dan tingkat pangsa pasar relatif. Secara sederhana, tingkat pertumbuhan pasar (market growth rate) bisa dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\text{pangsa pasar} = \frac{\text{volume penjualan perusahaan tahun N}}{\text{Volume penjualan perusahaan pesaing tahun N}}$$

J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen menjelaskan suatu cara untuk menyimpulkan faktor-faktor strategis sebuah perusahaan adalah mengkombinasikan faktor strategis eksternal (EFAS) dengan faktor strategis internal (IFAS) ke dalam sebuah ringkasan analisis faktor-faktor strategi (SFAS).¹⁴ SFAS mengharuskan para manajer strategis memadatkan faktor-faktor eksternal dan internal menjadi 10 faktor. Penggunaan bentuk SFAS meliputi langkah-langkah berikut:

1. Daftarkan item-item EFAS dan IFAS yang paling penting dalam kolom faktor strategis kunci, tunjukkan mana yang merupakan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*).
2. Tinjaulah bobot yang diberikan untuk faktor-faktor dalam tabel EFAS, dan IFAS tersebut, dan sesuaikan jika perlu sehingga jumlah total pada kolom bobot EFAS dan IFAS mencapai angka 1,00.
3. Masukkan dalam kolom peringkat, peringkat yang diberikan manajemen perusahaan terhadap setiap faktor dari tabel EFAS dan IFAS.
4. Kalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom jumlah skor bobot.

¹⁴ J David Hunger dan Thomas L, *ManajemenStrategis*. (Yogyakarta: Andi, 1996), h. 53

5. Berikan tanda (X) dalam kolom durasi untuk menunjukkan apakah suatu faktor memiliki horizon waktu jangka pendek (<1 tahun), jangka menengah (1-3 tahun), jangka panjang (>3 tahun).
6. Berikan keterangan untuk masing-masing faktor dari tabel EFAS dan IFAS.¹⁵

Menurut Pearce dan Robinson, SWOT adalah singkatan dari kekuatan, (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) internal perusahaan atau lembaga, serta peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan.¹⁶ Analisis Swot merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara objek yang diteliti. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.¹⁷

Analisis lingkungan industri menyajikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan atau lembaga, fokus mendasar pertama dalam analisis swot ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau lembaga. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan,

¹⁵ *Ibid*, h. 56

¹⁶ Pearce dan Robinson, *Manajemenstrategik "Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian"*, (BinarupaAksara, Jakarta: 1997), h. 38

¹⁷ <http://afhie-cirebon.blogspot.com/2012/12/penerapan-analisis-swot-pada-lembaga.html>
Diakses pada tanggal 12 Maret 2015

perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

2. Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Memahami peluang dan ancaman utama yang dihadapi perusahaan membantu para manajernya untuk mengidentifikasi pilihan-pilihan strategi yang realistis dan cocok serta menentukan ceruk (*niche*) yang paling efektif bagi perusahaan. Fokus mendasar kedua dalam analisis SWOT adalah identifikasi kekuatan dan kelemahan internal. Ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani, atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor lainnya.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah faktor keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas

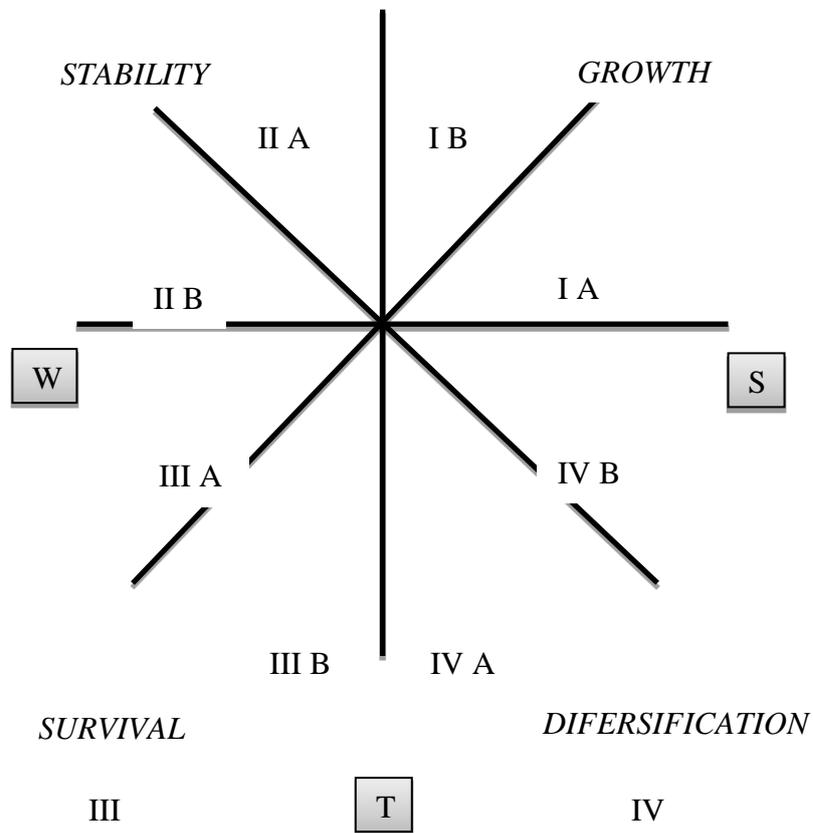
manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

Mengutip tentang apa yang telah dikemukakan Freddy Rangkuti bahwa apabila kita telah mengenal kekuatan dan kelemahan diri sendiri, dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran.¹⁸

Dalam perkembangannya saat ini analisis swot tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di padang pertempuran, melainkan banyak dipakai dalam penyusunan strategi bisnis yang bertujuan untuk strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat tercapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.

Lebih lanjut dijelaskan analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang menghasilkan pilihan strategi

¹⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: GramediaPustaka Utama, 2004), h. 23



Gambar 3

Pilihan Strategi Dalam Analisis SWOT

Sumber :Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis

1. Posisi pada kuadran I

Faktor eksternal dan internal positif, yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi secara relatif berpeluang lebih besar dibandingkan ancamannya, sedangkan kekuatannya relatif lebih unggul dibanding dengan kelemahannya.

Oleh karenanya suatu lembaga atau institusi memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi prestasi kinerja yang lebih baik, sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan suatu lembaga/institusi dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan peluang yang ada. Arah kebijakan tersebut merupakan dasar dari kebijakan dalam kondisi *Growth Stratgy* dan arah kebijakan itu sendiri dapat dibedakan dengan melihat posisi sub kuadrannya.

Jika kuadran I A, berarti pertumbuhan peran yang dilaksanakan dapat dilakukan dengan cepat (*Rapid Growth*), dan jika pada kuadran I B, maka pertumbuhan peran perlu dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas (*Stable Growth Strategy*).

2. Posisi Kuadran II

Faktor eksternal positif tetapi faktor internal negatif, posisi ini menunjukkan bahwa peluang yang dihadapi masih lebih besar dibanding ancaman yang ada. Sedangkan di sisi internal, kekuatan atau keunggulan yang dimiliki relatif lebih kecil dibanding kelemahannya.

Sehingga arah kebijakan yang harus dipilih adalah mempertahankan peran yang telah ada dan berlangsung saat ini secara agresif atau selektif di dalam melaksanakan program kerja yang memang memungkinkan. Pada kondisi ini arah kebijakan dasar yang harus dilaksanakan adalah menjaga stabilitas terhadap kegiatan yang telah ada dan telah berlangsung. Jika pada kuadran II A, maka

kebijakan yang harus dipilih adalah mempertahankan peran secara agresif (*Agresive Maintenance*), jika pada kuadran II B maka kebijakannya adalah mempertahankan peran secara selektif (*Selective Maintenance Strategy*).

3. Posisi Kuadran III

Pada posisi ini faktor eksternal dan faktor internal negatif, hal ini berarti bahwa posisi yang dihadapi dalam kondisi lemah, dimana kekuatan atau keunggulan internal cenderung lebih kecil dibandingkan banyaknya kelemahan dan ancaman dari luar yang cenderung lebih besar.

Oleh karena itu, arah kebijakan yang perlu ditempuh adalah bertahan untuk hidup (*Survival*) dalam arti ini bahwa pelaksanaan kegiatan tetap dilaksanakan sesuai dengan aturan yang ada dan berusaha menghindari diri (*Turn Around Strategy*) dari kebijakan-kebijakan yang tidak populer dimata masyarakat atau *costumers* (Kuadran III A), sambil melakukan pembenahan internal dan mencari peluang (*Guerilla Strategy*) yang memungkinkan untuk perbaikan atas kelemahan-kelemahan internal yang ada (Kuadran III B).

4. Posisi pada kuadran IV

Faktor eksternal negatif tetapi faktor internal positif, kondisi ini memberikan arti bahwa peluang yang ada relatif lebih kecil dibandingkan besarnya ancaman. Namun di sisi internal kekuatan atau keunggulan yang dimiliki relatif masih lebih besar dibanding kelemahan, sehingga yang harus dipilih adalah melaksanakan kebijakan diversifikasi.

Dalam hal ini arah kebijakan tersebut diantaranya dapat dilaksanakan dengan diversifikasi yang terkonsentrasi kepada kebijakan populis (*Concetric*

Diversivication Strategy), populer dan merupakan prioritas, sambil melaksanakan perbaikan internal yang masih lemah/Kuadran IV A, arah kebijakan ini perlu dilaksanakan untuk persiapan melakukan diversifikasi secara luas ke berbagai kegiatan yang memberikan peluang perbaikan peran suatu lembaga/institusi (*Conglomerate Disverivication Sratgy*)/ kuadran IVB.¹⁹ Secara Ringkas Pilihan strategi-strategi diatas dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4 : Pilihan Strategi Dalam Analisis Swot

Jenis Strategi	Skor	Kuadran	Pilihan Strategi
<i>Growth</i>	S > O	I A	Rapid Growth
	S < O	I B	Stable Growth
<i>Survival</i>	W < T	III A	Turn Arround
	W > T	III B	Guerilla
<i>Disverivication</i>	S > T	IV B	<i>Conglomerate</i>
	S < T	IV A	<i>Concentric</i>
<i>Stability</i>	O > W	II A	<i>Aggressive Maintenance</i>
	O < W	II B	<i>Selective Maintence</i>

Sumber : Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis

Metode SWOT digunakan untuk merumuskan secara kualitatif dan holistik baiklingkungan internal maupun eksternal dari obyek yang sedang diamati. Dalam lingkupinternal, analisis akan menjelaskan secara rinci aspek-aspek yang menjadi

¹⁹ Martua Harahap, “*StrategiPengembangan Bank Syariah Di Padang Sidempuan (StudiKasus Di PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero).Tbk Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan)*” (Skripsi, FakultasEkonomiBisnis Islam IAIN-SU, 2014), h. 64

kelemahan(*weakness*) dan kekuatan usaha (*strength*). Sementara itu, dalam lingkup eksternal analisis ini akan menjelaskan secara rinci mengenai aspek peluang (*opportunity*) dan kendala/ancaman/tantangan (*threat*) usaha yang akan dihadapi.

Tabel 3.1

Matriks analisis SWOT

	<i>STRENGTH</i> (S)	<i>WEAKNESSES</i> (W)
<i>OPPORTUNITIES</i> (O)	<p>Strategi SO :</p> <p>Menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada</p>	<p>Strategi WO:</p> <p>Mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.</p>
<i>THREATS</i> (T)	<p>Strategi ST:</p> <p>Menggunakan semua</p>	<p>Strategi WT:</p> <p>Menekan semua</p>

	kekuatan untuk menghindari ancaman	kelemahan- kelemahan dan mencegah ancaman
--	---------------------------------------	--

Sumber: rangkuti, 2016

Menurut Rangkuti Apabila strategi dalam table 3.1 dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada. Strategi dalam kuadran SO disebut sebagai strategi agresif.
2. Strategi ST (*Strengts-Threats*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul. Strategi dalam kuadran ST disebut sebagai strategi diversifikasi.
3. Srategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama itu. Strategi dalam kuadaran WO disebut sebagai strategi balik arah.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi pada kuadran WT disebut sebagai strategi bertahan. Setelah menganalisis keseluruhan variabel di atas, kemudian faktor strategi internal dan strategi faktor eksternal dituangkan dalam diagram.

Adapun Tahapan-tahapan dilakukan dalam menganalisis strategi diatas adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.
- b. Mengklarifikasikan materi data, langkah ini digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Mengklarifikasi materi data dilakukan dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi.
- d. Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila ada kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.
- e. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian secara logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Perkembangan UMKM di Kota Medan

Dalam penelitian Yuli Rahmini Suci²⁰ Perkembangan UMKM bahwa UMKM kemampuan yang handal dan mumpuni serta memiliki peranan penting dalam kancah perekonomian Nasional. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis. Kemandirian UMKM bisa terlihat berdasarkan data industri perbankan yang menunjukkan pertumbuhan kredit UMKM hanya rata-rata mencapai 13,67% pertahun. Pemberian kredit masih didominasi oleh Bank Umum Nasional, yang memang telah diinstruksikan oleh Pemerintah untuk lebih memperhatikan UMKM melalui instrumen kebijakan ekonomi “Paket 4”.

UMKM akan tetap mampu tumbuh dan berkembang namun dilain sisi jika diperhatikan lebih seksama maka kelemahan UMKM adalah tidak akan bisa mengembangkan usahanya jika tidak mendapatkan kucuran bantuan modal dalam berkompetisi, maka kelemahan ini seperti kurangnya permodalan, kemampuan manajerial persaingan yang kurang sehat mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas sulit dalam jangka pendek terselasaikan walaupun pemerintah mengerahkan kebijakan-kebijakan dalam mendukung UMKM.

²⁰ Yuli Rahmini Suci, Perkembangan UMKM di Indonesia jurnal on line http://e-journal.upp.ac.id/index.php/Cano/article/view/1239/pdf_44

Kemudian, selama tahun 2011 hingga tahun 2012 terjadi fluktuasi pertumbuhan UMKM. Tabel 2 berikut dapat menjadi gambaran bagaimana peningkatan UMKM di kota Medan.

Tabel 1

Perkembangan UMKM dan Usaha Besar di Kota Medan

Tahun 2016-2017

Keterangan	2016	2017
Usaha Besar	41,95 %	40,92 %
Usaha Menengah	13,46 %	13,59 %
Usaha Kecil	9,94 %	9,68 %
Usaha Mikro	36,64 %	38,81 %

Sumber : Kementrian Koperasi dan UMKM 2018

Berdasarkan tabel di atas pada priode tahun 2011, usaha besar mencapai sebesar 41,95%, kemudian di priode tahun berikutnya hanya sebesar 40,92%, turun sekitar 1,03%. Disektor UMKM terjadi sebaliknya. Usaha menengah pada priode tahun 2011 dari 13,46%, meningkat pada priode tahun 2017 mencapai sebesar 13,59%. Ada pertumbuhan sebesar 0,13%. Namun terjadi berbeda di usaha kecil, ada sedikit penurunan 0,26% dari priode tahun 2016 sebesar 9,94% ke priode tahun 2017 sebesar 9,68%. Peningkatan cukup besar terjadi pada usaha mikro, di priode tahun 2016 hanya mencapai sebesar 34,64%, pada priode tahun 2017 berhasil meraih tumbuh sebesar 4,17% atau sebesar 38,81%. Selanjutnya, data pertumbuhan UMKM dalam menyumbang terhadap PDB dari tahun 2016 hingga tahun 2017 mengalami flutuatif naik turun peningkatan. Pada priode 2016 pertumbuhan PDB nya sebesar 6,76% namun ditahun 2017 mengalami penurunan sebesar 0,76% atau sebesar 6% dari total PDB Nasional. Pada priode 2017 ada peningkatan sebesar 0,3 dari priode tahun sebelumnya atau sebesar 6,03%. Selanjutnya, pertumbuhan nilai ekspor ditahun 2017 mengalami angka

pertumbuhan berarti bagi pembentuk PDB Nasional yaitu sebesar 9,29% lebih baik dari pada periode tahun sebelumnya yang mengalami minus -11,10%. Melihat fenomena data yang dirilis oleh BPS tahun 2016 ini menunjukkan bahwa UMKM harus terus dibina demi meningkatkan pertumbuhan bagi PDB secara keseluruhan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM Indonesia sangat memperhatikan dan terdapat pseudo UMKM di dalamnya atau adanya penyalahgunaan lembaga UMKM oleh orang atau kelompok tertentu. Fenomena-fenomena menjadikan pekerjaan rumah bagi Kementerian Koperasi dan UMKM untuk meluruskan paradigma UMKM dan memperbaiki UMKM. Keterbatasan dan salah paham dalam menafsirkan UMKM sehingga mengakibatkan UMKM tidak bisa berjalan seperti layaknya kinerja perusahaan menjadi masalah yang belum dapat diselesaikan. Perubahan fundamental sangat diperlukan agar UMKM tetap menjadi lembaga yang sesuai dengan hakikatnya dan tidak hanya berjalan di tempat. Perubahan paradigma pengembangan UMKM adalah salah satu cara perubahan paling fundamental untuk mengembalikan kembali perspektif masyarakat terhadap UMKM. selain itu, perlunya inovasi di dalamnya agar UMKM tidak hanya sebagai usaha lokal yang melayani kredit secara ala kadarnya.

Inovasi teknologi yang telah masuk ke dalam sistem pelayanan dan operasional UMKM di pulau jawa namun di kota Medan yang masih sangat terdisional menjadikan UMKM di kota Medan tidak dapat mengejar atau menyesuaikan terhadap perkembangan-perkembangan UMKM lainnya. segmen pasar yang dituju oleh UMKM menjadikan diperlukannya suatu sistem operasional yang lebih efisien. Efisiensi tidak jauh terkait dengan teknologi. Teknologi yang maju menjadikan segala kegiatan akan berjalan lebih efisien. Financial Technology adalah salah satu terobosan dalam mengatasi efisiensi tersebut. terobosan financial technology ini telah diumumkan oleh Braman Setyo Deputi Bidang Pembiayaan UMKM dan UMKM dalam Antara (2017) menyatakan bahwa Kementerian Koperasi dan UMKM telah meluncurkan suatu platform yang bernama '*cashcoop*'. *Cashcoop* merupakan suatu platform yang dapat digunakan untuk mengakses UMKM. cara kerja '*cashcoop*' tidak jauh beda

dengan cara kerja financial technology pada sektor perbankan namun dengan prinsip-prinsip UMKM di dalamnya

B. Perkembangan Fintech di Kota Medan

Financial technology atau Fintech telah berkembang sangat pesat di Kota Medan khususnya. Pendanaan dengan sistem *peer to peer lending* (P2PL) merupakan suatu platform Fintech yang menawarkan pinjaman modal atau pembiayaan secara online. Selain sebagai penyedia dana secara online, *peer to peer lending* (P2PL) juga memiliki tugas yaitu analisa risiko (Drevs, 2016). Besarnya kebutuhan dana di Indonesia menjadikan platform peer-to-peer lending memiliki perkembangan yang sangat pesat daripada platform Fintech lainnya. Beberapa Financial technology dengan platform *peer-to-peer lending* yang mendominasi di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Modalku

Modalku merupakan pinjaman secara online dengan platform peer-to-peer lending (P2PL). Modalku merupakan platform yang memberikan bantuan pembiayaan pada UKM yang mengalami kesulitan dana. Dana pinjaman yang ditawarkan oleh Modalku mulai dari Rp. 50.000.000 hingga Rp. 500.000.000 dengan tenor 3 hingga 12 bulan (Pratama, 2016). Sistem yang digunakan dalam pembiayaan UKM oleh Modalku yaitu dengan cara mengumpulkan dana dari para investor, jika permohonan pendanaan oleh UKM telah disetujui oleh Modalku, selanjutnya Modalku akan mengumpulkan dana. Dana yang telah terkumpul sejumlah yang dibutuhkan oleh Modalku, maka pendanaan tersebut dapat langsung dicairkan. Apabila dana yang dibutuhkan oleh UKM belum terpenuhi juga, maka selanjutnya akan dilakukan (Modalku, 2015).

2. Investree

Investree merupakan salah satu market place, dimana Investree hanya meengolah dana dari para investor dengan cara mempertemukan mereka dengan para peminjam dalam situs tersebut, nantinya investor sendirilah

yang akan memilih peminjam yang akan didanainya (Iriansyah, 2016). Pembiayaan terbesar yang ditawarkan Investree untuk kepentingan individu nasabah adalah hingga mencapai Rp. 50.000.000 sedangkan untuk kepentingan bisnis hingga mencapai Rp. 2.000.000.000 (Investree, 2016). Investree memberikan bunga pinjaman yaitu sebesar 0,9% perbulan dan return bagi investor hingga 20% perbulan.

3. Amartha

Amartha merupakan perusahaan Fintech yang juga mempeprtemukan para pengusaha kecil atau UKM dengan para investor. Fungsi Imarket place juga diterapkan dalam Amartha. Pembiayaan di Amartha dimulai ddengan nominal Rp. 3000.000 ingga Rp. 10.000.000 (Amartha, 2016). Amartha telah menerima pendanaan dari investor terbesar yaitu sebesar Rp. 26.000.000.000 (Pratama, 2017). Sistem gandeng renteng merupakan suatu sistem yang membedakan Amartha dengan perusahaan Fintech di Indonesia. Sistem tanggung renteng yaitu, dimana keika telah ada 10 hingga 20 orang yang telah dibina atau dibimbing pihak Amartha di berbagai desa, kemudian Amartha akan memeberikan modal atau pembiayaan, apabila salah satu anggota tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka anggota yang lain yang akan mnanggung tanggung jawab anggota kelompoknya tersebut (Pratama, 2017).

Dari tiga startup peer-to-peer lending yang mendominasi di Indonesia seperti telah dipaparkan di atas memang lebih mengarah pada pembiayaan UKM dan lebih kepada market place. Namun, masih ada banyak sekali startup peer-to-peer lending di Indonesia yang juga melayani kredit konsumsi. Bunga yang diberikannyapun beragam mulai dari bunga flat hingga bunga dinamis. Startup peer-to-peer lending tersebut diantaranya yaitu Uang teman.com, taralite, dan amar bank. jumlah Fintech pada tahun 2016 dirilis oleh OJK dalam pers (2016) telah mencapai 165 perusahaan atau startup. Hal tersebut mencerminkan

petumbuhan startup startup yang sangat cepat di Indonesia. Hanya dalam kurun waktu 2 tahun startup telah tumbuh dan menguasai pasar lending di Indonesia.

Selain peer-to-peer lending masih banyak Fintech di Indonesia yaitu e-commerce crowdfunding. E-commerce merupakan Fintech yang bergerak dalam bidang jual beli online. Platform tersebut khusus digunakan untuk market place. Selanjutnya adalah crowdfunding yaitu merupakan Fintech yang mirip dengan peer-to-peer lending, namun bedanya crowdfunding akan mengumpulkan dana dari para investor terlebih dahulu sebelum mencairkan dana pinjaman kepada nasabah yang telah di setujui pengajuan pinjamannya. Berbeda dengan peer-to-peer lending yaitu platform pemijaman online yang langsung mencairkan dana pinjaman kepada pemohon pinjaman yang telah disetujui setelah melalui proses *credit scoring*.

Selain pendanaan juga penggunaan teknologi dalam pemasaran produk UMKM seperti yang sedang viral saat ini marketing produk dengan Facebook dan Instagram.

C. Peran fintech dalam pengembangan pada UMKM di Kota Medan

Di era digitalisasi sekarang ini mengharuskan seluruh kegiatan menggunakan teknologi demi efisiensi biaya. Digitalisasi pada sektor keuangan membuat para lembaga di sektor keuangan berlomba-lomba meningkatkan inovasi teknologi keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan pangsa pasarnya. Perbankan adalah lembaga yang paling gencar dalam menerapkan dan mengemangkan financial technology (Finteh) atau teknologi keuangan. Tujuan diterapkannya Fintech oleh perbankan tidak lain adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam emlayani nasabahnya. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM. UMKM yang pada dasarnya tidak memiliki konektivitas yang lebih luas daripada perbankan menjadikan UMKM tumbuh sangat lambat dan kurnag diminati sebagai alternatif pembiayaan. selain itu, kurangnya inovasi keaungan dalam UMKM menjadikan UMKM jarang diminati. Hal tersebut menjadikan

UMKM harus memikirkan sebuah inovasi financial technology yang dapat meningkatkan efisiensi sehingga dapat dilirik oleh para anggotanya.

Kemajuan inovasi financial technology pada perbankan menjadikan akses yang jauh lebih mudah bagi para nasabahnya daripada akses UMKM. Inovasi financial technology pada sektor perbankan juga menjadikan perbankan memiliki konektivitas yang jauh lebih besar daripada UMKM. Fenomena tersebut membuat kementerian UMKM memikirkan inovasi yang sesuai untuk diterapkan dalam UMKM. Pada akhirnya kementerian UMKM menemukan suatu Inovasi financial technology yang sesuai dengan UMKM. Nama dari financial technology tersebut adalah "Cahcoop" (Julianto, 2017) (Budiman, 2017). Hal tersebut mencerminkan pentingnya Financial technology bagi UMKM agar tidak tertinggal terlalu jauh dengan sektor perbankan. Peran penting financial technology lainnya yaitu dari segi deposito atau simpanan, anggota akan lebih percaya untuk menaruh atau menyimpan uangnya di UMKM jika UMKM tersebut telah menerapkan Fintech di dalamnya. Hal tersebut dikarenakan dengan penggunaan Fintech dalam operasional UMKM menjadikan operasional lebih efisien dan lebih transparan. Efisiensi tersebut sangat menguntungkan baik bagi UMKM ataupun bagi anggota, dimana anggota tidak perlu datang ke kantor UMKM yang jaraknya cukup jauh yang nantinya akan meningkatkan biaya transaksi. Selanjutnya, dengan efisiensi juga dapat menguntungkan bagi UMKM, dengan adanya Fintech dalam operasional UMKM dapat mengurangi kegiatan operasional pada kantor UMKM, para pengurus hanya tinggal memantau kegiatan transaksi yang terjadi melalui Fintech tersebut. Para karyawan juga akan melayani dengan cara yang lebih efisien. Dari segi pinjaman juga dapat dikatakan efisien. Hal tersebut dikarenakan suatu hal yang hampir sama dari segi anggota yang akan menabung, di sisi anggota yang akan meminjam hanya melakukan tapping melalui smartphone, tablet ataupun komputer mereka dan mengisi berkas persyaratan pengajuan pinjaman, maka dengan proses scoring secara otomatis kredit tersebut akan diterima atau ditolak. Dengan kecepatan teknologi finansial dalam

melakukan fasilitas peminjaman ini menjadikan waktu pencairan kredit jauh lebih cepat dan lebih efisien jika dibandingkan tanpa Fintech di dalamnya.

Selain aktifitas simpan pinjam, Fintech ini juga dapat digunakan sebagai *market place* atau e-commerce (Majalah Peluang, 2017). Dengan Fintech maka UMKM dapat membantu memasarkan produk anggota melalui e-commerce, hal tersebut akan dapat meningkatkan penjualan lebih cepat tanpa adanya biaya iklan. Produk-produk anggota dari UMKM produksi dapat dipasarkan melalui Fintech tersebut. Selain UMKM produksi, UMKM yang bergerak pada perdagangan juga dapat menggunakan Fintech untuk memasarkan produknya. Hal tersebut akan dapat meningkatkan penjualan dengan sangat pesat, dan akan meningkatkan kesejahteraan anggota UMKM.

Fintech juga memiliki peran menambah income bagi lembaga UMKM. income tersebut didapat dari penjualan pulsa, token listrik pembayaran PDAM, dan lain sebagainya melalui aplikasi Fintech tersebut. income tersebut biasa disebut dengan pendapatan pelayanan jasa atau *fee based income* (Majalah Peluang, 2017).

Selain peran-peran di atas, dengan adanya Fintech dalam lembaga UMKM, maka memungkinkan UMKM dapat berhungan dengan UMKM lain. Hal tersebut berarti Fintech telah menciptakan hubungan antar UMKM. selain hubungan antar UMKM, menurut Braman Setyo Deputi Bidang Pembiayaan UMKM dan UMKM dalam Antara (2017) menyatakan bahwa Fintech juga dapat menghubungkan UMKM dengan bank yang terhubung dalam jaringan keuangan dan jaringan pembayaran atau 'payment point online banking' (PPOB).

Peran Fintech juga sudah merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital dan pengaturan keuangan. Berikut ini beberapa layanan Fintech bagi UMKM :

1. Pinjaman Modal Perusahaan Fintech hadir memberikan layanan pinjaman modal dengan proses pengajuan yang lebih sederhana dibandingkan

lembaga keuangan konvensional seperti bank tanpa perlu menyerahkan jaminan dan cukup melengkapi beberapa persyaratan dokumen saja, layanan pinjaman online ini menjadi alternatif dari pinjaman konvensional bank atau perusahaan pinjaman lainnya. Pinjaman yang diajukan dapat cair dalam waktu relatif singkat yakni kurang dari seminggu. Beberapa fintech yang menyediakan layanan pinjaman online seperti Modalku dan Pinjam.com

2. Layanan pembayaran Digital Perusahaan fintech juga menyediakan pembayaran digital yang lebih mudah dan aman bagi pebisnis. Dengan proses pembayaran yang mudah dan aman, hal ini akan mampu menarik lebih banyak konsumen sehingga memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis. Salah satu Fintech yang menyediakan pembayaran digital adalah aplikasi Jenius yang bersinergi dengan perusahaan jasa transportasi online.
3. Layanan pengaturan keuangan Ada beberapa aplikasi yang menawarkan layanan pengaturan keuangan. Inovasi ini bertujuan membantu pebisnis UMKM dalam mengatur keuangan perusahaan. Layanan yang diberikan meliputi pencatatan pengeluaran, pemantauan kinerja investasi, dan konsultasi keuangan tanpa dikenakan biaya.

Beberapa perusahaan Fintech yang menyediakan layanan pengaturan keuangan misalnya Dompot Sehat dan Ngatur duit.com. Beberapa layanan fintech tersebut di atas apabila dapat diaplikasikan ke dalam sistem operasional bank syariah, maka para pelaku bisnis akan mudah untuk mengakses produk-produk yang

D. Strategi implementasi fintech dalam pengembangan UMKM di Kota Medan

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi (IT) dan penetrasi internet di

Indonesia menjadikan peluang yang besar bagi UMKM untuk memperluas pasarnya. Penetrasi internet di Indonesia yang telah mencapai lebih dari 50% dapat mendorong kinerja UMKM dengan penerapan Fintech di dalamnya (Bank Indonesia, 2016). Dengan tingginya penetrasi internet, maka UMKM dapat dengan mudah menerapkan sistem Fintech dalam operasional UMKM. Hanya dengan sedikit sosialisasi, maka masyarakat akan dengan mudah memahami dan menggunakan aplikasi Fintech untuk UMKM tersebut. Selain tingginya penetrasi internet, masih rendahnya masyarakat yang terjangkau oleh fasilitas pembiayaan perbankan. lebih dari 50% masyarakat Indonesia yang unbankable menjadikan peluang UMKM dalam menjangkau segmen pasar yang tidak terjangkau oleh perbankan. dengan penerapan Fintech, maka akan menjadikan kegiatan simpan pinjam dalam UMKM lebih cepat, lebih mudah dan efisien. Adanya Fintech menjadikan UMKM tidak jalan di tempat dan dapat dengan cepat menjangkau pasar yang belum terjangkau oleh perbankan tersebut.

Penerapan Fintech dalam UMKM bukan tidak ada tantangan. Struktur penduduk Indonesia, penetrasi internet, literasi teknologi keuangan, dan lain-lain menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM dalam penerapan Fintech di dalam operasionalnya. UMKM merupakan lembaga dengan anggota yang terbatas, dan bersifat lokal. Pandangan sebelah mata sangat banyak terjadi terhadap UMKM jika dibandingkan dengan produk pihak perbankan. Hal tersebut menjadikan tingkat kepercayaan masyarakat cukup rendah kepada UMKM (Majalah Peluang, 2017). Penerapan teknologi tingkat tinggi yaitu dengan menerapkan Fintech di dalamnya dimana dengan sisi negatif teknologi informasi yang telah banyak terdengar oleh masyarakat seperti penipuan dan hacker menjadi faktor lain yang memengaruhi masyarakat terhadap UMKM dengan penggunaan Fintech yang merupakan platform online. Masalah kepercayaan masyarakat UMKM ini harus diatasi terlebih dahulu, dan ini menjadi tugas Kementerian UMKM untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap UMKM kembali.

Tantangan kedua yaitu masih rendahnya Sumber Daya Manusia (SDM) baik dari pengurus, karyawan hingga anggota yang rata-rata adalah masyarakat kalangan menengah ke bawah. Rendahnya SDM tersebut, menjadikan hambatan

penerapan Finntech dalam operasional UMKM. masih dibutuhkannya waktu yang lama untuk mensosialisasikan hingga seluruh pemeran dalam UMKM tersebut paham dan dapat menggunakan Fintech dalam operasional UMKM simpan pinjam.

Tantangan ketiga yaitu mengenai rendahnya modal dari UMKM tersebut. modal UMKM yang bersumber dari simpanan pokok dan simpanan wajib anggota, menjadikan proporsi modal UMKM lebih rendah dibandingkan dengan perbankan. penerapan Fintech yang membutuhkan modal mahal, bukan menjadi masalah utama, diakrenakan aplikasi tersebut telah disediakan oleh kementerian UMKM. masalah modal dalam penerapan Fintech lebih kepada pengaplikasian pada awal penerapannya, hal tersebut dikarenakan kualitas SDM yang masih rendah sehingga memunculkan biaya sosialisai penerapan Fintech yang mengeluarkan modal dari UMKM itu sendiri.

Tantangan keempat yaitu mengenai masih minimnya jaringan internet yang memadai di daerah pelosok Indonesia (Bank Indonesia, 2016). Fintech yang merupakan platform online tentunya memerlukan jaringan internet yang memadai untuk menyelenggarakan operasional UMKMnya. Proses kegiatan simpan pinjam akan terhambat jika jaringan internet tidak memadai di lingkungannya. Maka proyek pemerintah yang berupa proyek palapa-ring harus mampu menyediakan jaringan yang cepat dan memadai.

Data yang diambil dari penulisan penelitian ini adalah data primer berupa data-data dari perusahaan dengan berbagai personel yang terkait dalam perencanaan strategi pengembangan prodi akuntansi syariah dengan kuesioner. Untuk dapat mengetahui peluang, tantangan, kekuatan dan kelemahan yang sedang dihadapi prodi akuntansi syariah saat ini dan lebih jauh mengenai bagaimana analisis terhadap strategi pengembangan yang akan dijalankan oleh UMKM. Maka kelompok kami akan menyajikan data-data yang kami peroleh mengenai lingkungan institusi baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan, dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, dari

UMKM maka telah dilakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Tujuan dari pembagian kuesioner ini adalah untuk mendapatkan berbagai rincian mengenai faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan dan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Jawaban dari kuesioner tersebut kemudian direkapitulasi dengan rincian sebagai berikut:

1. Analisis Instrumen Strategi SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kondisi lingkungan UMKM dengan cara memetakan faktor internal dan faktor eksternal dari hasil Focus Group Discuss di Hotel Madani September 2018 lalu untuk mendapatkan rumus atau formula dalam penentuan instrumen masing-masing variabel. Metode pendekatan analisis SWOT yang digunakan adalah metode pendekatan analisis SWOT dengan menggunakan skor. Adapun hasil analisis SWOT disajikan di bawah ini.

a. Rekapitulasi Faktor Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal UMKM yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*)

1) Kekuatan (*Strength*)

Kekuatana (*Strength*) adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dimiliki adalah :

- a. Efisien
- b. Meningkatkan Kinerja
- c. UMKM usaha yang startegis

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) adalah kondisi internal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dapat menjadi penghambat pendapatan Pemasaran UMKM yang dimiliki adalah :

- a. Produk berorientasi lokal
- b. Rendahnya pemanfaatan teknologi
- c. Lemahnya dalam manajemen usaha

Berikut adalah faktor kekuatan dan kelemahan di internal UMKM :

Tabel 2

Bobot Lingkungan Internal

	Kekuatan	Bobot
S1	Efisien	4
S2	Meningkatkan Kinerja	3
S3	UMKM usaha yang strategis	4

	Kelemahan	Bobot
W1	Produk berorientasi local	2
W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi	3
W3	lemahnya dalam manajemen usaha	3

Sumber : Data Kuisisioner FGD 2018

Berdasarkan dari rekapitulasi dan filterisasi kuisisioner dari hasil diskusi dengan Dinas Koperasi dan UMKM September 2018 lalu kemudian diolah datanya dengan menggunakan aplikasi SWOT excel 3 variabel kemudian dijadikan kuisisioner dengan menganalisis mana yang paling berpengaruh antar instrumen kekuatan dengan kekuatan lain, kelemahan satu dengan kelemahan lain bahkan kekuatan dengan kelemahan lainnya yang digambarkan pada kuisisioner sebagai berikut :

Tabel 5
Penentuan Bobot Internal

		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
S1	Efisien	0,09	0,06	0,04	0,06	0,38	0,07	0,69	0,1144
S2	Meningkatkan Kinerja	0,27	0,17	0,38	0,06	0,28	0,07	1,22	0,2025
S3	UMKM usaha yang strategis	0,27	0,06	0,13	0,35	0,03	0,40	1,23	0,2052
W1	Produk berorientasi lokal	0,18	0,33	0,04	0,12	0,03	0,27	0,97	0,1614
W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi	0,02	0,06	0,38	0,35	0,09	0,07	0,97	0,1610
W3	lemahnya dalam manajemen usaha	0,18	0,33	0,04	0,06	0,19	0,13	0,93	0,1554
	Total Bobot	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,00

Sumber : Data diolah, 2019

Dari hasil olahan data di atas nilai bobot 0,1144 s.d 0,1544 sehingga jumlah bobot adalah sama dengan 1,00 yang akan dijadikan acuan dalam menghitung besar IFAS pada analisis SWOT selanjutnya.

Didalam Matrik IFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari Tabel normalisasi bobot faktor internal dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor internal UMKM. Kemudian dari hasil penginputan instrumen di atas ada uji normalitas dan penentuan besar bobot dari masing-masing instrumen sebagaimana di gambarkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 6

Uji Bobot IFAS

Strength	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Efisien	0,1144	4	0,457734
Meningkatkan Kinerja	0,2025	3	0,607537
UMKM usaha yang strategis	0,2052	4	0,820942
Sub Total (Strength)			1,886213
Weakness	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Produk berorientasi local	0,1614	2	0,322781
Rendahnya pemanfaatan teknologi	0,1610	3	0,483068
lemahnya dalam manajemen usaha	0,1554	3	0,466217
Sub Total (Weakness)			1,272066
Total IFAS	1,00		3,158279

Sumber : Data diolah 2019

Berdasarkan data di atas bahwa nilai kekuatan (*Strength*) adalah nilai dominan untuk matriks IFAS dengan jumlah 1,886213 di bandingkan dengan faktor kelemahan (*Weakness*) adalah 1,272066, maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kekuatan (*Strength*) sehingga diperoleh nilai untuk faktor internal sebesar $1,886213 + 1,272066 = 3,158279$

Dari hasil olahan data di atas nilai bobot dikali rating sehingga jumlah yang akan dijadikan acuan dalam menghitung besar IFAS pada analisis SWOT selanjutnya. Berdasarkan hasil IFAS nilai kekuatan adalah 1,680978 dan nilai kelemahan adalah 1,272066 jadi yang dominan dari lingkungan internal adalah kekuatan (*strenght*).

b. Rekapitulasi Faktor Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal yaitu faktor kekuatan Eksternal yang terdiri dari Peluang (*Oportunity*) dan Ancaman (*Treath*) yang dihadapi UMKM.

a. Peluang (*Oportunity*)

Peluang (*Oportunity*) adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektifnya terdiri atas :

1. Mendorong Kinerja UMKM
2. Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)
3. Menciptakan trend pengguna TTG (Teknologi Tepat Guna)

b. Ancaman (*Treath*)

Ancaman (*Treath*) adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya yang dihadapi terdiri atas :

1. Undang-Undang yang masih kaku
2. Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM
3. Pungutan dari program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD

Berikut adalah faktor peluang dan ancaman di UMKM yang kemudian dibuat kuisisioner kemudian di susun untuk melihat apakah instrumen yang menjadi prioritas sebagaimana digambarkan di bawah ini :

Tabel 8

Bobot Lingkungan Eksternal

	Peluang	Bobot
O1	Banyak lulusan SMA sederajat yang lebih memilih kuliah prodi Akuntansi Syariah daripada prodi lain	3
O2	Biaya Pendidikan pada PT Swasta Mahal	3
O3	Jumlah Prodi Akuntansi Syariah Yang Terbatas Pada PT Negeri dan PT Swasta	4

	Ancaman	Bobot
T1	Pasar Bebas Tenga Kerja (MEA)	3
T2	PT lain sering kali dalam promosi menunjukkan bahwa alumni telah diterima kerja di berbagai perusahaan	3
T3	PT lain berlomba-lomba meningkatkan mutu pendidikan dan fasilitas belajar mengajar	4

Sumber : Data Kuisisioner FGD 2019

Berdasarkan dari rekapitulasi dan filterisasi kuisisioner dari hasil FGD (*Focus Group Discuss*) di Hotel Madani September 2018 lalu kemudian diolah datanya dengan menggunakan aplikasi SWOT excel 3 variabel kemudian ada uji normalitas dan penentuan besar bobot dari masing-masing instrumen sebagaimana di gambarkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 9

Penentuan Bobot Eksternal

S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
----	----	----	----	----	----	-------	-------

O1	Mendorong Kinerja UMKM	0,15	0,33	0,21	0,06	0,23	0,05	1,03	0,1723
O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	0,08	0,17	0,31	0,06	0,35	0,30	1,26	0,2098
O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	0,08	0,06	0,10	0,35	0,04	0,30	0,93	0,1546
T1	Undang-undang yang masih kaku	0,31	0,33	0,03	0,12	0,04	0,20	1,03	0,1719
T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM	0,08	0,06	0,31	0,35	0,12	0,05	0,96	0,1602
T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD	0,31	0,06	0,03	0,06	0,23	0,10	0,79	0,1312
	Total Bobot	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,0000

Sumber : Data diolah, 2019

Dari hasil olahan data di atas nilai bobot 0,1723 s.d 0,1312 sehingga jumlah bobot adalah sama dengan 1,00 yang akan dijadikan acuan dalam menghitung besar EFAS pada analisis SWOT selanjutnya.

Didalam matrik EFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian faktor eksternal UMKM

Tabel 10**EFAS**

Oportunity	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Mendorong Kinerja UMKM	0,1723	3	0,516834
Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	0,2098	3	0,629456
Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	0,1546	4	0,618220
Sub Total (Oportunity)			1,764510
Threat	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Undang-undang yang masih kaku	0,1719	3	0,515808
Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM	0,1602	3	0,480575
Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD	0,1312	4	0,524882
Sub Total (Threats)			1,521265
Total IFAS	1,00		3,285776

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan data di atas bahwa nilai kesempatan (*Oportunity*) adalah nilai dominan untuk matriks EFAS dengan jumlah 1,764510 di bandingkan dengan

faktor Ancaman (*Threats*) adalah 1,521265, maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kesempatan (*Oportunity*) sehingga diperoleh nilai untuk faktor eksternal sebesar $1,764510 + 1,521265 = 3,285776$

2. Pencocokan Data Strategi Internal dan Eksternal (IE)

Dalam tahap pencocokan ini, digunakan dua metode, yaitu: matriks internal eksternal dan diagram matriks SWOT. Hal ini dilakukan agar diperoleh strategi yang benar-benar tepat untuk dijalankan oleh UMKM.

Hasil Matrik Internal Eksternal (IE)

Kekuatan Internal

KUAT	RATA - RATA	LEMAH	
(3.0-4.0)	(2.0-2.99)	(1.0-1.99)	
4.0	3.0	2.0	1.0

I. GROWTH	II. GROWTH	III. GROWTH
Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal	Konsentrasi melalui Integrasi Horisontal	Turnaround

TINGGI	(3.0-4.0) 3.0	IV. STABILITY Hati-hati	V. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horisontal STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	IV.RETRENCHMENT Captive Company Atau Divestment
SEDANG	(2.0-2.99) 2.0	VII. GROWTH Difersifikasi konsentrik	VIII. GROWTH Difersifikasi Konglomerat	IX.RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi
RENDAH	(1.0-1.99) 1.0			

Sumber : Hasil Kuesioner (2019)

Gambar 6. Hasil Matrik Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS di atas dan tabel Matrik EFAS di atas, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,158279 dan nilai EFAS nya adalah 3,285776 dengan demikian UMKM berada di sel nomor 5, yaitu suatu keadaan dimana organisasi mengalami suatu masa pertumbuhan. Dengan demikian dapat

diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integrasi Horisontal. Strategi pertumbuhan melalui Integrasi Horisontal adalah suatu kegiatan untuk mengembangkan UMKM yang stabil dan non profit dan jika dilihat

Hasil matriks analisa SWOT dari nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kekuatan (*Strength*) sehingga diperoleh nilai untuk faktor internal sebesar $1,886213 - 1,272066 = 0,614$ dan nilai untuk faktor eksternal sebesar $1,764510 - 1,521265 = 0,243$ sehingga keputusan strategi yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini :



Gambar 7

Diagram SWOT

Berdasarkan diagram SWOT di atas dan hasil perhitungan bahwa nilai dari matriks IFAS adalah kekuatan (*Strength*) dan dari matriks EFAS adalah peluang (*Opportunity*) analisa strategi yang dijalankan UMKM adalah strategi Matriks IE

dan diagram SWOT adalah pertumbuhan dengan integrasi vertikal yaitu dengan mendukung strategi agresif kondisi ini karena didukung oleh penggunaan teknologi karena UMKM adalah usaha yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi yang dapat meningkatkan kinerjanya dan efisien.

Untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi perlu adanya langkah-langkah alternatif atau alternatif strategi berdasarkan IFAS dan EFAS nilai dominan masing-masing sebagai landasan kombinasi strategi pada penelitian ini adalah strategi SO. Keterkaitan tujuan dan sasaran serta strategi dapat dilihat dalam pengembangan UMKM tabel di bawah ini

Tabel 12

Hasil Matrik SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <p>S2 Meningkatkan Kinerja</p> <p>S1 Efisien</p> <p>S3 UMKM usaha yang strategis</p>	<p>WEAKNESSES (W)</p> <p>W3 lemahnya dalam manajemen usaha</p> <p>W2 Rendahnya pemanfaatan teknologi</p> <p>W1 Produk berorientasi lokal</p>
<p>OPORTUNITIES (O)</p> <p>O3 Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>× Efisiensi dari teknologi financial berpeluang akan meningkatkan</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p><i>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-</i></p>

<p>Guna)</p> <p>O1 Mendorong Kinerja UMKM</p> <p>O2 Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)</p>	<p>kinerja UMKM (S1, S2, O1)</p> <p>✘ UMKM usaha strategis yang besar berpeluang untuk ikut bersaing dalam pasar bebas (MEA) dengan produk tidak orintasi lokal (S3, O2)</p> <p>✘ Fintech yang efisien akan menciptakan trend penggunaan teknologi tepat guna dengan (S1, O3)</p>	<p><i>kelemahan untuk memanfaatkan peluang</i></p>
<p>THREATS (T)</p> <p>T3 Pungutan dari program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD</p> <p>T1 Undang-undang yang masih kaku</p> <p>T2 Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p><i>Ciptakan Straegi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</i></p>	<p>STRATEGI WT</p> <p><i>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</i></p>

Sumber : Hasil Perhitungan, SWOT, 2018.

Berdasarkan diagram SWOT maka dapat diketahui bahwa Prodi Akuntansi Syariah UIN SU sedang menjalankan strategi SO (*Strength and Opportunies*) yaitu strategi dimana organisasi dalam hal ini UMKM berdasarkan visi dan misi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dan strategi yang telah diperoleh berdasarkan perhitungan penulis adalah sebagai berikut :

1. Efisiensi dari teknologi financial berpeluang akan meningkatkan kinerja UMKM (S1, S2, O1)
2. UMKM usaha strategis yang besar berpeluang untuk ikut bersaing dalam pasar bebas (MEA) dengan produk tidak orintasi lokal (S3, O2)
3. Fintech yang efisien akan menciptakan trend penggunaan teknologi tepat guna dengan (S1, O3)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

Fintech berasal dari istilah financial technology atau teknologi finansial. Fintech secara Global menunjukkan secara pesat Fintech berkembang di berbagai sektor, mulai dari startup pembayaran, peminjaman (lending), perencanaan keuangan (personal finance), investasi ritel, pembiayaan (crowdfunding), remitansi, riset keuangan, dan lain-lain. Kehadiran sejumlah perusahaan fintech turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM. Tidak hanya sebatas membantu pembiayaan modal usaha, peran Fintech juga sudah merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital dan pengaturan keuangan. Kendala implementasi fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia 1. Infrastruktur 2. Sumber Daya Manusia (SDM) 3. Perundang-undangan 4. Kurangnya literasi keuangan

Peran Fintech juga sudah merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital dan pengaturan keuangan. Berikut ini beberapa layanan Fintech bagi UMKM :

4. Pinjaman Modal Perusahaan Fintech hadir memberikan layanan pinjaman modal dengan proses pengajuan yang lebih sederhana dibandingkan lembaga keuangan konvensional seperti bank tanpa perlu menyerahkan jaminan dan cukup melengkapi beberapa persyaratan dokumen saja, layanan pinjaman online ini menjadi alternatif dari pinjaman konvensional bank atau perusahaan pinjaman lainnya. Pinjaman yang diajukan dapat cair dalam waktu relatif singkat yakni kurang dari seminggu. Beberapa fintech yang menyediakan layanan pinjaman online seperti Modalku dan Pinjam.com.

5. Layanan pembayaran Digital Perusahaan fintech juga menyediakan pembayaran digital yang lebih mudah dan aman bagi pebisnis. Dengan proses pembayaran yang mudah dan aman, hal ini akan mampu menarik lebih banyak konsumen sehingga memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis. Salah satu Fintech yang menyediakan pembayaran digital adalah aplikasi Jenius yang bersinergi dengan perusahaan jasa transportasi online.

Layanan pengaturan keuangan Ada beberapa aplikasi yang menawarkan layanan pengaturan keuangan. Inovasi ini bertujuan membantu pebisnis UMKM dalam mengatur keuangan perusahaan. Layanan yang diberikan meliputi pencatatan pengeluaran, pemantauan kinerja investasi, dan konsultasi keuangan tanpa dikenakan biaya.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang dihasilkan dalam jurnal ini, maka disampaikan beberapa saran yang diharapkan berguna untuk kepentingan masyarakat kedepannya dalam meningkatkan pemberdayaan finansial teknologi dalam UMKM :Perlu sinergi dan kerjasama yang kuat dalam mengembangkan sistem fintech untuk meningkatkan sistem ekonomi digital pada UMKM. Saran ini untuk meningkatkan literasi keuangan agar masyarakat daerah dan pelosok lebih mengetahui melalui teknologi finansial sehingga masyarakat dapat lebih produktif dalam meningkatkan perekonomian daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Triana Fitri, et .al, *Implementasi Keuangan Inklusif Bagi Masyarakat Perbatasan (Studi Kasus Pada Kutai Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara Dan Kota Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia)*.
- Agustianti, Dikutipdari CNN Indonesia. 2015
- Alamsyah, Halim, *Pentingnya Keuangan Inklusif dalam Meningkatkan Akses Masyarakat dan UMKM terhadap Fasilitas Jasa Keuangan Syariah*". 2016
- Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahan*, Bandung: J-Art, 2000
- Freddy, Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: GramediaPustakaUtama, 2004.
- Huberman dan Miles. *Analisa Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press. 1992
- Miraza, Bahctiar Hassan, *Membangun Keuangan Inklusif*, Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, vol. 23, no 2. 2014
- Moleong, Lexy.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: RemajaRosdakarya., 2004
- Nayla, Akifa P, *Komplet Akuntansi untuk UMKM dan Waralaba*, Laksana: Yogyakarta, 2014.
- Pearce dan Robinson, *Manajemenstrategik "Formulasi, Implementasi, danPengendalian"*, BinarupaAksara, Jakarta: 1997.
- Santi, Ernama, *Pengawasan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Financial Technology (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/Pojk.01/2016, Diponegoro law journal, Volume 6, Nomor 3, Tahun2017*.
- Salim, Meilisa et.al, *AnalisisImplementasi Program Financial Inclusion Di Wilayah Jakarta Barat Dan Jakarta Selatan (Studi pada Pedagang Golongan Mikro, Instansi Perbankan, Otoritas Jasa Keuagandan Bank Indonesia)*, Skripsi, UniversitasBinaNusantara. 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2008

Bandung: Alfabeta.

Wibowo, Budi, *Analisa Regulasi Fintech Dalam MembangunPerekonomian Di Indonesia*, Jakarta,Indonesia.tth

Wulansari, Nofita, *Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Sinergi UMKM Dan Good Governance di Indonesia*, Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper EkonomidanBisnis (SNAPER-EBIS 2017) – Jember, 27-28 Oktober 2017 (hal 262-268) ISBN : 978-602-5617-01-0.

Peraturan Bank Indonesia nomer 19/12/PB/2017 tentang penyelenggaraan financial teknologi (PBITekfin).

<http://afhie-cirebon.blogspot.com/2012/12/penerapan-analisis-swot-pada-lembaga.html> Diakses pada tanggal 12 Maret 2018.

[http : www.fintechweekly.com/fintech](http://www.fintechweekly.com/fintech) definision di akses pada tanggal 12 Maret 2018

LAMPIRAN-LAMPIRAN

	Kekuatan	Bobot
S1	Efisien	4
S2	Meningkatkan Kinerja	3
S3	UMKM usaha yang strategis	4

	Kelemahan	Bobot
W1	Produk berorientasi local	2
W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi	3
W3	lemahnya dalam manajemen usaha	3

	Peluang	Bobot
O1	Banyak lulusan SMA sederajat yang lebih memilih kuliah prodi Akuntansi Syariah daripada prodi lain	3
O2	Biaya Pendidikan pada PT Swasta Mahal	3
O3	Jumlah Prodi Akuntansi Syariah Yang Terbatas Pada PT Negeri dan PT Swasta	4

	Ancaman	Bobot
T1	Pasar Bebas Tenga Kerja (MEA)	3
T2	PT lain sering kali dalam promosi menunjukkan bahwa alumni telah diterima kerja di berbagai perusahaan	3
T3	PT lain berlomba-lomba meningkatkan mutu pendidikan dan fasilitas belajar mengajar	4

isilah bobot dengan skala 1-4 (4 bobot tertinggi / terpenting)

Tidak perlu merubah point pilihan (karena sudah otomatis)

bisa di copy paste ke word, sehingga bisa diedit sesuka hati

No	Pilihan		Mana yang lebih berpengaruh a/b?	Bobot
1	S1	Efisien	b	3
	S2	Meningkatkan Kinerja		
2	S1	Efisien	b	3
	S3	UMKM usaha yang strategis		
3	S1	Efisien	b	2
	W1	Produk berorientasi lokal		
4	S1	Efisien	a	4
	W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi		
5	S1	Efisien	b	2
	W3	lemahnya dalam manajemen usaha		
6	S2	Meningkatkan Kinerja	a	3
	S3	UMKM usaha yang strategis		
7	S2	Meningkatkan Kinerja	b	2
	W1	Produk berorientasi lokal		
8	S2	Meningkatkan Kinerja	a	3
	W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi		
9	S2	Meningkatkan Kinerja	b	2
	W3	lemahnya dalam manajemen usaha		
10	S3	UMKM usaha yang strategis	a	3
	W1	Produk berorientasi lokal		
11	S3	UMKM usaha yang strategis	b	3

	W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi		
12	S3	UMKM usaha yang strategis	a	3
	W3	lemahnya dalam manajemen usaha		
13	W1	Produk berorientasi lokal	b	3
	W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi		
14	W1	Produk berorientasi lokal	a	2
	W3	lemahnya dalam manajemen usaha		
15	W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi	b	2
	W3	lemahnya dalam manajemen usaha		

template ini untuk memilih mana yg lebih berpengaruh beserta bobotnya, diperoleh dari wawancara / kuisioner

isilah bobot dengan skala 1-4 (4 bobot tertinggi / terpenting)

Tidak perlu merubah point pilihan (karena sudah otomatis)

bisa di copy paste ke word, sehingga bisa diedit sesuka hati

No	Pilihan	Mana yang lebih berpengaruh a/b?	Bobot	
1	O1	Mendorong Kinerja UMKM	a	2
	O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)		
2	O1	Mendorong Kinerja UMKM	a	2
	O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)		
3	O1	Mendorong Kinerja UMKM	b	2
	T1	Undang-undang yang masih kaku		
4	O1	Mendorong Kinerja UMKM	a	2
	T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM		
5	O1	Mendorong Kinerja UMKM	b	2
	T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD		
6	O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	a	3
	O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)		
7	O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	b	2
	T1	Undang-undang yang masih kaku		
8	O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	a	3
	T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM		
9	O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	a	3
	T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD		
10	O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	a	3

	T1	Undang-undang yang masih kaku		
11	O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	b	3
	T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM		
12	O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	a	3
	T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD		
13	T1	Undang-undang yang masih kaku	b	3
	T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM		
14	T1	Undang-undang yang masih kaku	a	2
	T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD		
15	T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM	b	2
	T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD		

		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL
S1	Efisien	1,00	0,33	0,33	0,50	4,00	0,50	6,67
S2	Meningkatkan Kinerja	3,00	1,00	3,00	0,50	3,00	0,50	11,00
S3	UMKM usaha yang strategis	3,00	0,33	1,00	3,00	0,33	3,00	10,67
W1	Produk berorientasi lokal	2,00	2,00	0,33	1,00	0,33	2,00	7,67
W2	Rendahnya pemanfaatan teknologi	0,25	0,33	3,00	3,00	1,00	0,50	8,08
W3	lemahnya dalam manajemen usaha	2,00	2,00	0,33	0,50	2,00	1,00	7,83

	Total	11,25	6,00	8,00	8,50	10,67	7,50	51,92
--	--------------	-------	------	------	------	-------	------	--------------

	S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
Efisien	0,09	0,06	0,04	0,06	0,38	0,07	0,69	0,1144
Meningkatkan Kinerja	0,27	0,17	0,38	0,06	0,28	0,07	1,22	0,2025
UMKM usaha yang strategis	0,27	0,06	0,13	0,35	0,03	0,40	1,23	0,2052
Produk berorientasi lokal	0,18	0,33	0,04	0,12	0,03	0,27	0,97	0,1614
Rendahnya pemanfaatan teknologi	0,02	0,06	0,38	0,35	0,09	0,07	0,97	0,1610
lemahnya dalam manajemen usaha	0,18	0,33	0,04	0,06	0,19	0,13	0,93	0,1554
Total Bobot	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,00

		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL
O1	Mendorong Kinerja UMKM	1,00	2,00	2,00	0,50	2,00	0,50	8,00
O2	Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	0,50	1,00	3,00	0,50	3,00	3,00	11,00
O3	Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	0,50	0,33	1,00	3,00	0,33	3,00	8,17
T1	Undang-undang yang masih kaku	2,00	2,00	0,33	1,00	0,33	2,00	7,67
T2	Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM	0,50	0,33	3,00	3,00	1,00	0,50	8,33
T3	Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD	2,00	0,33	0,33	0,50	2,00	1,00	6,17
	Total	6,50	6,00	9,67	8,50	8,67	10,00	49,33

Strength	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Efisien	0,1144	4	0,457734
Meningkatkan Kinerja	0,2025	3	0,607537
UMKM usaha yang strategis	0,2052	4	0,820942
Sub Total (Strength)			1,886213
Weakness	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Produk berorientasi lokal	0,1614	2	0,322781
Rendahnya pemanfaatan teknologi	0,1610	3	0,483068
lemahnya dalam manajemen usaha	0,1554	3	0,466217
Sub Total (Weakness)			1,272066
Total IFAS		1,00	3,158279

Oportunity	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Mendorong Kinerja UMKM	0,1723	3	0,516834
Dapat bersaing di pasar bebas (MEA)	0,2098	3	0,629456
Menciptakan trend penggunaan TTG (Teknologi Tepat Guna)	0,1546	4	0,618220
Sub Total (Oportunity)			1,764510
Threat	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Undang-undang yang masih kaku	0,1719	3	0,515808

Belum adanya jaminan keamanan risiko bagi UMKM	0,1602	3	0,480575
Pungutan dari Program Otonomi Daerah yang tinggi dengan dalih meningkatkan PAD	0,1312	4	0,524882
Sub Total (Threats)			<i>1,521265</i>
Total EFAS	1,00		3,285776