

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

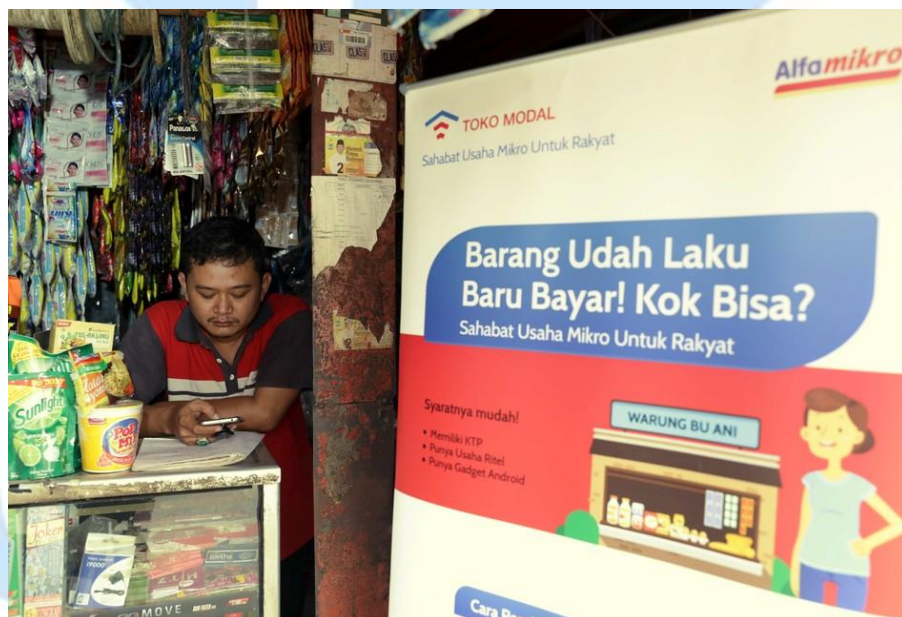


Gambar 2.1 Lambang Toko Modal
Sumber: google.com

PT Toko Modal Mitra Usaha berdiri pada 23 Oktober 2017 di bawah naungan PT Capital Finance Indonesia .PT Toko Modal Mitra Usaha adalah perusahaan yang bergerak dibidang *fintech* (*Financial Technology*), khususnya *fintech, peer to peer lending*, produk dari PT Toko Modal Mitra Usaha yaitu Tokomodal yang dimana merupakan platform pendanaan yang mendanai UMKM yang kami sebut OBA (Outlet Binaan Aksesmu), Dengan hadirnya Tokomodal, salah satu *fintech* yang memberikan pendanaan untuk UMKM yang membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan usahanya dengan cara produktif dalam artian tidak memberi uang secara langsung melainkan memberikan barang terlebih dahulu. Tokomodal memberikan barang-barang keperluan Outlet Binaan Aksesmu setelah berbelanja lewat aplikasi Aksesmu, setelah belanja, hasil belanja tersebut dibayarkan melalui aplikasi Tokomodal.

Darimanakah dana tersebut? Dana tersebut berasal dari nasabah-nasabah yang menggunakan aplikasi Tokomodal. Jadi, setiap mitra Tokomodal tidak pernah

diberikan uang secara langsung melainkan berbentuk barang, hal ini bertujuan untuk meminimalisirkan *fraud* atau kecurangan terhadap uang yang digunakan. Serta membuat pemilik Outlet Binaan Aksesmu menjadi lebih fokus terhadap usahanya. Menurut Tokomodal jika memberikan uang secara langsung, pada umumnya orang tersebut akan tergoda untuk membeli hal-hal yang konsumtif, sehingga akan mengurangi fokus untuk mengembangkan usahanya dan menyalahgunakan uang tersebut. Tokomodal dapat dikatakan merupakan satu-satunya *fintech P2P lending* produktif dalam arti lain tidak memberi uang. Berbeda dengan *platform* lainnya yang rata-rata pasti memberikan uang secara langsung. Tokomodal sudah memiliki mitra atau OBA sekitar 40.000 OBA di 25 provinsi dan 200 lebih kota yang ada di Indonesia.



Gambar 2.2 Salah Satu Outlet Binaan Aksesmu (OBA)

Sumber: Kompas.com (2017)

2.1.1 Visi dan Misi Tokomodal

Visi PT Toko Modal Mitra Usaha adalah Menjadi Mitra yang Solid dan Terpercaya dalam Pengembangan Usaha Mikro. PT Toko Modal Mitra Usaha juga memiliki visi memajukan usaha-usaha kecil.

Misi PT Toko Modal Mitra Usaha adalah:

19

Peran Business Development Dalam Mengembangkan Mengembangkan UMKM Menggunakan Strategi Bisnis P2P Lending PT Toko Modal Mitra Usaha, Hansel Hidayat, Universitas Multimedia Nusantara

- Membantu Mengembangkan Usaha Mikro,
- Merealisasikan Pinjaman dalam Waktu Singkat,
- Memberi Imbal Hasil yang Menarik.

Tokomodal berkomitmen memberikan solusi kepada pelaku usaha untuk dapat meningkatkan usahanya dengan memberikan tambahan modal kerja. Tokomodal mempertemukan pemberi dan penerima pinjaman untuk mempersingkat waktu dan biaya sehingga hasilnya maksimal bagi kedua pihak.

2.1.2 Proses Bisnis Tokomodal

Agar lebih jelas bagaimana bisnis proses Tokomodal dan kolaborasi dengan Aksemu, berikut adalah bisnis prosesnya:



Gambar 2. 3 Proses Bisnis dari Tokomodal
Sumber: Data Perusahaan (2022)

Banyak pertanyaan yang muncul dari pemodal dari Tokomodal, berapa tingkat keberhasilan pembayarannya? apakah sudah memenuhi TKB90? jawabannya sudah dan sangat baik karena Tokomodal memiliki persentase keberhasilan pembayaran 100% yang menunjukkan sangat baik. Setelah itu, berikut merupakan ilustrasi perhitungan jika kita ingin menjadi pemodal dan peminjam:

- Pemodal =

$Rp\ 500.000 \times 16\% \times 7\ \text{hari} : 360 = Rp\ 1.555$

➤ Peminjam

$Rp\ 500.000 \times 24\% \times 7\ \text{hari} : 360 = Rp\ 2.333$

➤ Tokomodal

$Rp\ 2.333 - Rp\ 1.555 = Rp\ 778$

Rp 778 merupakan jumlah yang didapatkan oleh Tokomodal.

Perkiraan dalam seminggu itu peminjam mendapatkan bunga sebesar kurang dari 1% (0,5%). Dalam satu hari, diperkirakan terdapat 600-700 peminjam (tergantung hari weekday, weekend, hari besar seperti Lebaran, Natal,dll)

Berikut notifikasi yang diterima oleh peminjam jika telat membayar:

- SMS reminder ketika H-2 dari sebelum tanggal jatuh tempo bagi OBA yang baru (1-2 kali) menggunakan Tokomodal
- SMS reminder ketika H+7 dari tanggal jatuh tempo untuk semua OBA yang menunggak
- Email untuk semua OBA, saat berhasil melakukan transaksi menggunakan Tokomodal, saat jatuh tempo (H-0), H+7 dari tanggal jatuh tempo
- Pada H+14 dan H+29 dari tanggal jatuh tempo akan di lakukan telfon serta pengiriman email

Kemana peminjam membayarkan uang tenornya? Tokomodal menawarkan berbagai macam sistem pembayaran:

- 1) Via MRO (member relation officer), uang dititipkan lalu dibayarkan langsung ke *Stock Point* atau Gudang Aksesmu, data langsung di catatkan di sistem yang ada di stock point tersebut.
- 2) Via Alfamart, dikasir membayarkan uang tenor dengan menyebutkan OBA ID dan langsung tertera tagihan yang harus dibayarkan.
- 3) Via virtual account yang tertera di OBA ID lewat m-banking atau ATM



Gambar 2. 4 Bukti Tingkat Kemampuan Bayar Kurang dari 90 Hari menunjukkan 90% Keberhasilannya
Sumber: Data Perusahaan (2017)

Gambar diatas merupakan bukti Tokomodal telah memenuhi TKB90 berdasarkan dari websitenya.

- TKB90 adalah ukuran tingkat keberhasilan penyelenggara Fintech P2P Lending dalam memfasilitasi penyelesaian kewajiban pinjam meminjam dalam rangka waktu sampai dengan 90 hari sejak jatuh tempo.
- TWP90 adalah ukuran tingkat wanprestasi atau kelalaian penyelesaian kewajiban tertera dalam perjanjian di atas 90 hari sejak tanggal jatuh tempo. Rumus perhitungan yang digunakan untuk menentukan TKB90 adalah sebagai berikut:

$$\text{TKB90} = 100 - \text{TWP90}$$

TWP90 ditentukan menggunakan rumus perhitungan:

$$\text{TWP 90} = \frac{\text{Outstanding Wanprestasi di atas 90 Hari}}{\text{Total Outstanding}} \times 100$$

Semakin tinggi presentase TKB90 yang di miliki oleh penyelenggara, maka semakin baik pula penyelenggara dalam menjalankan Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi. Hal ini dilaksanakan dalam rangka menjalankan prinsip tranparansi sesuai dengan nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi, dan wajib mempublikasikan tingkat keberhasilan pembayaran (TKB90).

Apakah fintech Tokomodal ini aman untuk digunakan? pastinya sudah aman karena sudah di awasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada intinya semua *fintech* harus di awasi oleh OJK jika tidak, maka lebih baik memiliki *platform* lain untuk menggunakan aplikasi / *platform fintech* tersebut.



Gambar 2.5 Bukti Tokomodal sudah terdaftar dan diawasi OJK
Sumber: Data Perusahaan (2017)

Hal ini membuktikan bahwa Tokomodal sudah diawasi oleh OJK serta sudah tersertifikasi. Tokomodal mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan pada tanggal 24 Mei 2019 dengan surat tanda berizin atau berdaftar nomor: KEP-49/D.05/2019 sehingga aman untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Seluruh transaksi pinjam meminjam dalam Tokomodal sesuai pada peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Berikut merupakan salah satu pemilik OBA / warung yang sudah setia menggunakan aplikasi Tokomodal, beliau awalnya memiliki 1 warung, yaitu Ibu Sri sekarang sudah memiliki 4 warung di Jember, Jawa Tengah dan hingga saat ini masih berkembang dan tetap berjalan, beliau membuka toko sembako yang menyediakan berbagai barang-barang kebutuhan rumah tangga, Beliau sangat berterima kasih karena dengan aplikasi Tokomodal usahanya sangat terbantu dan menjadi sangat efisien baik waktu dan sistem pembayarannya.

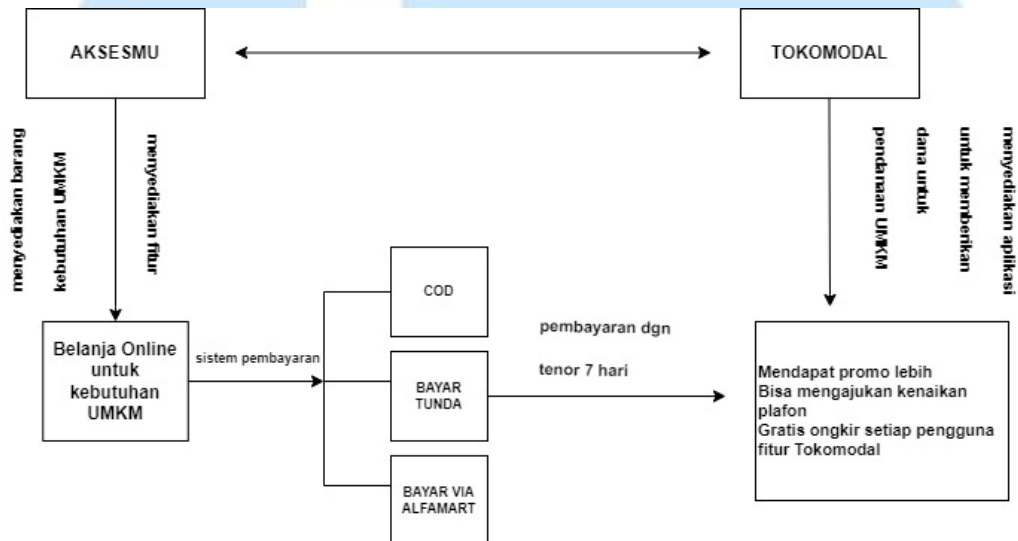
2.1.3 Testimoni Dari Mitra Tokomodal



Gambar 2.6 Testimoni Ibu Sri dalam penggunaan aplikasi Tokomodal
Sumber: Data Perusahaan (2019)

Mengapa orang yang memiliki warung atau UMKM senang menggunakan Tokomodal sebagai *platform* untuk memenuhi kebutuhan persediaan barang dan operasional warung? Karena Tokomodal memberikan pinjaman bukan berupa uang melainkan barang langsung berbeda dengan p2p lending yang lain yang merupakan *cash loan* yang pada umumnya orang sebut pinjol atau pinjaman online yang memiliki reputasi yang kurang baik, sehingga pada saat di tawarkan produk dari Tokomodal pasti calon member memiliki pertimbangan ulang atau langsung tertarik. Serta Tokomodal melakukan kolaborasi dengan Aksesmu di sisi penyedia produk-produk kebutuhan warung atau UMKM.

2.2 Kerjasama Aksesmu dengan Tokomodal



Gambar 2.7 Flow kerjasama Aksesmu dengan Tokomodal
Sumber: Data Perusahaan (2022)

Aksesmu adalah bagian dari PT Sumber Trijaya Lestari, yang merupakan aplikasi belanja grosir atau eceran secara online yang bertujuan untuk memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan usahanya maupun kebutuhan rumah tangganya. Oleh karena itu, Tokomodal melakukan kerjasama dengan Aksesmu agar bisa memenuhi kebutuhan OBA dengan pendanaan dari setiap *lender* Tokomodal. Dengan menggunakan aplikasi Aksesmu ini, OBA sangat dimudahkan karena pada saat memesan dan checkout barang yang dipesan, langsung dikirim oleh kurir dengan waktu estimasi kurang dari 12 jam, sehingga tidak mengganggu operasional warung atau OBA. Selain itu barang yang tersedia sangat banyak dan lengkap, jadi sangat bisa memenuhi kebutuhan OBAny.

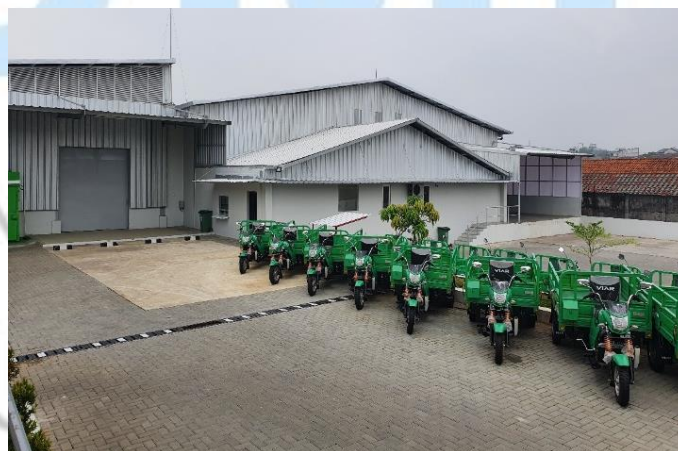
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Berikut merupakan contoh Gudang penyimpanan (*Stock Point*) milik Aksesmu di daerah Tawakal, Sepatan, Kota Tangerang:



Gambar 2.8 Salah Satu Contoh Gudang di Tawakal, Tangerang
Sumber: Data Peneliti (2022)

Diperkirakan satu *Stock Point* dapat menyuplai 50 OBA di dalam satu daerah tertentu tergantung dengan kapasitas *Stock Point*nya, seperti gambar di atas merupakan kapasitas yang cukup besar namun ada yang lebih besar diperkirakan bisa menyuplai untuk 100 hingga lebih OBA dalam satu daerah, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 2.9 Salah Satu Gudang terbesar di Daerah Sentul
Sumber: Data Peneliti (2022)

Gambar di atas merupakan contoh Gudang yang paling besar yang berada di Ciluar, Kabupaten Bogor, Waktu itu saya berkunjung kesana untuk menemui pedagang untuk sosialisasi tentang Tokomodal serta mengadakan acara special untuk Hari Kartini bagi pemilik OBA perempuan. Kami sering membuat acara-acara seperti ini agar menjaga silaturahmi antar Tokomodal, Aksesmu, serta dengan OBA atau mitra kami. Dibawah ini, bukti foto pada saat merayakan Hari Kartini:



Gambar 2.10 Pemenang Doorprize di Acara Perayaan Hari Kartini di Sentul
Sumber: Data Peneliti (2022)

Pada saat acara hari - hari tertentu seperti ini kami juga memberikan beberapa kupon belanja di Aksesmu untuk mendapatkan diskon bagi pemilik OBA, selain itu kami mengadakan door prize juga dengan memberikan minyak goreng 2 liter, piring, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Hal ini bertujuan untuk tetap menjaga silaturahmi antar partner kerja baik Aksesmu dengan Tokomodal serta dengan pemilik OBA agar betah menggunakan aplikasi ini dan bisa mengembangkan bisnisnya lebih baik lagi. Gambar di atas merupakan foto pada saat kunjungan temu pedagang pada saat hari Kartini yang dihadiri dari tim

Tokomodal dan Aksesmu dalam mempersiapkan acara ini, Tokomodal akan memberikan sosialisasi ulang agar setiap pedagang ini akan lebih aware terhadap kerjasamanya dengan Aksesmu, Aksesmu menyediakan venue dan hadiah untuk para pedagangnya yang menang doorprize pada hari itu.

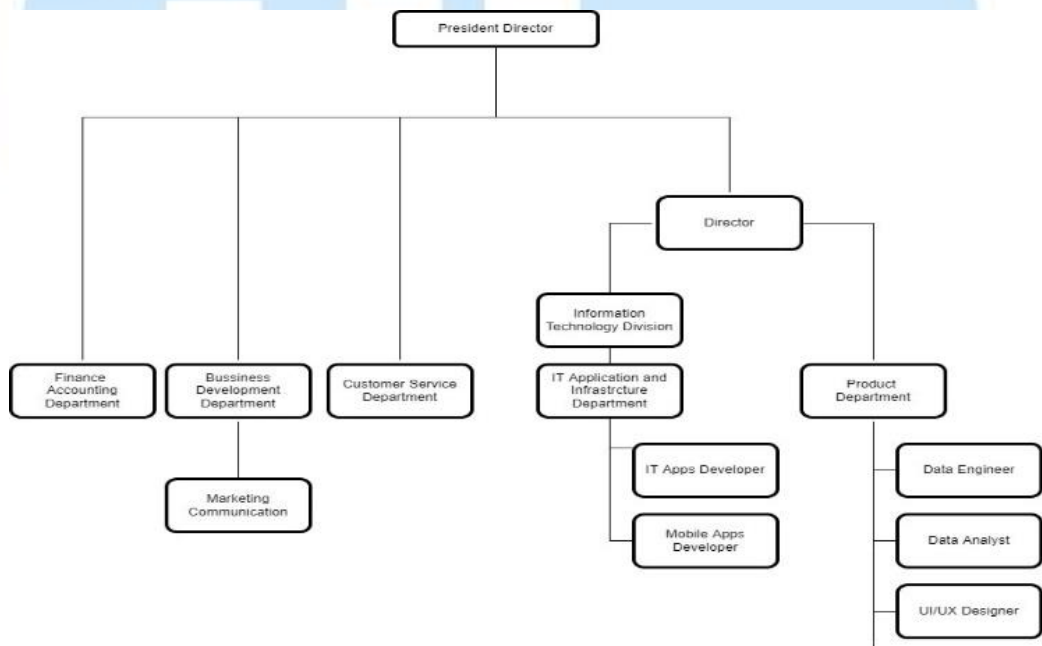
2.2.1 Strategi Marketing yang Dilakukan Tokomodal

Tokomodal melakukan marketing untuk meningkatkan *brand awareness* dengan cara melakukan sosialisasi ke beberapa daerah agar para member bisa memberi tahu keluh kesah atau apa saja yang masih kurang terhadap Tokomodal serta memberi informasi tentang keuntungan atau kelebihan produk dari Tokomodal ke calon member baru di daerah tersebut. Pada memberikan informasi ke calon member baru, Marketing Tokomodal akan memberi tahu terlebih dahulu bahwa kita bukan merupakan pinjaman online yang bukan konsumtif melainkan produktif berupa barang bukan uang langsung, selain itu Tokomodal memiliki bunga yang cukup rendah hanya 0,5% per 7 hari dalam artian tidak memberatkan membeinya juga.

Tokomodal tidak memiliki *debt collector* untuk menagih melainkan tidak ditagih melainkan hanya menghubungi / mengingatkan member yang belum bayar secara baik. Tetapi kedepannya akan memiliki “*debt collector*” tetapi dengan syarat-syarat tertentu tidak seperti yang kebanyakan Bank pakai atau memiliki perspektif buruk kepada member atau konsumen. Karena Tokomodal bisa dibilang “numpang” bersama Aksesmu, jadi orang akan lebih mengenal Aksesmu terlebih dahulu, tetapi dengan adanya “paylater” menggunakan Tokomodal sehingga membuat pedagang lebih berani untuk belanja lebih banyak di Aksesmu.

2.3 Struktur Organisasi

Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Toko Modal Mitra Usaha:



Gambar 2.11 Struktur Organisasi Tokomodal
Sumber: Data Perusahaan (2017)

Job Desk setiap jabatan di Tokomodal:

- President Director
 - Merencanakan, mengelola dan menganalisa segala aktivitas fungsional bisnis seperti operasional, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran
 - Merencanakan dan mengelola proses penganggaran, serta mengamati dan menganalisis apabila dalam praktek ada kejanggalan
 - Mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan secara efektif dan efisien
 - Merencanakan dan mengelola kinerja pada sumber daya manusia serta identifikasi penempatan posisi sumber daya manusia yang berkompeten agar dapat memaksimalkan kinerja perusahaan

- Merencanakan, mengelola dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis atau korporat baik untuk jangka waktu menengah maupun panjang dengan menacu pada visi dan misi perusahaan
- Mengidentifikasi dan meningkatkan performa operasional perusahaan dengan memotivasi berbagai divisi di perusahaan
- Mengambil berbagai keputusan strategis yang berdampak baik bagi sustainabilittas perusahaan berdasarkan hasil analisis data dan fakta baik yang telah menjadi jejak rekam (record) perusahaan maupun analisis terhadap berbagai faktor lingkungan bisnis
- Mempertahankan stabilitas dan keunggulan yang kompetitif dari perusahaan dan meningkatkan kompetensi utama perusahaan serta mengimplementasikannya
- Menganalisa dan mengambil langkah paling prioritas bagi alokasi sumber daya dan penganggaran perusahaan
- Membuat kebijakan, Prosedur, dan standar pada organisasi perusahaan
- Menganalisa segala masalah dalam perusahaan dan mengkoordinasikan manajemen puncak dalam menyelesaikan masalah secara efektif dan efisien
- Membuat keputusan strategis dalam hal integrasi, divestasi, investasi, aliansi, dan joint venture
- Director
 - Memimpin secara keseluruhan kegiatan operasional
 - Memberikan dukungan kepada staf utama untuk Komite Program Dewan Direksi
 - Mengatur operasional dan prosedur serta memantau pelaksanaan dengan perencanaan yang efisien
 - Meningkatkan efesiensi proses dan produktivitas secara terus menerus
 - Memastikan efisiensi persediaan dan pengadaan dengan biaya rendah

- Mengembangkan dan mengawasi pelaksanaan prosedur kebijakan dan kendali di semua divisi secara konsisten dan efektif
- Memastikan transfer pengetahuan secara efisien dan keterampilan berbagi antar departemen
- Bertanggung jawab untuk ekspansi bisnis
- Berpartisipasi aktif dalam perencanaan strategis proyek dan berkontribusi untuk strategi tahunan dan rencana bisnis
- Menganalisa pasar untuk akuisisi strategis
- Mengembangkan strategi organisasi agar dapat diperbaharui setiap tahunnya
- Memastikan strategi perusahaan dijalankan dengan selaras dan sukses
- Membangun dan memelihara jaringan yang relevan untuk memberi peluang bagi perusahaan yang mengarahkan ke kinerja yang optimal
- Memberikan laporan berkala tentang kinerja investasi
- Mengidentifikasi dan bernegosiasi dengan eksternal dan mitra
- Mengelola sumber daya untuk mengeksekusi semua kontrak transaksi yang relevan sesuai dengan persyaratan perusahaan
- Mewakili perusahaan di joint ventures atau lembaga terkait lainnya serta pemerintahan
- Secara langsung mengawasi pengembangan dan pelaksanaan semua kebijakan dan prosedur yang relevan untuk memastikan semua divisi mematuhi prosedur dan persyaratan hukum yang ada
- Menyediakan manajemen yang efektif dan pelaporan secara berkala
- Mengelola harapan pelanggan dan mengidentifikasi peluang integrasi antar divisi
- Memiliki tanggung jawab untuk mendukung dan mengaktifkan program keamanan informasi dan untuk meninjau dan menyetujui praktik keamanan dan tindakan yang direkomendasikan oleh Head of IT

- Bertanggung jawab untuk memastikan bahwa kebijakan, standar, dan prosedur yang disetujui diikuti.
- Head of IT (Application, Infrastructure, Apps Developer, and Mobile Apps Developer)
 - Bertanggung jawab pada kesiapan dan ketersediaan sistem komputer/aplikasi dalam lingkungan perusahaan
 - Membuat dan Mengimplementasikan semua sistem dan aplikasi
 - Merancang, mengelola dan mengawasi serta mengevaluasi operasional dari sistem informasi dan pendukungnya
 - Membuat dan mengimplementasikan kebijakan dan prosedur IT termasuk kebijakan keamanan IT
 - Bekerja sama dengan vendor IT untuk merancang, membuat dan mengimplementasikan sistem atau aplikasi jika diperlukan
 - Membuat dan mengawasi anggaran IT dan expenditures
 - Memberikan solusi Teknologi Informasi
 - Bertanggung jawab pada penyediaan layanan infrastruktur termasuk aplikasi, jaringan komputer, keamanan Teknologi Informasi dan telekomunikasi
 - Memberikan rekomendasi tentang solusi sistem informasi dan pendukungnya
 - Memberikan orientasi kepada pegawai baru mengenai aplikasi atau sistem yang digunakan saat ini dan rencana atau strategi TI secara umum
 - Merancang dan membuat TI DRP (Disaster Recovery Plan)
 - Memberikan arahan pada bawahan mengenai penggunaan dan solusi teknologi
 - Pengawasan dan perawatan Teknologi Informasi
 - Bekerja sama dengan senior manajemen untuk membuat, merancang pelayanan TI dalam dokumen Service Level Agreements
 - Memberikan laporan bulanan kepada Direktur mengenai semua aspek dari departemen TI

- Memastikan dan mengidentifikasi risiko keamanan informasi
 - Menentukan strategi keamanan dan arah untuk mengatasi risiko yang ditetapkan
 - Melakukan pemantauan berkelanjutan terhadap program keamanan informasi dan keefektifannya
 - Merespon insiden keamanan dan ancaman untuk meminimalkan dampak terhadap perusahaan
 - Melaksanakan dan memelihara kesadaran keamanan informasi dan menyelenggarakan program pelatihan.
- Staff IT
- Melakukan pengembangan perangkat lunak (software) berdasarkan kebutuhan bisnis
 - Melakukan testing dan evaluasi terhadap perangkat lunak (software) yang sudah berjalan
 - Melakukan integrasi system backend dan frontend
 - Mengidentifikasi dan memperbaiki celah keamanan sesuai dengan standar dan pedoman yang berlaku
 - Berkolaborasi dengan tim designer, bisnis dan system analysts dalam pembuatan produk-produk IT
 - Melakukan pemeliharaan perangkat lunak (software) yang sudah berjalan
- Product Department
- Mengawasi dan mengidentifikasi tren serta peluang pertumbuhan lewat analisis data.
 - Mengawasi pembuatan laporan berdasarkan data, analisis, dan visualisasi.
 - Merancang, mengelola dan mengawasi serta mengevaluasi sistem internal untuk efisiensi masalah dan ketidakakuratan, mengembangkan dan menjaga prookol untuk penanganan, pemrosesan dan pembersihan data.

- Mengkoordinasi perencanaan ataupun penerapan rancangan product sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna.
- Memberikan arahan pembuatan mockup, wireframe serta mengontrol pendokumentasian terhadap suatu product yang akan dibangun.
- Melakukan monitoring serta evaluasi pengujian product baik dengan data sampel atau data sesungguhnya.
- Mengontrol desain UI / front-end yang sederhana, bersih, dan menarik untuk aplikasi web
- Memberikan arahan untuk mengembangkan mockup dan wireframe dengan ketelitian rendah untuk studi produk UX.
- Merancang, mengelola dan mengawasi untuk pembuatan desain konten untuk media sosial dan aset digital terkait.

➤ Data Analyst

- Mengumpulkan dan menafsirkan data
- Menganalisis hasil
- Melaporkan hasilnya kembali ke anggota bisnis yang relevan
- Mengidentifikasi pola dan tren dalam kumpulan data
- Bekerja bersama tim dalam bisnis atau tim manajemen untuk menetapkan kebutuhan bisnis
- Mendefinisikan pengumpulan dan analisis data baru yang diproses
- Memberikan arahan untuk menetapkan serta implementasi akuisisi data, memilih metode yang sesuai untuk memastikan solusi yang optimal

➤ Data Engineer

- Mengawasi dan mengidentifikasi tren serta peluang pertumbuhan lewat analisis data.
- Mengawasi pembuatan laporan berdasarkan data, analisis, dan visualisasi.
- Merancang, mengelola dan mengawasi serta mengevaluasi sistem internal untuk efisiensi masalah dan ketidakakuratan,

mengembangkan dan menjaga prookol untuk penanganan, pemrosesan dan pembersihan data.

- Mengkoordinasi perencanaan ataupun penerapan rancangan product sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna.
- Memberikan arahan pembuatan mockup, wireframe serta mengontrol pendokumentasian terhadap suatu product yang akan dibangun.
- Melakukan monitoring serta evaluasi pengujian product baik dengan data sampel atau data sesungguhnya.
- Mengontrol desain UI / front-end yang sederhana, bersih, dan menarik untuk aplikasi web
- Memberikan arahan untuk mengembangkan mockup dan wireframe dengan ketelitian rendah untuk studi produk UX.
- Merancang, mengelola dan mengawas untuk pembuatan desain konten untuk media sosial dan aset digital terkait.

➤ Finance and Accounting Department

- Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu
- Mengelola perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku
- Merencanakan arus kas perusahaan, terutama pengelolaan piutang dan hutang, sehingga memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kesehatan kondisi keuangan
- Merencanakan penyusunan anggaran perusahaan, dan mengontrol pernggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan
- Merencanakan dan pengembangan sistem dan prosedur keuangan dan akuntansi, serta mengelola pelaksanaannya untuk memastikan

semua progress dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur, serta mengurangi risiko keuangan

- Melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis, baik untuk kebutuhan investasi, ekspansi, operasional maupun kondisi keuangan lainnya.
- Merencanakan dan mengkonsolidasi perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.

➤ **Business Development Department**

- Mengelola penjualan dan mengembangkan kesempatan bisnis baru
- Berperan dalam materi presentasi untuk bisnis baru dan menciptakan peluang bisnis dan kemitraan
- Mengidentifikasi pasar/ tren dan kebutuhan guna mencapai target penjualan baik jangka pendek, menengah maupun panjang
- Mengembangkan strategi dan positioning dengan menganalisis integrasi usaha baru
- Mengkoordinasi dan mengimplementasi strategi pemasaran, dan mendelegasikan tugas agar mencapai tujuan strategis
- Memotivasi tim, mengontrol kinerja dan membuat laporan
- Memantau dan mengevaluasi tren industri dan melakukan rapat teratur dengan manajemen dan pemangku kepentingan untuk membahas strategi
- Mengarahkan, mengidentifikasi, dan berkomunikasi dengan pembuat keputusan, menyaring peluang bisnis potensial, memilih penawaran sesuai strategi, dan memimpin serta memfasilitasi logistik lapangan
- Mengembangkan dan menerapkan strategi bisnis, proses penjualan dan best practice di perusahaan
- Mendukung kesepakatan dan penetapan harga dengan analisis bisnis, menegosiasikan harga untuk penawaran

- Mengelola dan membagikan pengetahuan melalui edukasi, jaringan (networking), acara dan presentasi
- Customer Service
 - Menjawab pesan, panggilan telepon, dan email
 - Menyelesaikan masalah pelanggan
 - Mempertahankan sikap positif, empati dan profesional terhadap pelanggan setiap saat
 - Berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbagai saluran
 - Mengetahui produk kami dari dalam dan luar sehingga dapat menjawab pertanyaan
 - Menyimpan catatan interaksi pelanggan, transaksi, komentar dan keluhan
 - Pastikan kepuasan pelanggan dan berikan dukungan pelanggan profesional
 - Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

2.4 Tinjauan Pustaka

2.4.1 Kewirausahaan

Wirausaha adalah memainkan peran kunci dalam ekonomi dengan menggunakan keterampilan dan inisiatifnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan membawa ide-ide baru yang bagus ke pasar (Rifka, 2022).

Menurut, Yusof, Permula, dan Pangil (2005) ada empat alasan penting mengapa kegiatan wirausaha sangat penting terhadap masyarakat Indonesia, yaitu:

1. Untuk mendayagunakan faktor-faktor memproduksi seperti tanah, modal, teknologi, informasi dan berbagai sumber daya manusia (SDM) di dalam memproduksi tugas-tugas yang efektif
2. Mengidentifikasi berbagai peluang di dalam lingkungan dengan meningkatkan aktivitas yang akan memberikan manfaat kepada setiap orang.

3. Untuk memilih pendekatan yang terbaik dalam mendayagunakan semua faktor produksi agar supaya meminimalkan pemborosan di dalam berbagai kegiatan kewirausahaan.
4. Untuk kemanfaatan generasi mendatang.

2.4.2 Business Development

Business Development, merupakan proses pembentukan nilai perusahaan dalam jangka panjang yang menghubungkan pelanggan, pasar, dan relasi. *Business Development*, berperan menciptakan peluang bagi perusahaan untuk terus berkembang melalui optimasi tiga faktor, yaitu, pelanggan, pasar, dan relasi. Nilai yang dibangun bisa berupa *revenue*, citra perusahaan, *brand awareness* atau apapun yang menjadi tujuan sebuah perusahaan. Tantangannya, *business development* harus mampu mengidentifikasi peluang dan membuat terobosan yang menguntungkan perusahaan untuk jangka panjang. Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi *business development* dalam mengembangkan usahanya

- Pelanggan, tanpa pelanggan tidak akan ada bisnis yang berkembang. *business development* harus bisa membaca permasalahan apa yang tengah dialami oleh pelanggan, apa yang mereka butuhkan, nilai apa yang mereka cari.
- Pasar, sebuah produk pasti memiliki target pasarnya tersendiri, namun target ini sifatnya dinamis. *business development* punya tugas untuk mencari target pasar baru dan menyesuaikan produknya untuk bisa diterima di pasar tersebut.
- Relasi, Perusahaan harus bisa membangun hubungan yang baik antar pelanggan, klien, partner bisnis, maupun investor. Tanpa adanya relasi sebuah bisnis tidak akan bisa berkembang dan cenderung tidak bertahan lama.

2.4.2.1 Peran Business Development dalam Suatu Perusahaan

Pembahasan mengenai peran *business development* dalam suatu perusahaan menurut analisis (Anggreani & Haryadi, 2017) yang berjudul *Analisis Business Development Pada PT Century Bearindo Indonesia Surabaya Dengan Strategic Entrepreneurship*.

Peran *business development* dibagi menjadi 7 bagian yang pertama adalah:

1. Segmentasi pasar, diartikan pengelompokkan pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang homogen, dimana tiap kelompok dapat dipilih sebagai pasar yang ditargetkan untuk pemasaran suatu produk.
2. Menganalisis jalur distribusi, merupakan kegiatan penyampaian produk ke tangan konsumen atau pemakai pada waktu yang tepat
3. Membangun hubungan baik terhadap pelanggan, perusahaan harus menggunakan prinsip manajemen, yaitu, *customer relationship management* merupakan strategi inti dalam bisnis yang memiliki fungsi untuk merelasikan fungsi-fungsi internal serta eksternal untuk menghasilkan dan juga merealisasikan nilai yang bersifat profitable bagi pelanggan, keberhasilan *customer relationship management* ditunjang oleh pelanggan yang berkualitas serta teknologi informasi yang mendukung. *Customer relationship management* diperkuat dengan konsep 4R pemasaran, antara lain,
 - a. *Relationship*, hubungan mungkin terjadi pada saat pelanggan dengan tanpa paksaan berbisnis dengan suatu perusahaan dalam waktu yang panjang.
 - b. *Retention*, ketahanan merupakan cara untuk memelihara pelanggan yang diinginkan melalui cara memenuhi serta memuaskan keinginan mereka.
 - c. *Refferals*, Rekomendasi oleh pelanggan umumnya berbentuk penyebaran berita *mouth-to-mouth* atau mulut ke

- mulut berdasarkan kepuasan pelanggan yang didapatkan oleh mereka.
- d. *Recovery*, pemulihan dari dampak pelayanan yang buruk pada pelanggan, hal ini menjadi salah satu yang utama dalam mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan.
4. Menganalisis kompetitor, dalam menganalisis kompetitor dari perusahaan maka perusahaan harus mengidentifikasi secara terperinci siapa saja para pesaing utama dari perusahaan, menganalisis dan mengetahui dengan pasti karakteristik yang dimiliki kompetitor seperti strategi, tujuan, positioning, kekuatan dan kelemahan serta pola reaksi para pesaing dalam industri pasar.
 5. Melakukan internasionalisasi, merupakan hal yang mengarahkan perbaikan kinerja perusahaan, pada fakta yang mempengaruhi praktek kewirausahaan pada skala global.
 6. Memanfaatkan kondisi teknologi, Dari perkembangan teknologi yang terjadi perusahaan dapat memanfaatkannya untuk menciptakan peluang dengan cara melakukan kegiatan organisasi yang menggunakan jaringan dan blog teknologi sosial untuk menciptakan komunikasi, sambil tetap fokus pada pekerjaan dan melindungi privasi pertukaran informasi.
 7. Melakukan inovasi, adalah fungsi spesifik dari entrepreneurship baik dalam bisnis yang sudah ada atau perusahaan yang baru berdiri. Inovasi adalah sarana untuk pengusaha dalam menciptakan sumber daya atau mengelola sumber daya yang ada dengan meningkatkan potensi untuk menciptakan keunggulan.

Dalam mengimplementasikan tugas dan peran sebagai divisi *business development* dalam PT Toko Modal Mitra Usaha masih kurang memenuhi kriteria diatas. Terutama dalam melakukan inovasi karena selama ini, Tokomodal hanya memiliki satu produk yaitu pendanaan yang dilakukan secara produktif (tidak memberi uang tunai secara langsung), melainkan memberikan barang yang

dibutuhkan untuk operasional mitranya melalui kerjasama dengan Aksesmu, dan hanya mendanai UMKM atau warung-warung atau toko klontong yang berada di daerah pedalaman. Tokomodal seharusnya melakukan penambahan segmen pasar yang baru yaitu mulai memberikan pendanaan terhadap UMKM yang lebih besar, bukan hanya berfokus pada warung-warung saja tetapi juga UMKM lainnya seperti kedai makanan kecil atau pedagang pakaian di pasar. Selain itu Tokomodal harus memiliki dana operasional yang lebih tinggi dikarenakan Tokomodal merupakan platform yang baik dan diminati oleh banyak masyarakat, namun Tokomodal kurang dari segi *marketing*. Seperti yang kita ketahui bahwa begitu banyak platform lain di Indonesia yang bergerak dibidang yang sama dan menawarkan jasa yang sama, Tokomodal harus dapat terus bersaing dengan *platform P2P lending* lain agar dapat berkembang. Tokomodal seharusnya tidak hanya focus pada UMKM yang berada di pedalaman atau pinggir kota, namun juga UMKM yang berada di tengah kota, begitu banyak UMKM yang membutuhkan dana sebagai modal agar usaha mereka dapat berkembang, bukan hanya warung kecil saja namun banyak UMKM di perkotaan juga membutuhkan pinjaman kredit. Tokomodal harus memanfaatkan hal tersebut.

Selain itu, alangkah lebih baiknya Tokomodal mempermudah sistem pembayarannya. Tokomodal memiliki kelemahan yaitu sistem pembayarannya tidak mudah dan praktis yaitu harus membayar lewat minimarket atau *marketing relation officer*. Beberapa UMKM memilih peer-to-peer lending agar mempermudah proses kredit, Tokomodal harus mengembangkan sistem pembayarannya agar UMKM tertarik untuk menggunakan Tokomodal. Tokomodal dapat membuat pembayaran melalui aplikasi seperti pembayaran melalui e-wallet sehingga mitranya atau peminjam tidak perlu lagi membayar lewat minimarket atau MRO (*marketing relation officer*) dari Aksesmu.