

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pertumbuhan koperasi di Indonesia hingga tahun 2023 menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah dan kualitas koperasi yang beroperasi di negara ini. Pada tahun 2023, Indonesia memperingati Hari Koperasi ke-76 dengan tema 'Pemajuan Koperasi Kunci Kesejahteraan Masyarakat', yang menekankan pada pentingnya koperasi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang nyata dan sebagai rumah besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemerintah menargetkan pertumbuhan koperasi modern pada tahun 2024 sebanyak 500 unit koperasi, yang menunjukkan adanya upaya serius dalam mendorong pengembangan dan modernisasi koperasi. Selain itu, Kementerian Koperasi dan UKM (KemenKopUKM) berkolaborasi dengan Badan Pusat Statistik (BPS) melakukan Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM (PL-KUMKM) 2023 sebagai upaya mendorong terciptanya basis data tunggal Koperasi dan UMKM di Indonesia. Keseluruhan upaya ini mencerminkan komitmen pemerintah dalam menghidupkan kembali koperasi sebagai bagian dari pembangunan perekonomian nasional dan sebagai bentuk inovasi dalam proses pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Sementara itu di sisi lain pada tahun 2021 dan 2022, jumlah koperasi syariah mengalami peningkatan yang signifikan. Dari hal ini dapat diambil

kesimpulan bahwa meskipun jumlah koperasi secara keseluruhan mengalami fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir, namun jumlah koperasi syariah cenderung terus meningkat. Hal ini mencerminkan bahwa masyarakat semakin memperhatikan dan mengapresiasi keberadaan koperasi syariah, dan permintaan terhadap koperasi syariah semakin meningkat di Indonesia.

Koperasi syariah merupakan salah satu bentuk koperasi yang berlandaskan syariah untuk transaksi dan aktivitas usahanya. Penerapan aspek syariah dalam kegiatan koperasi menjadi kesadaran akan pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah juga dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di koperasi mahasiswa yang ada di lingkungan perguruan tinggi (Nusaibah, 2023). Tujuan dari penerapan aspek syariah sejalan dengan prinsip yang ada dalam *maqashid syariah*, yaitu sebagai kerangka kerja utama dalam ajaran Islam, menekankan pentingnya perlindungan harta, jiwa, agama, akal, dan keturunan.

Prinsip koperasi berbasis syariah adalah suatu sistem yang berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam dan nilai-nilai syariah yang ada dalam *Maqashid Syariah* (Frida, 2023). Salah satu prinsip koperasi berbasis syariah yang sangat penting adalah penghindaran *Maysir*, *Gharar* dan *Riba* (*Magrib*), yaitu menghindari transaksi yang tidak sesuai dengan syariah. *Maysir* adalah suatu transaksi yang mengandung unsur permainan, *gharar* adalah suatu transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian dan *riba* adalah suatu transaksi yang mengandung unsur bunga. Dengan menghindari transaksi yang tidak sesuai dengan syariah, koperasi berbasis syariah dapat

menjaga keberlangsungan dan keberhasilan usaha yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun *business plan* dalam rangka mendirikan koperasi konsumen berbasis syariah di perguruan tinggi, dengan fokus pada analisis kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) atau analisa SWOT yang didasarkan pada prinsip-prinsip *maqashid syariah* (Azwar et al., 2021). Analisa SWOT diintegrasikan dengan prinsip-prinsip *maqashid syariah* untuk memastikan bahwa setiap elemen bisnis yang dirancang dapat memberikan manfaat yang seimbang bagi semua pihak terkait sesuai dengan ajaran agama. Analisa SWOT digunakan untuk mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam mendesain strategi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dan lingkungan perguruan tinggi, sementara analisis anggaran akan membantu dalam merencanakan alokasi sumber daya yang efektif dan efisien.

Perguruan tinggi merupakan salah satu lingkungan di mana pertumbuhan kesadaran akan prinsip-prinsip ekonomi syariah semakin meningkat (Azwar, 2023). Mahasiswa sebagai bagian penting dari komunitas perguruan tinggi juga semakin menyadari pentingnya nilai-nilai etis dan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Maka pendirian koperasi konsumen berbasis syariah di STIE Indonesia bisa menjadi bagian integral dari upaya menerapkan nilai-nilai keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam serta menjunjung tinggi moral dan imtaq untuk para civitas akademisnya.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia didirikan pada tanggal 28 Oktober 1969 dengan nama Akademi Akuntansi Indonesia (AAI). AAI awalnya berada dibawah Yayasan Pendidikan Akuntansi Indonesia (YPAI) kemudian berganti nama menjadi Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ). Tahun 1983 terjadi perubahan dari AAI menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atau disingkat STIE Indonesia Jakarta. Adapun Visi dan Misi dari STIE Indonesia yaitu "menyelenggarakan pendidikan tinggi di bidang ekonomi dan bisnis secara professional dan kompetitif untuk menghasilkan sumber daya manusia berkualitas dan berdaya saing Internasional dengan menjunjung tinggi moral, imtaq (iman dan taqwa), dan berbudaya". Kondisi saat ini terdapat dua koperasi yang masih berjalan di STIE Indonesia, Koperasi Mahasiswa (KOPMA) yang merupakan bagian dari Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dan Koperasi Pegawai dimana terdapat unit simpan pinjam.

Dalam penelitian ini, kami sudah melakukan penyebaran *questionnaire* kepada mahasiswa/i di STIE Indonesia secara online dan sampling, serta melakukan interview dengan beberapa tenaga pendidik dan dosen. Hasil dari penyebaran *questionnaire* dan *interview* tersebut menunjukkan adanya permintaan yang signifikan untuk ketersediaan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah di lingkungan kampus. Hasil inilah menjadi salah satu landasan yang kuat dalam merancang *business plan* dalam mendirikan koperasi yang tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga memberikan kontribusi yang berkelanjutan terhadap pertumbuhan ekonomi syariah di

perguruan tinggi. Diharapkan dengan adanya koperasi-koperasi berbasis syariah di lingkungan perguruan tinggi dapat mendukung agenda Pembangunan dari Pemerintah Indonesia yang sebagai salah satu program prioritas yaitu memperkuat ketahanan ekonomi dengan mengembangkan koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang tertuang dalam Peraturan Menteri Koperasi No. 5 Tahun 2020 (Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024, n.d.).

Melalui kombinasi gabungan antara pendekatan kualitatif dan penelitian kepustakaan, dengan pendekatan perundang-undangan, sejarah, perbandingan dan konseptual, *bussines plan* ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan koperasi konsumen berbasis syariah, sambil menggali potensi bisnis yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di kalangan mahasiswa dan masyarakat perguruan tinggi pada umumnya (Ahyani & Muharir, 2021). Sejalan dengan informasi dari Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki pada akhir tahun 2023 lalu mengenai adanya Revisi Undang-Undang atau UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang ditargetkan selesai tahun 2024, dimana pokok revisi UU disebutkan adalah membenahi tata kelola ekosistem perkoperasian sehingga pengawasannya diharapkan lebih optimal dalam melindungi anggota. Dengan demikian, *bussines plan* ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dalam mengembangkan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan di lingkungan akademik yang berbasis syariah dan memberikan dasar yang

kuat dalam merancang rencana bisnis dengan tata kelola yang baik, sehingga dapat mengedepankan prinsip-prinsip kesejahteraan dan keadilan sosial yang sesuai dengan ajaran Islam.

Bussines plan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan model bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab di lingkungan perguruan tinggi, serta memperkuat penerapan prinsip-prinsip *maqashid syariah* dalam praktik ekonomi sehari-hari. Syariat Islam yang dijadikan landasan dalam beroperasi koperasi konsumen ini adalah Al-Qur'an dan Hadits, sehingga dalam melakukan aktivitasnya senantiasa terbebas dari unsur *riba* dan pencampuran antara yang halal dan yang haram (Dasopang, 2022). Melalui koperasi konsumen berbasis syariah diharapkan dapat berperan sebagai agen perubahan positif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif di kalangan mahasiswa dan masyarakat perguruan tinggi pada umumnya.

1.2. Maksud dan Tujuan

1.2.1. Maksud Pembuatan *Business Plan*

Pengembangan Model Bisnis yang Sesuai dengan Prinsip Syariah (Nurrachmi & Setiawan, 2020). Maksud utamanya adalah untuk mengembangkan sebuah model koperasi yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah, yang penting bagi perguruan tinggi yang memiliki fokus atau latar belakang pada pendidikan Islam.

Penyediaan Alternatif Ekonomi bagi Komunitas Kampus (Oktania et al., 2024). *Business plan* ini bertujuan untuk memberikan alternatif ekonomi yang sesuai syariah bagi mahasiswa, dosen, dan staf perguruan tinggi, memberikan mereka akses ke produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip keuangan Islam.

Pembelajaran dan Penerapan Konsep Ekonomi Syariah (Eviyanti, 2022). Bagi perguruan tinggi yang mengajarkan atau memiliki minat dalam ekonomi syariah, koperasi ini juga bertindak sebagai sarana praktik dan pembelajaran langsung tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah.

1.2.2. Tujuan Pembuatan *Business Plan*

1. Penyusunan Strategi untuk Pembangunan dan Pertumbuhan dengan menetapkan strategi jangka pendek dan jangka panjang untuk pembangunan dan pertumbuhan koperasi, yang mencakup peningkatan layanan, diversifikasi produk, dan ekspansi pasar (Jihad et al., 2022).
2. Penguatan basis keuangan *Business plan* ini bertujuan untuk memperkuat basis keuangan koperasi dengan cara yang sesuai dengan syariah, melalui sumber pendanaan yang halal dan model bisnis yang berkelanjutan (Heriyanto et al., 2023).
3. Peningkatan kesadaran dan edukasi tentang Ekonomi Syariah, melalui peningkatan kesadaran dan pengetahuan tentang ekonomi syariah di kalangan komunitas kampus, baik sebagai konsumen maupun sebagai bagian dari kegiatan akademik (Azwar, 2023).

4. Koperasi Konsumen ini juga bertujuan untuk membangun kemitraan dan jaringan lembaga keuangan syariah, bisnis syariah lainnya, dan *stakeholders* untuk meningkatkan kapasitas dan jangkauan koperasi (Frida, 2023). Selanjutnya juga dapat memberikan kontribusi atau sumbangsih terhadap pembangunan sosial dan keberlanjutan melalui praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab sesuai dengan ajaran Islam (Suarna et al., 2022).

1.3. Ruang Lingkup

Berikut ini adalah komponen-komponen yang harus diperhatikan dalam ruang lingkup studi kelayakan

1.3.1. Studi Keuangan

Dalam hal studi keuangan, dapat dilakukan beberapa analisa dan melakukan prediksi untuk perencanaan keuangan di masa akan datang, yaitu (Firmansyah et al., 2023; Sahyunu et al., 2023):

- a. Proyeksikan pendapatan dan biaya untuk proyek koperasi dalam beberapa tahun ke depan.
- b. Tentukan sumber pendanaan yang diperlukan untuk memulai proyek dan bagaimana cara mendapatkan dana tersebut.
- c. Hitung tingkat pengembalian investasi (ROI) yang diharapkan.
- d. Lakukan analisis sensitivitas untuk mengidentifikasi risiko dan dampaknya pada proyek.

1.3.2. Studi Pemasaran

Analisis pasar membantu kita untuk memahami seberapa besar permintaan untuk produk atau layanan yang akan ditawarkan oleh koperasi konsumen ini, serta potensi pasar yang dapat dieksploitasi (Sidik & Syariah, 2023). Analisis pasar untuk menentukan permintaan dan potensi pasar bagi produk atau layanan koperasi konsumen berbasis syariah.

Berikut adalah langkah-langkah dalam melakukan analisis pasar yaitu melakukan (Oktania et al., 2024) ;

- a. Menemukan pasar yang potensial untuk barang atau jasa yang ditawarkan oleh koperasi konsumen berbasis syariah. Pasar didefinisikan sebagai kelompok pelanggan yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang sebanding.
- b. Untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan dalam segmen pasar yang telah diidentifikasi, perlu dilakukan analisis kebutuhan pelanggan. Survei, wawancara, atau metode pengumpulan data lainnya dapat termasuk dalam hal ini.
- c. Cari tahu siapa pesaing Anda di pasar yang sama. Tentukan produk dan jasa yang mereka tawarkan, harga yang mereka tetapkan, dan strategi pemasaran mereka.
- d. Mempelajari tren pasar terbaru dan perubahan perilaku konsumen yang dapat berdampak pada permintaan produk atau layanan perusahaan.
- e. Menghitung ukuran pasar potensial dengan menghitung jumlah konsumen dalam segmen pasar yang telah ditentukan dan menghitung

seberapa sering mereka akan menggunakan produk atau layanan saat ini.

- f. Mengevaluasi peluang pertumbuhan pasar di masa depan. Pertimbangkan perubahan kebijakan, perubahan demografi, dan pertumbuhan populasi yang dapat memengaruhi pasar.
- g. Pertimbangkan kebutuhan dan preferensi pelanggan saat membuat strategi penetapan harga.
- h. Menentukan cara konsumen dapat memperoleh barang atau jasa. Pertimbangkan apakah akan menggunakan metode distribusi tambahan, seperti platform online, toko fisik, atau kanal distribusi lainnya.
- i. Lakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman proyek koperasi konsumen berbasis syariah dalam konteks pasar.
- j. Memikirkan cara untuk masuk ke pasar yang lebih baik daripada pesaing yang ada. Ini dapat mencakup pengembangan produk atau layanan baru, atau metode pemasaran yang berbeda.

Melakukan identifikasi pesaing dan analisis keunggulan kompetitif agar dapat bersaing secara efektif dalam pasar (Neka Fatyandri et al., 2023). Identifikasikan pesaing bisa dilakukan secara langsung dan secara tidak langsung. Dikatakan pesaing langsung bila mereka yang menawarkan produk atau layanan jasa yang serupa, sedangkan pesaing tidak langsung mungkin menawarkan solusi alternatif untuk kebutuhan yang sama. Mengumpulkan informasi tentang pesaing yang ada, termasuk ukuran

mereka, pangsa pasar, lokasi, produk atau layanan yang mereka tawarkan, strategi pemasaran, dan kekuatan serta kelemahan mereka.

Kemudian membuat faktor-faktor untuk bersaing secara kompetitif, seperti produk atau layanan yang lebih baik atau inovatif, harga yang lebih kompetitif atau nilai tambah yang lebih tinggi (Afif et al., 2022). Peningkatan pelayanan pelanggan yang lebih baik atau personalisasi, keberlanjutan atau kepatuhan syariah yang lebih kuat, reputasi atau merek yang kuat, akses ke sumber daya yang langka atau strategi distribusi yang efisien, serta melakukan pengembangan produk atau layanan agar tetap relevan dan unggul di pasar. Contohnya meningkatkan fitur, inovasi produk, atau pengenalan produk baru yang sesuai dengan nilai syariah. Selanjutnya menganalisa segmentasi pasar yaitu proses membagi pasar menjadi segmen atau kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa, meliputi faktor demografi, geografis, psikografis, dan perilaku konsumen. Terakhir membuat profil pelanggan yang potensial di setiap segmen. Profil ini mencakup informasi detail tentang karakteristik, kebutuhan, dan preferensi pelanggan dalam segmen tersebut.

1.3.3. Studi Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Organisasi

Dalam penelitian ini perlu dilakukan evaluasi sumber daya manusia yaitu menentukan kualifikasi dan keahlian yang dibutuhkan untuk mengelola koperasi secara efektif. Ini termasuk pemimpin atau manajer, staf administrasi, personel keuangan, dan peran lain yang mungkin dibutuhkan (Supaino et al., 2022). Pastikan bahwa personel memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip syariah yang relevan.

Rencanakan struktur organisasi koperasi dan identifikasi peran serta tanggung jawab masing-masing anggota tim. Evaluasi kemampuan manajemen yang ada dan identifikasi kekurangan yang perlu diperbaiki. Melaksanakan perencanaan program pelatihan yang diperlukan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan oleh staf dan anggota dalam konteks syariah. Pelatihan ini dapat mencakup pemahaman syariah, keuangan syariah, atau manajemen koperasi. Menentukan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengoperasikan koperasi. Mempertimbangkan juga pertumbuhan potensial dan kebutuhan jangka panjang.

1.3.4. Studi Hukum dan Perizinan

Dalam aspek regulasi dan hukum berlaku Undang-Undang (UU) koperasi secara umum untuk sebagai landasan utamanya, sedangkan khusus untuk unit simpan pinjam berlaku UU Koperasi Syariah (Afifah et al., 2021; Sobarna, 2021) :

- a. Tinjau regulasi dan hukum yang berlaku untuk koperasi konsumen berbasis syariah.
- b. Identifikasi izin-izin yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan proyek ini.

1.3.5. Studi Sosial dan Kepuasan Pelanggan

Dalam studi sosial terutama sesama anggota koperasi dan para pelaku bisnis lainnya, berdasarkan prinsip-prinsip syariah, muslim sekali-kali tidak akan pernah melakukan tindakan kezaliman terhadap pesaing lain, melakukan suap untuk melicinkan saluran pasarnya, tindakan menghalalkan

segala cara lainnya (Yayuk Azhari, 2023). Untuk itu perlu dilakukan evaluasi dampak sosial positif yang mungkin dihasilkan dari didirikannya koperasi konsumen berbasis syariah di STIE Indonesia. Diperlukan juga merencanakan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan hubungan dengan anggota koperasi.

1.3.6. Analisis Syariah

Koperasi memiliki sifat ekonomi kerakyatan yang membuatnya menjadi pilar yang kuat dalam menopang perekonomian Indonesia (Frida, 2023). Kenyataan dari jumlah penduduk di Indonesia yang didominasi penduduk Muslim, mendorong kebutuhan untuk membangun sistem ekonomi kerakyatan yang berdasarkan nilai-nilai Syariah Islam.

- a. Pastikan bahwa bisnis plan proyek ini bisa mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam semua aspek operasionalnya.
- b. Menjadikan pilar-pilar dalam *Maqashid Syariah* dapat terpenuhi dengan benar.

1.4. Metode Penyusunan Studi Kelayakan

Pengumpulan dan Analisis data :

- 1) Data Sekunder
- 2) Studi Kepustakaan
- 3) Survei
- 4) Pengamatan lingkungan

1.5. Sistematika Pembahasan

Secara umum, laporan (buku) ini merupakan tahap akhir dari proses *Bussines Plan*, dengan sistematika pembahasannya sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab II Landasan Teori

Bab III Studi Kelayakan Bisnis

Bab IV Strategi Pendirian Dan Pengembangan

Bab V Kesimpulan