

Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) Di Medan)

Neila Susanti

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
neilasusanti@uinsu.ac.id

Marliyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
marliyah@uinsu.ac.id

Abstract

Millennials or often called Generation Y is a term used to refer to generations born in the 1980s to 2000. This generation is familiar with communication, media, and digital technology. Not surprisingly, this generation is taking advantage of technological advances as an opportunity to do business. This phenomenon was exploited by Rendy Saputra to establish the Community of Saudagar Nusantara (SSN) Society. The activities carried out by the SSN community are interesting to study because in a short time (established 2 June 2017) this community was able to mobilize various communities in 40 cities in Indonesia as partners in empowering MSMEs. This study aims to determine the pattern of economic empowerment carried out by Medan SSN and SWOT analysis of the empowerment carried out. This research is descriptive qualitative with indepth interview as an instrument for collecting data. The results showed that the pattern of empowerment carried out by Medan SSN was Mentoring Bisnis Pekanbaru (MBP) Program, Kopdar Saudagar Nusantara, SSN and visiting business of member and non-member SSN, and Group WhatsApp for communication, business promotion, and sharing knowledge through online lectures. Based on the value of Internal Strategy Factors (IFAS) and External Strategy Factors (EFAS), SSN Medan is known that the pattern of empowerment carried out by Medan SSN is in the first quadrant, which supports progressive strategies.

Keywords: Empowerment, Millennial Generation, SSN

Pendahuluan

Generasi milenial atau sering juga disebut juga dengan generasi Y merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menyebut generasi yang lahir pada rentang tahun 1980-an hingga 2000. Dengan kata lain, generasi milenial ini adalah anak-anak muda yang saat ini berusia antara 17-37 tahun. Y berasal dari bahasa Inggris “*youth*” yang berarti pemuda. Mereka adalah gelombang pertama dari generasi digital yang lahir di dunia teknologi. Mereka sangat berkualitas dalam pengetahuan digital; oleh karena itu mudah bagi mereka untuk dengan

cepat memperoleh penggunaan alat dan perangkat baru dalam TI (Bencsik Andrea, et. al., *Y and Z Generations at Workplaces*, 2016:94-95). Penamaan generasi milenial atau generasi Y ini berasal dari William Strauss dan Neil Howe yang menciptakan istilah ini pada tahun 1987, di saat anak-anak yang lahir di tahun 1982 masuk pra-sekolah, dan saat itu media mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun 2000.

Karakteristik generasi milenial berbeda-beda berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Namun, generasi ini umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Hal ini membuat mereka sulit dipisahkan dari perangkat teknologi seperti *smartphone* dan *laptop*, yang sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari.

Generasi ini menyadari bahwa internet telah membawa banyak kemudahan bagi hidup mereka. Tidak heran, para *digital native* ini memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai peluang untuk berbisnis. Sebagai penggerak baru ekonomi kreatif, penggunaan *platform* media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, kini bukan hanya untuk pribadi, tapi juga untuk eksistensi bisnis para generasi milenial. Dari ketiga platform media sosial tersebut, mereka menemukan cara cepat untuk saling berinteraksi, mengedukasi masyarakat lewat produk, hingga mempengaruhi banyak orang lewat seorang *influencer*.

Pemanfaatan media sosial tidak hanya terbatas pada penjualan produk, namun dapat juga digunakan untuk menjalin kerjasama dan bertukar informasi dengan mitra usaha. Fenomena ini dimanfaatkan oleh Rendy Saputra untuk mendirikan komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN). Serikat Saudagar Nusantara (SSN) digagas oleh Rendy Saputra yang biasa dipanggil Kang Rendy. Komunitas ini didirikan berawal dari keinginan beliau untuk memberdayakan perekonomian pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berjumlah 99,9% di Indonesia. Dengan jumlah yang demikian besar, beliau melihat potensi yang sangat besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia jika potensi tersebut diberdayakan semaksimal mungkin. Sesuai dengan jargon SSN yaitu berjejaring, bertumbuh, dan berdaya, maka visi dari SSN adalah menaikkan level unit usaha yang berstatus mikro ke usaha kecil, usaha kecil naik menjadi menengah, dan usaha menengah naik ke besar. Berjejaring berarti

mempertemukan para pelaku UMKM lokal dengan pelaku usaha lain yang ada di Nusantara. Ketika mereka bertemu diharapkan dapat saling betukar informasi, wawasan, dan menjalin kerjasama sehingga dapat saling melengkapi kebutuhan masing-masing. Hal ini membuat masing-masing UMKM dapat tumbuh bersama dan saling memberdayakan. Meskipun baru berdiri pada tanggal 7 Ramadhan 1438 Hijriah bertepatan dengan hari Jumat tanggal 2 Juni 2017 dan diresmikan di Bogor, namun komunitas SSN ini sudah tersebar di 40 kota di Indonesia, di antaranya Medan, Malang, Blora, Jepara, Surabaya, Yogyakarta, Bekasi, Jakarta, Jambi, Padang (Khairunnisa, 2017).

Sesuai dengan salah satu ciri generasi milineal yang tidak suka terikat dengan birokrasi, maka komunitas SSN tidak mempunyai struktur organisasi seperti mayoritas komunitas yang ada. Rendy Saputra merupakan koordinator utama SSN yang berkedudukan di Bogor dan sebagai penggerak di kota masing-masing ditunjuk seorang koordinator yang bertugas untuk bermitra dengan pemerintah lokal, komunitas lokal, tokoh masyarakat, dan elemen-elemen masyarakat lainnya yang memiliki visi perberdayaan.

Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas SSN menarik untuk diteliti karena dalam waktu singkat komunitas ini mampu menggerakkan dan menjangkau berbagai komunitas sebagai mitra dalam pemberdayaan para pengusaha UMKM dan bekerjasama dengan berbagai pihak yang memiliki kesamaan visi dalam bidang pemberdayaan. Hal ini dapat dijadikan sebagai model pemberdayaan bagi para pengusaha muda UMKM yang jumlahnya mayoritas dalam menyangga perekonomian Indonesia di masa yang akan datang.

Kajian Teori

1. Pemberdayaan

Kata pemberdayaan berasal dari kata daya yang dalam bahasa Indonesia berarti kapabilitas, kapasitas, kebolehan, kecakapan, kemampuan, kepandaian, kesanggupan, kompetensi, kualifikasi (Departemen Pendidikan Nasional, 2009: 146) Inggris disebut *empower*. Dalam *Kamus Bahasa Inggris*, *empower* berarti menguasai atau memberi kuasa (John M. Echols dan Hassan Shadily, 1996: 211). Munculnya konsep pemberdayaan merupakan reaksi dari pembangunan ekonomi yang kurang berpihak pada sebagian besar masyarakat. Konsep tersebut

dikritik karena adanya pemusatan penguasaan faktor produksi yang melahirkan masyarakat pekerja yang lemah dan masyarakat pemilik faktor produksi yang kuat. Kekuasaan akan membangun struktur sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum, dan ideologi yang akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tidak berdaya (O.S Projono dan AMW Pranarka, 1996: 269). Hal tersebut menyebabkan munculnya dua kelompok dalam masyarakat, yaitu masyarakat yang berkuasa dan masyarakat yang dikuasai. Untuk membebaskan situasi menguasai dan dikuasai tersebut, maka harus dilakukan pembebasan melalui proses pemberdayaan bagi yang dikuasai (*empowerment of the poweless*) (Jacki Ambadar, 2008: 41).

Pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk memulihkan atau meningkatkan keberdayaan suatu komunitas agar mampu berbuat sesuai dengan harkat dan martabat mereka. Tujuan akhir pemberdayaan masyarakat adalah pulihnya nilai-nilai manusia sesuai harkat dan martabatnya sebagai pribadi yang unik, merdeka, dan mandiri (Erni Febrina Harahap, 2012: 78-79).

Pemberdayaan masyarakat harus dipandang sebagai upaya untuk mempercepat dan memperluas upaya penanggulangan kemiskinan (Chuzaimah Batubara, 2013: 18) melalui koordinasi berbagai kebijakan, program dan kegiatan pembangunan, baik di tingkat pusat maupun daerah sehingga efektivitasnya memiliki signifikansi yang besar terhadap penanggulangan kemiskinan (Arsiyah, dkk, 2009: 371).

Menurut Dahana dan Bhatnagar, ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam proses pemberdayaan, yaitu: kerjasama dan partisipasi, penggunaan metode yang tepat, demokratis, sesuai dengan minat dan kebutuhan, kelompok masyarakat bawah, memperhatikan keragaman budaya dan perubahannya, terarah dan spesialis, belajar sambil bekerja, kepemimpinan, dan segenap keluarga (Andi Haris, 2014: 53-54).

Pemberdayaan dianggap sebagai proses kerjasama kolaboratif di mana orang yang kurang berdaya (lemah) akan sumber daya bernilai dikerahkan untuk meningkatkan akses dan kontrol atas sumber daya untuk memecahkan masalah pribadi dan/atau masyarakat (Mustangin, dkk, 2017: 63). Sehingga dengan

kolaborasi antara keduanya, pihak yang diberdayakan mampu untuk mandiri dan melepaskan diri dari ketergantungan pihak lain.

Kerjasama merupakan salah satu modal sosial yang berperan penting dalam pemberdayaan. Kajian pertama tentang modal sosial dilakukan pada awal tahun 1916 oleh Lyda Judson Hanifan sampai dengan lahirnya kajian modern mengenai modal sosial di akhir abad 20 yang dipelopori oleh Robert D. Putnam, James S. Coleman, dan Francis Fukuyama. Berbagai definisi modal sosial telah dirumuskan dari berbagai sudut pandang.

Menurut Lyda Judson Hanifan, ada banyak hal yang dapat dipertimbangkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, yaitu niat baik, kerjasama, saling simpati, dan hubungan sosial di antara sekelompok individu dan keluarga yang membentuk unit social. Dalam membangun komunitas, seperti organisasi bisnis dan ekspansi usaha, harus ada akumulasi modal sebelum pekerjaan konstruktif dapat dilakukan. Dalam membangun perusahaan bisnis yang besar dengan proporsi modern, pertama-tama yang harus dimiliki adalah akumulasi dari jumlah modal dan individu yang besar (L. J. Hanifan, *The Rural School Community Center*, 1916: 130).

James Coleman memberikan definisi modal sosial berdasarkan fungsinya. Modal sosial merupakan sarana untuk menjelaskan bagaimana orang berusaha bekerja sama. Struktur hubungan antar individu-individu yang memungkinkan mereka menciptakan nilai-nilai baru (James S. Coleman, 1988: 98). Robert D. Putnam mengatakan bahwa kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*) dan *civil society* adalah sesuatu yang lahir dari adanya modal sosial dan bukan merupakan modal sosial itu sendiri. Putnam memahami modal sosial sebagai kekuatan kolektif yang relevan bagi bekerjanya masyarakat sipil dan pembangunan sosial (Robert D. Putnam, 1995: 65-78).

Sementara menurut Fukuyama, modal sosial adalah seperangkat nilai atau norma yang ada dalam suatu kelompok dimana para anggotanya saling bekerja sama (Francis Fukuyama, 1997: 378). Modal sosial memiliki peran yang sangat penting pada beberapa kelompok masyarakat dalam berbagai aktivitas. Namun, tidak semua norma, nilai dan budaya secara simultan saling melengkapi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, karena seperti halnya modal fisik dan modal finansial, modal sosial juga bisa menimbulkan dampak negatif. Menurutnya,

modal sosial dibangun berdasarkan kepercayaan-kepercayaan antar individu. Rasa saling percaya dibentuk dalam waktu yang tidak sebentar serta memerlukan proses-proses sosial yang kadang-kadang rumit.

2. Generasi Milenial

Menurut Manheim dalam Yanuar, generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama (Yanuar Surya Putra, 2016: 124). Dalam bukunya yang berjudul *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*, Strauss dan Howe memberikan artikulasi tentang konsep generasi. Keduanya mengemukakan bahwa generasi bersifat siklus dan tipenya berulang. Generasi baru dapat membawa sikap baru, persepsi, dan keyakinan ke kampus-kampus (Sarah Keeling, 2003: 30).

Generasi milenial adalah generasi muda yang terlahir antara tahun 1980-an sampai 2000. Berdasarkan hasil penelitian Bencsik & Machova (Bencsik Andrea, 2016: 94-95), pembagian generasi berdasarkan tahun kelahiran dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Pembagian Generasi Berdasarkan Tahun Kelahiran

No.	Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1	1925 – 1946	Veteran generation
2	1946 – 1960	Baby boom generation
3	1960 – 1980	X generation
4	1980 – 1995	Y generation
5	1995 – 2010	Z generation
6	2010 +	Alfa generation

Sumber: Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016)

Kaum milenial terlahir dimana dunia modern dan teknologi canggih dikenal secara luas oleh masyarakat, seperti: gadget, laptop, dan lain-lain. Lyons dalam Putra, mengungkapkan ciri-ciri dari generasi milenial, yaitu: karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif

terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, dan memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

Berdasarkan penilaian dari sisi etos kerja, pekerja generasi Y lebih banyak menekankan pada nilai kerja sosial, seperti, untuk bekerja di lingkungan yang menyenangkan, memiliki rekan kerja yang ramah, rekan kerja yang kompeten, rekan kerja yang terhormat, dan untuk bekerja dengan supervisor yang mendukung dan yang menghargai kinerja. Bagi mereka, nilai kerja yang dinilai penting adalah nilai kerja intrinsik, seperti pekerjaan yang merangsang intelektual, menantang, dan menarik, yang memberikan kesempatan untuk memperoleh pengetahuan atau keterampilan baru, rasa pencapaian, menyediakan kreativitas dan variasi (PSV Balaji Rao dan Vijayalakshmi, 2017: 65-66).

3. Serikat Saudagar Nusantara (SSN)

Serikat Saudagar Nusantara (SSN) diprakarsai oleh Rendy Saputra. Komunitas tersebut pertama sekali hadir di Bogor tanggal 2 Juni 2017 atau bertepatan dengan 7 Ramadhan 1438 H. Perkumpulan tersebut didirikan dengan harapan akan menjadi wadah para pengusaha untuk saling bertumbuh dan menguatkan satu sama lain. Serikat Saudagar Nusantara (SSN) didirikan berawal dari keinginan Rendy untuk memberdayakan perekonomian pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang merupakan pelaku ekonomi mayoritas di Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Khairunnisa, Koordinator SSN Medan, diperoleh informasi bahwa awal berdirinya SSN merupakan *keisengan* dari Kang Rendy . Nama SSN terinspirasi dari nama Serikat Islam pada masa penjajahan Belanda (Yasmis, 2009: 21-32). Melihat perkembangan SSN yang cukup signifikan, akhirnya Kang Rendy memutuskan untuk fokus membina dan mengembangkan SSN. Kang Rendy merupakan pria kelahiran Banjarmasin, 1 Juli 1986, merupakan CEO di Perusahaan Keke Busana. Selain itu, dia mendirikan *Production House* yang bernama Inspira Pictures yang sudah memproduksi film berjudul *Cinta Dua Kodi*. Kang Rendy juga merupakan *coach* di beberapa perusahaan, seperti Telkomsel dan Pertamina. Ketika menjadi *coach* ini, Kang Rendy mengetahui bahwa sebenarnya banyak perusahaan yang peduli terhadap pember (Khairunnisa, 2018) dayaan masyarakat, akan tetapi mereka tidak memiliki waktu untuk mengurus masalah operasionalnya. Akhirnya Kang Rendy

membuat forum khusus di SSN yang mewadahi para pengusaha yang ingin berpartisipasi dalam pemberdayaan masyarakat.

Komunitas SSN tidak mempunyai struktur organisasi seperti mayoritas komunitas yang ada. Rendy Saputra merupakan koordinator utama SSN yang berkedudukan di Bogor dan sebagai penggerak di kota masing-masing ditunjuk seorang koordinator yang bertugas untuk bermitra dengan pemerintah lokal, komunitas lokal, tokoh masyarakat, dan elemen-elemen masyarakat lainnya yang memiliki visi perberdayaan.

Serikat Saudagar Nusantara (SSN) memiliki visi untuk “Memajukan Perekonomian Indonesia Melalui Jalur Wirausaha”. Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, SSN memiliki misi sebagai berikut:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berkelanjutan
2. Meningkatkan Kapasitas, Integritas, dan Kapabilitas para pelaku usaha Indonesia
3. Mensinergikan para pelaku usaha untuk saling mendukung satu sama lain.

Uraian misi di atas membuat Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) mempunyai slogan “berdaya di negeri sendiri”. Hal ini dimaksudkan agar para pelaku usaha yang ada di Indonesia, khususnya UMKM mampu tumbuh dan berkembang dengan jalan saling bekerjasama dan membantu antara pengusaha yang satu dengan pengusaha yang lainnya.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Untuk menghimpun data dan informasi dari lokasi penelitian, pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara terhadap informan sebagai sumber data dan informasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh dan menggali informasi tentang fokus penelitian. Peneliti berusaha berpartisipasi dan mendekatkan diri dengan informan penelitian. Dalam pelaksanaan wawancara, informan diberi kebebasan untuk mengemukakan pendapatnya sehingga wawancara diharapkan dapat berjalan secara wajar, sehingga diperoleh data yang objektif dan mendalam.

Informan yang dipilih sebagai sumber data adalah anggota komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) Medan dan pihak pelaku usaha (UMKM) yang

menjadi mitra Serikat Saudagar Nusantara. Jumlah informan dalam penelitian ini ada 7 orang, yaitu: Husni Mubarak, Aci Ginting, Abdul Razak, Radhiani, Saddam Husein, Galih, dan Khairunnisa sebagai informan kunci. Selain wawancara mendalam (*indepth interview*) di atas, peneliti juga mengumpulkan data pendukung berupa dokumentasi dan berbagai bahan bacaan, seperti buku, koran, majalah, jurnal, dan sebagainya yang dianggap relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

Analisis data dilakukan secara berkesinambungan dari awal sampai akhir, di lapangan maupun di luar lapangan. Dalam hal ini digunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, interpretasi data, dan kesimpulan. Selain itu, penulis menggunakan analisis SWOT dalam penelitian ini untuk melihat pola pemberdayaan yang dilakukan SSN wilayah Medan. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau bisnis. Analisis SWOT merupakan suatu metode yang menggambarkan kondisi atau situasi yang terjadi dalam proyeksi atau yang berasal dari faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang bukan sebagai pemecah masalah.

Strength (kekuatan) ini berasal dari faktor internal positif yang dimiliki Serikat Saudagar Nusantara (SSN) dalam pemberdayaan masyarakat. *Weaknesses* (kelemahan) ini berasal dari faktor internal negatif sehingga dapat mempengaruhi dalam pemberdayaan masyarakat. *Opportunity* (peluang) ini berasal dari faktor eksternal positif yang dimiliki SSN dalam meningkatkan pemberdayaan kepada masyarakat. *Threats* (ancaman) ini berasal dari faktor eksternal negatif dan dapat mempengaruhi SSN dalam pemberdayaan masyarakat untuk ke depannya.

Menurut Freddy Rangkuti, alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matrik SWOT bertujuan untuk menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Freddy Rangkuti, 2014: 18).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pola Pemberdayaan Ekonomi Serikat Saudagar Nusantara di Medan

Sesuai dengan jargon SSN yaitu berjejaring, bertumbuh, dan berdaya, maka visi dari SSN adalah menaikkan level unit usaha yang berstatus mikro ke usaha kecil, usaha kecil naik menjadi menengah, dan usaha menengah naik ke besar. Berjejaring berarti mempertemukan para pelaku UMKM lokal dengan pelaku usaha lain yang ada di Nusantara. Ketika mereka bertemu diharapkan dapat saling betukar informasi, wawasan, dan menjalin kerjasama sehingga dapat saling melengkapi kebutuhan masing-masing. Hal ini membuat masing-masing UMKM dapat tumbuh bersama dan saling memberdayakan.

Untuk mencapai visi SSN tersebut, maka dilakukan beberapa pola pemberdayaan, yaitu:

a. Program Mentoring Bisnis Pekan Nusanantara Berdaya

Mentoring Bisnis Pekan Nusanantara Berdaya adalah forum gratis bagi masyarakat umum yang berminat di bidang bisnis dan wirausaha, baik yang ingin belajar, baru memulai ataupun sudah lama berbisnis. Konsep acara MBP berupa seminar ataupun sesi sharing oleh pembicara nasional ataupun pakar/praktisi bisnis yang sudah veteran. Mentoring Bisnis Pekan sudah rutin dilaksanakan di 60 kota dan kabupaten sebagai forum bagi para pembelajar dan pengusaha untuk berjejaring, bertumbuh dan berdaya.

b. Kopdar Saudagar Nusantara

Sebuah even yang mempertemukan para pelaku usaha baik kecil, menengah maupun besar untuk ambil bagian dalam membangkitkan perekonomian Indonesia. Dengan pertemuan ini diharapkan dapat bersinergi, berdaya dan bermanfaat dengan menghadirkan pembicara bertaraf nasional dan internasional diharapkan para pelaku UMKM semakin termotivasi untuk *meleverage* usahanya agar bisa naik kelas yang dari usaha kecil menjadi usaha menengah dan yang menengah menjadi besar.

c. Kunjungan Bisnis

Program yang diadakan oleh SSN Pusat maupun daerah dengan bentuk kunjungan bisnis member SSN maupun non member SSN dalam rangka belajar bisnis secara langsung di lapangan dengan pemilik bisnis yang dikunjungi.

Konsepnya keliling area bisnis/area produksi kemudian dilanjutkan sharing bisnis dengan pemilik bisnis tersebut.

d. Group WhatsApp

Group WhatsApp ini dibuat sebagai ajang silaturahmi sesama anggota Serikat Saudagar Nusantara. Selain itu, group tersebut berfungsi sebagai: ajang silaturahmi, sarana komunikasi, promosi usaha, sarana berbagi ilmu melalui kuliah *online*.

Pendekatan pemberdayaan pada intinya memberikan tekanan pada otonomi pengambilan keputusan dari kelompok masyarakat yang berlandaskan pada sumberdaya pribadi, langsung, demokratis dan pembelajaran sosial. Maka upaya pemberdayaan pengusaha UMKM yang dilakukan oleh Komunitas Serikat Saudagar Nusantara Medan merupakan upaya memberdayakan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan sesuatu secara mandiri atau mengandalkan kemampuannya sendiri (*al-i'timad 'ala an-nafs*).

Komunitas SSN membangun modal sosial komunitasnya sebagaimana yang dimaksudkan oleh Coleman bahwa modal sosial adalah sarana untuk menjelaskan bagaimana orang berusaha bekerja sama. SSN berupaya memberdayakan dengan mengkapitalisasi modal sosial dari anggotanya yaitu, relasi atau jaringan dan kepercayaan sesama pelaku UMKM. Mereka saling bekerjasama untuk memajukan usaha sendiri dan secara simultan juga memajukan usaha mitranya. Dalam membangun kerjasama ini, tidak ada rasa persaingan dan ingin menang sendiri. Karena keberhasilan yang hakiki adalah jika seseorang mampu membangun sinergi dan bermanfaat bagi yang lain. Kerjasama sebagaimana menurut Putnam sebagai kekuatan kolektif yang relevan bagi bekerjanya masyarakat sipil dan pembangunan sosial. Rasa kebersamaan dibangun untuk saling memberi semangat (*support*) dalam berusaha.

Jargon SSN berjejaring, bertumbuh, dan berdaya, mencerminkan keinginan SSN untuk membentuk komunitas yang dimaksud oleh Puttnam, yaitu komunitas yang berpegang pada kepercayaan (*trust*), norma dan jaringan sosial sehingga mereka dapat melaksanakan kegiatan secara lebih terkoordinasi, dan anggotanya dapat berpartisipasi dan bekerjasama secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan bersama.

Jargon berjejaring maksudnya adalah saling membangun kerjasama untuk membangun usaha masing-masing. Makna bertumbuh adalah ketika sudah terjalin kerjasama saling membangun usaha dan bermitra dengan usaha lainnya, maka usaha yang dilakoni masing-masing akan berkembang dan tumbuh. Makna berdaya ada tiga, yaitu: *pertama*, berdaya perasaannya; *kedua* berdaya pikirannya dan *ketiga*, berdaya tindakannya.

Ketika sudah terjalin kerjasama dan menjalin kemitraan, maka diharapkan usaha keduanya akan tumbuh dan berkembang, sehingga kemudian menaikkan level status usaha mereka, dari yang mikro berubah status menjadi usaha kecil, dari usaha kecil berubah menjadi usaha kelas menengah, dan dari usaha menengah beralih menjadi usaha besar. Kang Rendy selaku pendiri SSN dalam setiap mentoringnya selalu menyertakan nilai-nilai berdasarkan Islam untuk menumbuhkan etos kerja anggota komunitas SSN dan membentuk *trust* sesama mereka.

2. Hasil Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi, dalam konteks ini ditujukan untuk menilai pola pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN), sehingga diharapkan mampu meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu organisasi dan dapat menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Koordinator Serikat Saudagar Nusantara Medan, Ibu Khairunnisa, maka diperoleh data-data mengenai pola pemberdayaan ekonomi generasi milenial yang dilakukan oleh Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) Medan. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dan faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman bagi komunitas SSN. Tabel di bawah ini merupakan rekapitulasi faktor internal dan eksternal SSN Medan dalam melakukan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh komunitas tersebut selama ini.

Tabel 2. SWOT SSN Medan

Kekuatan	Kelemahan
1. Adanya <i>support</i> dari pusat sebulan sekali sehingga tidak berjalan sendiri	1. Tim SSN Medan mayoritas pekerja tetap di suatu instansi
2. Adanya bimbingan dari mentor yang ahli di bidangnya untuk membangkitkan semangat berbisnis	2. Kurangnya waktu untuk fokus pada kegiatan SSN
3. Adanya pertemuan rutin untuk menjalin ukhuwah dan <i>sharing</i> informasi	3. Kurang modal untuk menutupi biaya operasional SSN
4. Adanya semangat untuk saling bekerjasama mendukung perkembangan usaha	4. Kurangnya tenaga volunter untuk mengembangkan SSN di Medan
Peluang	Ancaman
1. Banyaknya UMKM yang butuh pembinaan	1. Pengurus SSN tidak semuanya aktif
2. Banyak instansi dan ormas yang dapat diajak kerjasama untuk melaksanakan program SSN	2. Anggota SSN tidak tercatat
3. Banyaknya fasilitas publik yang dapat digunakan	3. SSN belum terstruktur dengan baik
4. Semakin banyak anggota yang ingin bergabung	4. Semakin banyak anggota perlu koordinator yang lebih intensif

Tabel 3. Model Penghitungan Faktor Internal

Internal Strategic Factors Summary (IFAS) SSN Medan

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot* Rating	Keterangan
Kekuatan				
1. Adanya <i>support</i> dari pusat SSN	0,10	3	0,30	Adanya bimbingan dari SSN Pusat setiap bulan
2. Adanya bimbingan dari mentor yang ahli di	0,15	3	0,45	Anggota diberikan wawasan berbisnis

bidangnya untuk membangkitkan semangat berbisnis				yang baik
3. Adanya pertemuan rutin untuk menjalin ukhuwah dan <i>sharing</i> informasi	0,15	3	0,45	Pertemuan sesama anggota untuk bertukar informasi dan kemungkinan menjalin kerjasama
4. Adanya semangat untuk saling bekerjasama mendukung perkembangan usaha	0,20	4	0,80	Menumbuhkan semangat untuk saling mendukung kemajuan usaha anggota
Kelemahan				
1. Tim SSN Medan mayoritas pekerja tetap di suatu instansi	0,05	1	0,05	Tim SSN Medan mayoritas bekerja di suatu perusahaan sehingga terikat dengan kontrak kerja
2. Kurangnya waktu untuk fokus pada kegiatan SSN	0,10	2	0,20	Tidak ada waktu khusus yang disediakan untuk kegiatan SSN
3. Kurang modal untuk menutupi biaya operasional SSN	0,15	2	0,30	Biaya kegiatan masih ditanggung secara pribadi
4. Kurangnya tenaga volunteer untuk mengembangkan SSN di Medan	0,10	2	0,20	Belum banyak yang mau menjadi tenaga sukarela untuk kegiatan SSN

TOTAL	1,00		2,75	
--------------	-------------	--	-------------	--

Tabel 4. Model Penghitungan Faktor Eksternal

External Statigic Factors Summary (EFAS) SSN Medan

Faktor Eksternal	Strategis	Bobot	Rating	Skor Bobot	Keterangan
Peluang					
1. Banyaknya UMKM yang butuh pembinaan		0,20	4	0,80	UMKM banyak yang belum mengetahui manajemen usaha yang baik
2. Banyak instansi dan ormas yang dapat diajak kerjasama untuk melaksanakan program SSN		0,10	3	0,30	SSN membuka peluang bagi setiap instansi dan ormas yang ingin bekerjasama
3. Banyaknya fasilitas publik yang dapat digunakan		0,10	3	0,30	Fasilitas publik tersebar di berbagai tempat di Medan
4. Semakin banyak anggota yang ingin bergabung		0,20	3	0,60	Adanya manfaat bergabung dengan SSN yang dirasakan oleh anggota
Ancaman					
1. Pengurus SSN tidak semuanya aktif		0,10	1	0,10	SSN belum menjadi prioritas utama
2. Anggota SSN tidak tercatat		0,10	2	0,20	Saat ini belum ada pencatatan resmi tentang anggota SSN

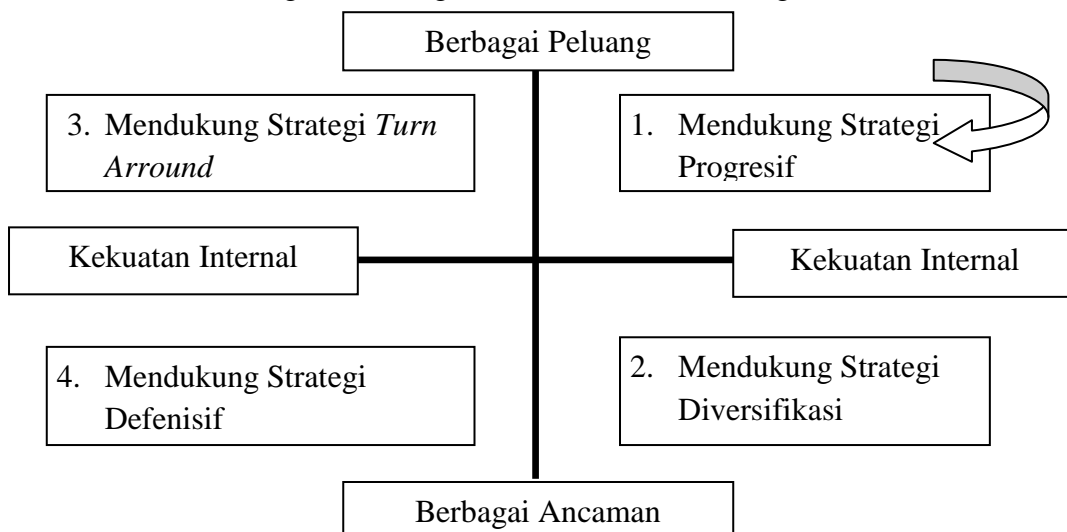
3. SSN belum terstruktur dengan baik	0,10	2	0,20	Belum ada <i>job description</i> yang jelas
4. Semakin banyak anggota perlu koordinator yang lebih intensif	0,10	2	0,20	Perlunya pengorganisasian anggota yang lebih baik
TOTAL	1,00		2,70	

Tabel 5. Hasil IFAS dan EFAS SSN Medan

Nilai			
IFAS	2,75	EFAS	2,70
Total Skor Kekuatan (S)	2,00	Total Skor Peluang (O)	2,00
Total Skor Kelemahan (W)	0,75	Total Skor Ancaman (T)	0,70
S-W	1,25	O-T	1,30

Berdasarkan nilai IFAS dan EFAS di atas dapat diketahui bahwa kondisi faktor internal berupa Total Skor Kekuatan (S) lebih tinggi dari Total Skor Kelemahan (W) atau $2,00 > 0,75$ dan kondisi faktor eksternal berupa Total Skor Peluang (O) lebih tinggi bila dibandingkan dengan Total Skor Ancaman (T) atau $2,00 > 0,70$. Berdasarkan hasil tersebut, maka pola pemberdayaan yang dilakukan oleh SSN Medan berada pada kuadran pertama, yaitu mendukung strategi progresif.

Di bawah ini gambar Diagram Analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I (positif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpotensi, 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.

2. 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.

3. Kuadran III (negatif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpotensi. 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.

4. 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 (Freddy Rangkuti: 20).

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pola pemberdayaan yang dilakukan oleh Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) Medan adalah program Monitoring Bisnis Pekanbaru (MBP) Medan Berdaya adalah forum gratis

bagi masyarakat umum yang berminat di bidang bisnis dan wirausaha, baik yang ingin belajar, baru memulai ataupun sudah lama berbisnis. Bentuk acara berupa seminar ataupun sesi *sharing* oleh pembicara nasional ataupun pakar/praktisi bisnis yang sudah veteran. Selanjutnya Kopdar Saudagar Nusantara, yaitu sebuah acara yang mempertemukan para pelaku usaha baik kecil, menengah maupun besar, dan memotivasi pengusaha UMKM untuk meningkatkan usahanya agar bisa naik kelas yang dari usaha kecil menjadi usaha menengah dan yang menengah menjadi besar. Selain kegiatan di atas, juga dilakukan kunjungan bisnis *member SSN* maupun *non member SSN* dalam rangka belajar bisnis secara langsung di lapangan dengan pemilik bisnis yang dikunjungi. Agenda kegiatan berupa keliling area bisnis/area produksi dilanjutkan *sharing* bisnis dengan pemilik bisnis tersebut.

Upaya pemberdayaan pengusaha UMKM yang dilakukan oleh komunitas SSN merupakan upaya memberdayakan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan sesuatu secara mandiri atau mengandalkan kemampuannya sendiri. Komunitas SSN berupaya memberdayakan dengan mengkapitalisasi modal sosial anggotanya yaitu relasi/jaringan dan kepercayaan sesama pelaku UMKM.

Daftar Pustaka

- Ambadar, Jacki. 2008. *Corporate Social Responsibility: CSR dalam Praktek di Indonesia*, Jakarta: Elex Media Computindo.
- Andrea, Bencsik, et. al. "Y and Z Generations at Workplaces", *Journal of Competitiveness*, Vol. 8, Issue 3, pp. 90 - 106, September 2016.
- Arsiyah, dkk. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa (Studi Kasus Pemberdayaan Masyarakat Industri Kecil Krupuk Ikan di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo)", *Jurnal Wacana*, Vol. 12 No. 2 April 2009 ISSN. 1411-0199.
- Batubara, Chuzaimah (Ed.). 2013. *Kemiskinan dan Prilaku Ekonomi Nelayan*. Medan: IAIN Press.
- Coleman, James S. 1988. "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*, Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure. pp. S95-S120.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2009. *Tesaurus Alfabatis Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Mizan.

- Echols, John M. dan Hassan Shadily. 1996. *An English-Indonesian Dictionary*, Jakarta: Gramedia.
- Fukuyama, Francis. 1997. *Social Capital*, Brasenose College, Oxford May 12, 14, and 15.
- Hanifan, L. J. "The Rural School Community Center", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 67, New Possibilities in Education (Sep., 1916), pp. 130-138.
- Harahap, Erni Febrina. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk Mewujudkan Ekonomi Nasional Yang Tangguh dan Mandiri", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 ISSN : 2086 – 5031.
- Haris, Andi. "Memahami Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Media", *Jurnal Jupiter*, Vol. XIII No.2. 2014.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>
- Keeling, Sarah. 2003. "Advising the Millennial Generation", *NACADA Journal* Volume 23 (1 & 2) Spring & Fall.
- Mustangin, dkk. "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Desa Wisata di Desa Bumiaji", *Jurnal Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, Vol. 2, No. 1, Desember 2017.
- Projono, O.S dan AMW Pranarka. 1996. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: CSIS.
- Putnam, Robert D. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", *Journal of Democracy*, January 1995, pp. 65-78.
- Putra, Yanuar Surya. "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi", *Among Makarti* Vol.9 No.18, Desember 2016, h. 123-134.
- Rangkuti, Freddy. 2014 *Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia.
- Rao, PSV Balaji dan Vijayalakshmi Urs K. "A Study on Work Values of Gen Y Workforce", *International Journal of Latest Engineering and Management Research (IJLEMR)* Volume 02 - Issue 08 || August 2017 || PP. 62-66.
- Yasmis, Sarikat Islam Dalam Pergerakan Nasional Indonesia (1912-1927), *Jurnal Sejarah Lontar* Vol. 6 No. 1 Januari - Juni 2009, h. 21-32.