

MODEL EKONOMI BERBAGI “Mobile-SECO” (PLATFORM MULTI-SIDED MARKETS) SEBAGAI EKOSISTEM SOSIO-EKONOMI ISLAM

M. Ruslianor Maika

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Email: mr.maika@umsida.ac.id

Abstract: The most disruptive business model innovation of 21st century global market place is sharing economy. The value of sharing is indispensable to unlocking ambiguity, paradox and the uncertainty of economy. Sharing economy by definition has to design socio-economic ecosystem between communities who share features of production. Sharing economy hold three core features: (1) digital platform, (2) access of ownership and (3) deeper social interaction. Mobile SECO will comes as a platform of multi-sided markets which aims to developers capturing value of socio-economic ecosystem. With that value, Mobile-SECO will helps users and developer campaign the project to be shared with all of social media, that’s what we call Mini-Campaign Platform (MCP). Hopefully, Mobile-SECO will become a platform that can attract developers to implement of fiqh muamalah as community service obligations.

Keywords: sharing economy, muamalah, socio-economic ecosystem, model bisnis, multi side markets

Pertumbuhan industri digital secara global sebesar \$1.9 triliun pada 2014 dimana pasar muslim berada diangka \$107.2 miliar atau sekitar 5.8% saja. Sedangkan pertumbuhan industri digital secara global diperkirakan mencapai \$4.3 triliun dan pasar muslim mencapai angka \$277 miliar pada tahun 2020 (Reuters, 2015). Hal ini terlihat kecil jika dibandingkan dengan jumlah penduduk muslim dunia tahun 2014 sebesar 2.08 miliar atau setara dengan 28.26% penduduk dunia (www.muslimpopulation.com), dengan asumsi semua transaksi dibagi rata jumlah penduduk muslim maka tiap penduduk hanya bertransaksi dengan nominal \$51.54 per tahun 2014.

Ada beberapa indikator dalam mengukur ekonomi Islam secara global atau dengan kata lain yaitu Global Islamic Economy Indicator (GIEI). GIEI bertujuan untuk melihat perkembangan kesehatan sektor ekonomi Islam saat ini (Reuters, 2015). Beberapa indikator yang dibobot dalam GIEI antara lain makanan halal, keuangan Islam, perjalanan halal, busana sopan, media dan rekreasi halal serta farmasi dan kosmetik halal. Dari beberapa indikator pengukuran GIEI terdapat gap pada sektor perdagangan dan pertukaran, dimana *sharing economy* memperoleh nilai “very high opportunities” untuk dikembangkan pada bidang-bidang pendidikan halal, makanan halal, perjalanan halal, pakaian sopan, seni dan desain serta farmasi dan kosmetik halal (Reuters, 2015).

Sharing economy bukanlah hal baru, sharing selalu kontras dengan kata *owning* dimana kecenderungan model ekonomi lama adalah *owning economy* mulai beralih menjadi *sharing economy* sehingga membuka ruang baru untuk hadirnya kewirausahaan baru (Kasali, 2016). Dasar sosial masyarakat Indonesia yang berhubungan erat dengan konsep “*sharing*” adalah gotong royong. Karena *sharing* adalah kerjasama atau gotong royong, maka *sharing economy* ini merupakan suatu model bisnis kerjasama dalam menghasilkan kesejahteraan melalui sebuah konsep dasar sederhana yaitu *sharing resources* sehingga mampu menciptakan nilai baru perekonomian (Kasali, 2016).

Sharing economy adalah sebuah ekosistem socio-ekonomi yang dibangun melalui sistem berbagi baik sumber daya manusia dan fisik. Hal ini termasuk berbagi karya, produksi, distribusi, perdagangan dan konsumsi barang dan jasa oleh orang yang berbeda dan organisasi (Matofska, 2016). *Sharing economy* berbeda dengan sektor ekonomi yang lain. Ada tiga besar fitur produksi dalam *sharing economy* yaitu (1) platform digital (2) akses terhadap kepemilikan dan (3) interaksi sosial (PwC, 2014).

Dalam laporan *State of the Islamic Economy tahun 2015/2016* disebutkan bahwa kerangka berpikir layanan konsumen digital secara global menggunakan 3 platform utama yaitu desktop, tablets dan mobile/

smart-phones (Reuters, 2015). Platform tersebut dalam perspektif model bisnis merupakan salah satu dari 9 blok bisnis yaitu channels. Blok channels menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dan menjangkau segmentasi pelanggannya untuk memberikan preposisi nilainya. Channels sendiri memiliki beberapa fungsi, yaitu (1) meningkatkan kepedulian pelanggan tentang pelayanan dan produk suatu perusahaan, (2) sarana pelanggan dalam mengevaluasi preposisi nilai, (3) membebaskan pelanggan untuk membeli produk dan layanan yang spesifik, (4) menghantarkan preposisi nilai kepada pelanggan dan (5) menyediakan dukungan kepada pelanggan setelah pembelian/transaksi (Osterwalder dan Pigneur, 2010).

Fitur produksi yang kedua adalah akses terhadap kepemilikan, dimana sharing economy bertujuan membuka kesempatan atas adanya "idle capacity ownership" yang bernilai secara sosial, ekonomi dan lingkungan namun kurang dimanfaatkan (Cooper dan Timmer, 2015). Salah satu contoh nyata adalah 3 in 1 di Jakarta, tujuan Peraturan Pemerintah DKI Jakarta No. 4104/2003 tertanggal 23 Desember 2003 adalah untuk mengurangi kepadatan lalu lintas pada jam tertentu yang sering menyebabkan kemacetan parah. Peraturan ini lahir dari "idle capacity ownership" di mana pemilik mobil berpenumpang 4-7 orang di Jakarta ketika melintas pada jalur-jalur macet hanya berpenumpang 1-2 orang, belum lagi ditambah jumlah penglaju atau komuter Jakarta yang pada tahun 2010 mencapai sekitar 5,4 juta orang per hari yang berasal dari wilayah penyangga Jakarta. Sehingga menurut Prayudyanto tingkat kemacetan Jakarta mencapai nilai 1,8 dimana nilai tersebut jauh diatas ambang aman perjalanan yaitu 0,8 (www.republika.co.id). Hal tersebut menyebabkan "lead time" per kegiatan per individu menjadi panjang. Bahkan sebuah studi di eropa menunjukkan data yang lebih fantastis dimana 92% waktu dihabiskan di area parkir (Demailly dan Novel, 2014), artinya ada "idle capacity ownership" berupa mobil dan waktu terbuang hanya untuk mencari lahan parkir. Di Amerika gagasan sharing economy juga muncul dari adanya "idle capacity ownership" power drill yang dirancang oleh produsen agar kuat seumur hidup namun hanya digunakan 14 menit saja per kegiatan.

Akses terhadap kepemilikan dalam *Sharing economy* cakupannya sangat luas, lebih lanjut Benita matofska menulis sharing economy meliputi aspek-aspek seperti: *swapping, exchanging, collective purchasing, collaborative consumption, shared ownership, shared value, co-operatives, co-*

creation, recycling, upcycling, re-distribution, trading used goods, renting, borrowing, lending, subscription based models, peer-to-peer, collaborative economy, circular economy, pay-as-you-use economy, wkinomics, peer-to-peer lending, micro financing, micro-entrepreneurship, social media, the Mesh, social enterprise, futurology, crowd-funding, crowdsourcing, cradle-to-cradle, open source, open data, user generated content (UGC) (Matofska, 2015).

Fitur produksi ketiga dalam sharing economy adalah interaksi sosial. Sudah dapat dipastikan platform desktop, tablets dan smartphone menciptakan sebuah interaksi sendiri dalam ekosistemnya. Smartphone User Persona Report (SUPR) yang dirilis oleh Vserv tahun 2015 tercatat 52 juta pengguna smartphone di Indonesia dimana 61% adalah pengguna yang berusia dibawah 30 tahun (usia produktif). Dalam laporan tersebut menyorot pengguna smartphone di Indonesia, dimana rata-rata menghabiskan waktu 129 menit per hari bersama smartphone miliknya (www.vserv.com). Artinya selama 129 menit per hari setiap individu meluangkan waktunya untuk berinteraksi sosial melalui gadget.

Di Indonesia kemunculan go-Jek juga menjadi sebuah pembahasan interaksi sosial sendiri baik dikalangan bisnis maupun akademisi melalui aplikasi dalam ekosistem operating system smartphone. Go-jek menjelma menjadi sebuah fenomena dalam bahasan "*sharing economy*" yang sukses di Indonesia. Go-jek berhasil mendeliver value bahwa tukang Go-jek itu sabar, terbukti dengan adanya Go-jek sedikit menggosur eksistensi ojek pangkalan yang notabene mengandalkan kedatangan konsumen alih-alih menjemput konsumen (jemput bola), akhirnya tidak heran banyak kasus GoJek yang dilabrak tukang ojek pangkalan gara-gara lewat wilayahnya si tukang ojek pangkalan ini. Namun hasil akhirnya bisa dilihat di mana Go-jek memberikan pelayanan prima sedangkan ojek pangkalan hanya memberikan layanan antar saja.

Tipe orang indonesia senang dilayani, karena pelayanan merupakan bentuk interaksi sosial di antara masyarakat. Dalam lingkup sederhana masyarakat, platform smartphone sudah menjadi sarana interkasi sosial dimana maraknya aplikasi messaging seperti WA, BBM, Line, Telegram, banyak masyarakat/komunitas membentuk grup messaging untuk berkomunikasi jarak jauh dengan berbagai pengguna smartphone lain yang tergabung dalam grup. Mulai dari grup messaging tentang belajar Agama, grup

perumahan sampai grup esek-esek dibentuk untuk menjalin interaksi sosial dimasyarakat/komunitas.

Begitulah sharing economy yang menjadi fenomena masyarakat belakangan ini yang menurut lembaga Boston Consulting Group adalah sebagai “*The most disruptive business model innovation of 21st century global market place*” (Bert, Collie, Gerrits dan Xu, 2016). Untuk menjadi ekosistem Android dan Apple yang mendobrak pasar teknologi dan model sharing economy Go-Jek yang mendobrak ekonomi model ojek pangkalan menjadi layanan prima, perlu adanya sebuah platform sharing economy dengan kaidah-kaidah muamalah yang mengatur di dalamnya untuk meningkatkan pasar ekonomi Islam melalui sharing economy yang “*very high opportunities*”, karena model ekonomi islam dengan kaidah-kaidah muamalahnya merupakan model terbaik.

Namun Jika dalam banyak tulisan atau penelitian ekonomi Islam menyebutkan bahwa ekonomi Islam merupakan solusi alternatif dalam memecahkan kebuntuan ekonomi atau merancang ekonomi baru, maka penulis kali ini menyatakan bahwa ekonomi Islam adalah satu-satunya jalan hidup berekonomi yang sempurna dan paripurna. ALLAH *Azzawajala* berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 3 dimana potongan ayatnya menyebutkan “...pada hari ini telah Ku-sempurnakan untuk kamu Agamamu, dan telah Ku-cukupkan untukmu Nikmat-Ku, dan telah Kuridhai Islam menjadi Agamamu...”. Ayat ini menurut para ulama merupakan ayat yang menjelaskan bahwa agama Islam telah sempurna dan paripurna serta tidak ada satu syariat pun yang tertinggal sepeninggalnya Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihiwasallam* dan sudah barang tentu syariat tentang berekonomi atau sharing economy telah ada baik berupa aturan atau contoh transaksi. Sehingga tugas generasi selanjutnya adalah memegang teguh erat-erat, mengkaji dan mengaplikasikannya.

Hadist yang diriwayatkan dari al-‘Irbâdh bin Sâriyah *radhiyallâhu ‘anhu* bahwa Rasulullah *shallallahu ‘alaihiwasallam* berkata: “Aku wasiatkan kepada kalian agar tetap bertakwa kepada Allah, tetaplah mendengar dan taat, walaupun yang memerintah kalian adalah seorang budak dari Habasyah. Sungguh, orang yang masih hidup di antara kalian sepeninggalku, niscaya ia akan melihat perselisihan yang banyak, maka wajib atas kalian berpegang teguh dengan Sunnahku dan Sunnah Khulafaur Rasyidin yang mendapat petunjuk. Peganglah erat-erat dan gigitlah dia dengan gigi geraham kalian. Dan jauhilah oleh kalian setiap perkara yang baru (dalam agama),

karena sesungguhnya setiap perkara yang baru itu adalah bid‘ah, dan setiap bid‘ah itu adalah sesat.” Hadist ini menunjukkan kepada ummat Rasulullah *shallallahu ‘alaihi Wasallam* bahwa agama adalah nasihat, Rasulullah *Shalallahu ‘Alaihi Wassalam* bersabda yang artinya, “Agama itu adalah nasihat, agama itu adalah nasihat, agama itu adalah nasihat. Mereka (para Sahabat) bertanya: ‘Untuk siapa, wahai Rasulullah?’ Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wasallam* menjawab: ‘Untuk Allâh, Kitab-Nya, Rasul-Nya, pemimpin kaum Muslimin atau Mukminin, dan bagi kaum Muslimin pada umumnya.’” Artinya kebuntuan, kekacauan ekonomi yang terjadi hari ini akibat para pemimpin dan kaum muslimin lupa akan kesempurnaan agama ALLAH *Azzawajala* dan suri tauladan yang baik pada diri Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wasallam*. Karena ekonomi Islam bukan Alternatif sehingga bisa disandingkan atau dibandingkan dengan konsep ekonomi lain, maka umat Islam tidak perlu mencari alternatif solusi, karena solusi itu sudah disediakan oleh ALLAH *Azzawajala* melalui syariatnya. Menurut Yusuf Al-Qaradhawi apabila ALLAH *Azzawajala* telah mengharamkan sesuatu maka ada pula solusi halal atas sesuatu yang haram, misalnya ALLAH *Azzawajala* mengharamkan Riba, namun memberikan solusi yang halal yaitu jual beli.

Berdasarkan paparan diatas sebuah rancangan *platform sharing economy* yang besar untuk menampung segala bentuk transaksi muamalah menjadi tantangan dan kebutuhan yang wajib untuk menjawab “*very high opportunities*” dan kecilnya porsi ekonomi islam dan industri digital. Sebuah platform yang di dalamnya terdapat akses *ownership* dengan cakupan yang luas seperti yang telah disebutkan Benita *matofska*, fiturnya produksinya seperti yang telah disebutkan oleh PwC, serta transaksinya sesuai dengan hukum-hukum atau kaidah-kaidah Fiqh Muamalah. Namun dalam tulisan ini tetap memiliki batasan-batasan di mana, hanya konsep membahas model bisnis *platform* saja, pengembangan atas platform tersebut menjadi hak penuh pengembang (*developer*) *platform* dalam membentuk transaksi muamalah.

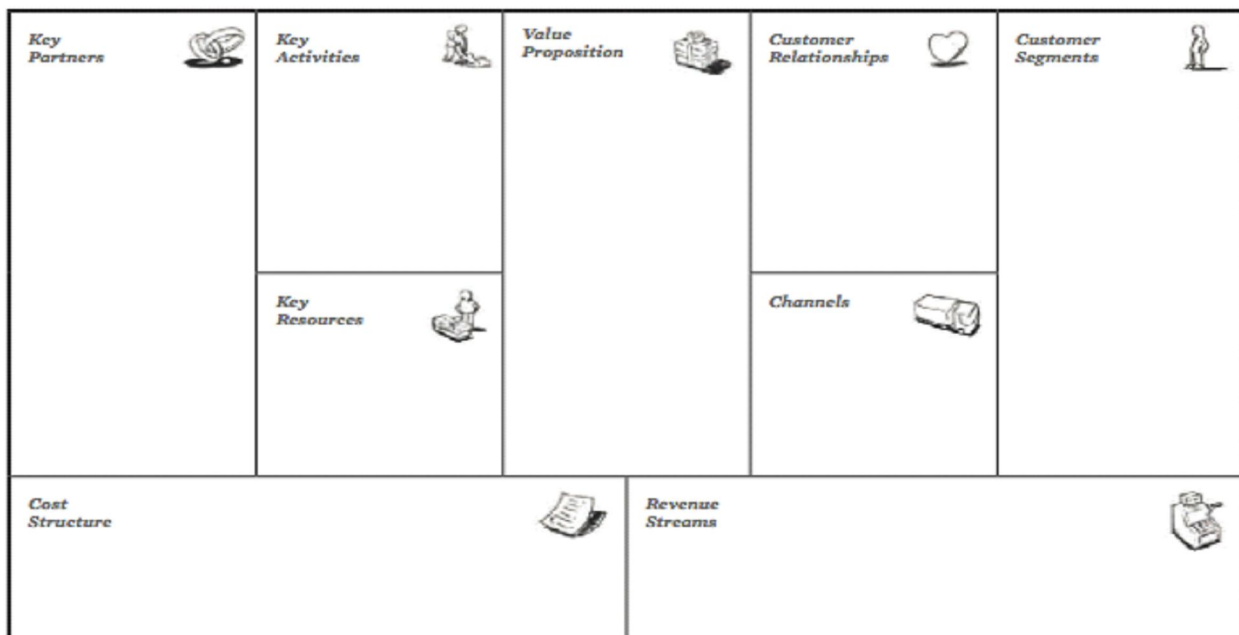
Adapun tujuan dari penelitian ini adalah pertama, merancang platform Mobile-SECO menggunakan metode design thinking dan kedua, menggambar dengan jelas model bisnis Mobile-SECO menggunakan Business Model Canvas dan ketiga, memberikan ruang yang lebih luas kepada pengembang platform untuk menciptakan ekosistem sosio-ekonomi

masyarakat dalam rangka penerapan muamalah sebagai kewajiban pengabdian kepada masyarakat.

METODE

Jenis data yang digunakan dalam perancangan platform ini adalah data sekunder, di mana data sekunder yang umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Moloeng, 2004). Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penulisan ini adalah: (1) Studi pustaka, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian; (2) Dokumenter, Studi dokumentasi dilakukan dengan jalan membaca laporan-laporan penulisan sebelumnya serta artikel yang diakses dari internet, buku maupun jurnal yang sesuai dengan permasalahan. Pada metode ini penulis hanya memindahkan data yang relevan dari suatu sumber atau dokumen yang diperlukan; (3) Ideation, pemetaan model bisnis, merancang model bisnis baru dan inovatif sangat dibutuhkan dalam proses kreatif untuk menghasilkan banyak ide model bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2010); (4) Brainstorming, sebuah pendekatan kreatif dalam membangun ide dan solusi yang diperoleh selama proses pembentukan ide (Amborse dan Haris, 2010). Kesuksesan Brainstorming dapat dilihat dari suasana bebas tanpa kritik untuk menggali ide kreatif atau solusi alternatif tanpa batas.

The Business Model Canvas



Gambar 1. Business Model Canvas

Setelah data terkumpul, selanjutnya teknik berikutnya adalah merancang model bisnisnya menggunakan model bisnis kanvas. Model bisnis menjelaskan secara rasional bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai tambah. Model bisnis kanvas terdiri dari 9 elemen yaitu segmen nasabah, proporsi nilai, channels, hubungan nasabah (pembeli), aliran pendapatan, sumberdaya utama, aktifitas utama kemitraan utama dan struktur biaya sebagaimana tergambar di bawah ini (Osterwalder dan Pigneur, 2010).

PEMBAHASAN

Design

Design adalah sebuah proses berulang dan design thinking adalah sebuah sistem cara berpikir dimana solusi yang berbeda dapat dihasilkan pada setiap laporan dan dapat berbeda pula secara luas tergantung tingkat kreatifitas, kepraktisan dan biaya (Amborse dan Haris, 2010). Bersedia dan bahkan antusias menerima kendala persaingan adalah dasar dari pemikiran design (Brown, 2009). Setiap manager membutuhkan design. Bisnis tidak bisa tumbuh tanpa design (Liedtka dan Ogilvie, 2011). Tahap-tahap awal proses design sering kali menggali kendala mana yang sangat penting dan membangun kerangka berfikir untuk mengevaluasinya. Kendala-kendala tersebut dapat dengan baik di gambarkan dalam tiga kriteria

yang saling terkait satu sama lain yaitu: (1) *feasibility* (apa yang kemungkinan fungsional dalam waktu dekat); (2) *viability* (apa yang mungkin menjadi bagian dari model bisnis yang berkelanjutan); dan (3) *desirability* (apa yang masuk akal untuk individu dan masyarakat) (Brown, 2009).

Design proses melalui beberapa tahapan proses yaitu ide, prototipe, pemilihan dan implementasi. Dalam tiap tahapannya memerlukan “*design thinking*” sendiri, sehingga kreatifitas dalam design sangat diperlukan untuk menciptakan sebuah aktifitas ekonomi dengan tambahan nilai lebih. Proses design adalah proses mencari dan menghasilkan sebuah solusi yang mungkin dan memanfaatkan berbagai macam teknik atau mekanisme sehingga mendorong partisipan untuk berpikir “*out of the box*” dalam pencarian solusi kreatif dan inovatif.

Pendekatan yang digunakan adalah *design thinking* berupa ideation dan brainstorming. Kedua pendekatan tersebut dilakukan dengan melakukan wawancara iteratif dengan berdiskusi dan sharing untuk suatu kepentingan yang sama menggali model *platform sharing economy* muamalah di masyarakat dengan tujuan memberikan keleluasaan pengguna platform dalam menghasilkan konsep produk/jasa baru yang mendahului apa yang terpikirkan pada saat itu oleh masyarakat sebagai objek platform itu sendiri.

Platform

Platform adalah sebuah tempat bertemu dan interaksi bagi pelanggan dan biasanya pertemuan dan interaksi terjadi antara dua pelanggan yang saling tergantung (Eisenmann, Parker dan Alstyne, 2006). Banyak industri yang populer dengan model operasi “*multi-sided markets*”, bisnisnya melayani grup pelanggan yang berbeda-beda yang memiliki kebutuhan satu sama lain. Lain halnya dengan model *platform shopping malls*, model tersebut membangun model *multi-sided market* di mana pengembang mereka membuat platform yang dapat menarik baik merchant dan pelanggan. Sama halnya dengan pengembang perangkat lunak yang membuat layanan bagi pengembang aplikasi dan pengguna (*users*).

Platform yang sukses adalah *platform* yang mampu mengkatalis sebuah siklus yang baik; semakin banyaknya permintaan dari satu grup pengguna (*users*) akan memacu lebih dari yang lain (Eisenmann, Parker dan Alstyne, 2006). Contohnya, semakin banyak pengembang aplikasi *platform android* (satu grup pengguna) mengembangkan aplikasi berbasis

android, semakin banyak (kelompok pengguna lainnya) membeli Android seri terbaru.

Salah satu fitur dalam *sharing economy* adalah platform digital atau *software platform*. *Sharing economy* islami yang sukses membutuhkan sebuah *software platform* dalam rangka memfasilitasi pasar aplikasi muamalah sehingga mampu memperluas jangkauan dan mengurangi kanal biaya yang tidak efektif. *Software platform sharing economy* Islam dibangun menggunakan proses design thinking yang berkelanjutan.

Semisal model Zakat, di mana pengembang Mobile-SECO platform akan merancang sebuah proyek penyaluran Zakat, proyek tersebut akan di publikasikan melalui platform Mobile-SECO. Melalui Go-MAAL para pengembang platform akan merancang kampanye pengumpulan dana zakat kepada para Muzaki diseluruh Indonesia yang terdaftar sebagai pengguna di Mobile-SECO untuk menyalurkan dana Zakatnya kepada para Mustahik. Sebelumnya pengembang platform akan menyiapkan profile para Mustahik yang dapat dilihat dalam Mobile-SECO platform. Diharapkan pengguna (Muzaki) akan ikut berinteraksi dengan para pengembang untuk merancang pengembangan proyek model Zakat yang baru dengan paradigma yang baru dengan harapan standart penilaian Zakat dalam dokumen Zakat Core Principles yang didalamnya terdapat standat penilaian Zakat yaitu ACR (*Allocation to Collection Ratio*) dapat diterapkan dengan baik.

Sulit akal sehat dapat menerima sebuah penelitian yang dilakukan oleh IRTI di mana menyebutkan bahwa potensi zakat di Indonesia diperkirakan mencapai 217 Triliun Rupiah, namun penerimaan zakat pada akhir tahun 2015 hanya mencapai 6,3 miliar Rupiah di mana tingkat efektifitas penyaluran dana Zakat, Infak dan Shadaqah sampai dengan bulan Desember 2015 hanya 26,91% (Baznas, 2015). Untuk itu *platform sharing economy* Islam ini harus mampu mengkatalis siklus muamalah dengan baik.

Muamalah

Bagi para ulama yang menaruh perhatian besar pada fikih muamalah, salah satu hal yang penting untuk diketahui adalah kaidah-kaidah dan prinsip-prinsip yang mengatur fikih tersebut (Qaradhawi, 2010). Dalam menetapkan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah tersebut diperlukan nash-nash Al-Quran dan sunnah yang dapat digunakan menjadi rujukan penetapan, selain itu diperlukan pula pengetahuan maksud-

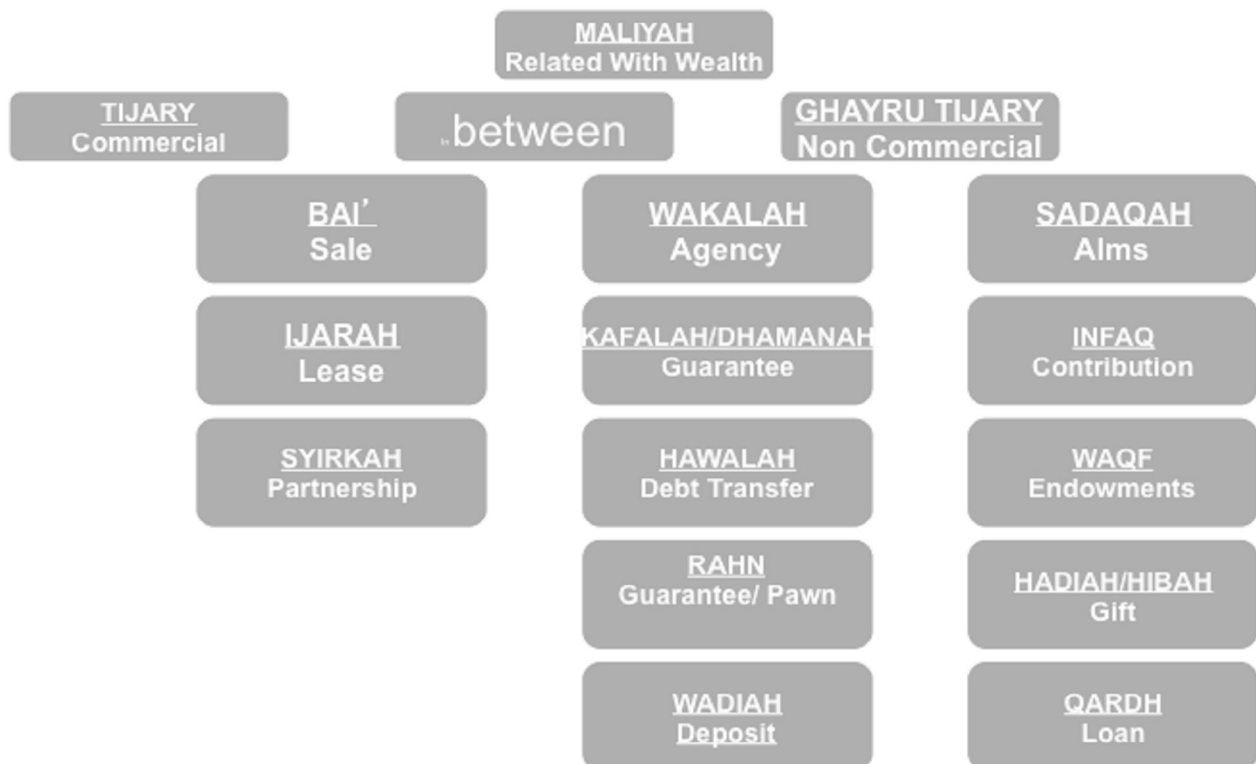
maksud perihal harta benda yang dimaksud dalam Islam dalam penetapan hukum halal dan haramnya.

Hukum asal fikih muamalah adalah mubah kecuali telah ada dalil tentang pelarangannya. Ini berbeda dengan ibadah, yang pada dasarnya ditetapkan hukum ibadah itu dilarang sampai ada suatu nash dari ALLAH *Subhanallahuta'ala*. Karenanya dalam ibadah ALLAH *Subhanallahuta'ala* berperan sebagai pembuat dan peletak dasar kegiatannya dan Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihiwasallam* adalah sebagai bukti nyata contoh bagaimana pelaksanaan ibadah yang sesuai nash yang telah ditetapkan oleh ALLAH *Subhanallahuta'ala*. Sedangkan dalam muamalah merupakan salah satu bagian dari hukum Islam, hal ini sesuai dengan uraian yang diungkapkan bahwa muamalah merupakan bagian dari hukum Islam, yaitu hal yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat berkenaan dengan kebenaran dan kewajiban. Dalam hal ini lah ALLAH *Subhanallahuta'ala* menghadirkan hukumnya untuk memperbaiki, membina dan meluruskan; menetapkan kaidah-kaidah; menerangkan maksud; menjelaskan syarat-syarat; menampakkan metode; melestarikan yang benar dan sesuai dengan maksud-maksudnya dan menghapuskan yang bertentangan dengannya (Qaradhawi, 2010). Salah satu surat dalam Al-Quran yang menggambarkan dengan jelas konsep fikih

muamalah adalah surat An-Nisa' ayat 29 dimana ALLAH *Subhanallahuta'ala* "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu...."

Secara garis besar berdasarkan kerangka berpikir *sharing economy* yang berkaitan dengan fikih muamalah adalah yang terkait dengan harta benda dan kepemilikan. Dalam hal harta benda dan kepemilikan, fikih muamalah dapat dibagi menjadi tiga yaitu muamalah komersil, muamalah non komersil dan diantara keduanya. Muamalah komersil sendiri terbagi lagi dalam tiga pokok besarnya yaitu jual beli (*Bai'*), sewa (*Ijarah*) dan perkongsian (*syirkah*). Lebih jelasnya pembagian muamalah dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.

Ribuan tahun yang lalu penerapan model *sharing economy* dalam bentuk fikih Muamalah telah dimiliki oleh Islam. Konsep-konsep *sharing economy* sangat erat kaitannya dengan Muamalah, misalnya Wakaf tunai berupa uang, dimana hasil penelitian menunjukkan 51,94% responden yakin bahwa wakaf tunai bisa meningkatkan perekonomian (Beik, 2013). Wakaf merupakan institusi sosial keagamaan yang cukup penting dalam pengembangan kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi, pendidikan, dan kebudayaan (Lubis,



Gambar 2. Pembagian Muamalah yang Terkait dengan Harta Benda dan Kepemilikan

2013). Melalui wakaf tunai berupa uang, Wakif (pemberi wakaf tunai) membagi kemampuan keuangannya kepada Mauquf ‘Alaih (Yang Diberi Wakaf) dalam rangka pemberdayaan ekonominya. Tercatat di masa Daulah Ustmaniyah pertama kali memulai sistem wakaf untuk tujuan peningkatan ekonomi. Dana wakaf juga sebetulnya dapat menghindarkan para nasabah industri keuangan konvensional untuk hijrah kepada sistem keuangan berbasis syariah, dimana dana wakaf digunakan untuk mengambil alih hutang ummat yang terjerat Riba sehingga bisa berhijrah kepada jalan ALLAH.

Sharing Economy

Sharing economy adalah transaksi *peer-to-peer* yang dilakukan secara digital melalui media internet. Pengembang *sharing economy* menjelaskan bahwa perusahaan dan platform yang mereka tawarkan menggunakan sebuah teknologi sehingga tidak hanya menawarkan penghematan dan kenyamanan tapi juga menawarkan efisiensi sumber daya dan memperluas pendapatan bagi para penyedia jasa.

Platform menjadi sebuah ekosistem bagi setiap model *sharing economy* untuk berkembang dimana di dalamnya terdapat semangat ekonomi gotong royong. Dalam sudut pandang perekonomian, dasar gotong royong muncul dari *sharing of human and physical resources*. Seperti halnya model bisnis www.investree.id merupakan model bisnis *sharing economy*, *investree* menyediakan platform layanan keuangan berbasis teknologi dengan tujuan mempertemukan orang lain yang ingin mendanai dan orang lain yang ingin meminjam.

Berbeda dengan *Investree*, *Mobile-SECO* tidak sekedar sebuah layanan keuangan berbasis teknologi, *Mobile-SECO* adalah *platform* tempat para pengembang proyek *sharing economy* berbasis syariah mengembangkan sebuah socio economic ecosystem. Semisal pengembang membuat proyek mudharabah (butuh modal) sebuah Warung Makan disebuah Desa, pengembang proyek melakukan kampanye melalui *platform* dan sosial media untuk mengajak para Mudharib (pemodal) melakukan investasi pada warung makan tersebut dimana setiap bulan akan dilaporkan hasil penjualan di warung makan dan dilakukan pembagian hasil kepada para mudharib. Pada akhirnya industri pasar modal UMKM akan terbentuk dan membentuk sebuah ekosistem ekonomi berbagi melalui *Mobile-SECO platform*, tempat di mana para pengembang proyek dapat mengkatalis sebuah siklus

pasar modal yang baik. UMKM Go-Online dapat bersinergi dengan pasar modal menjadi suatu ekosistem ekonomi yang didalamnya terdapat interaksi sosial antara penggunanya, dengan harapan blok ke sepuluh yang oleh Benita Matofska disebut sebagai Future menjadi terwujud yaitu sistem ekonomi yang berkelanjutan.

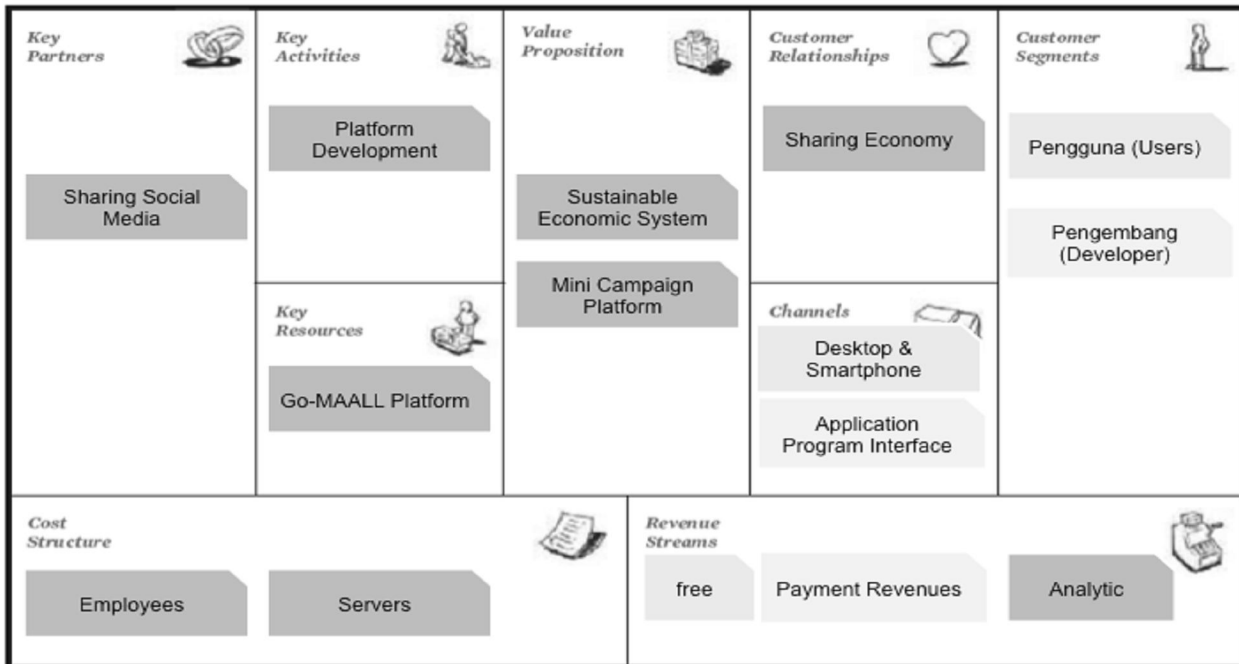
MODEL BISNIS KANVAS “MOBILE-SECO”

Sebagaimana telah banyak dibahas diatas, model bisnis *Mobile-SECO* adalah model bisnis platform dimana di dalamnya akan dibangun sebuah proyek-proyek berbasis Muamalah. Para pengembang proyek ditantang untuk menciptakan sebuah interaksi sosial yang didalamnya terdapat kegiatan ekonomi dengan metode berbagi, harapannya setiap proyek akan membuat ekosistem masing-masing demi tercapainya sistem ekonomi yang berkelanjutan. Untuk lebih jelasnya, model bisnis *Mobile-SECO* akan di gambar dan dideskripsikan dalam sebuah kanvas karya Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur tahun 2010 dalam bukunya “*Business Model Generation*” terbitan John Wiley & Sons, Inc.

Model bisnis kanvas terdiri dari 9 blok bangunan yang digunakan untuk merancang model bisnis. Adapun blok bangunan yang digunakan akan dijelaskan sebagai berikut (Osterwalder dan Pigneur, 2010): (1) *Customer Segment*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan kepada siapa Bank membuat sebuah nilai dan siapa nasabah yang paling penting; (2) *Value Proposition*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan nilai apa yang diberikan kepada nasabah? Tipe masalah nasabah seperti apa yang dipilih untuk dipecahkan? Kebutuhan nasabah seperti apa yang akan dipuaskan? Apa bundel produk dan jasa yang ditawarkan untuk setiap segmen nasabah?; (3) *Channels*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan bagaimana Bank berkomunikasi dan menjangkau segmen nasabah untuk *deliver value proposition*; (4) *Customer Relationship*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan tipe hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan segmen nasabah; (5) *Revenue Streams*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan arus kas sebuah perusahaan yang menghasilkan dari setiap segmen nasabah (biaya harus dikurangkan dari pendapatan untuk menciptakan laba); (6) *Key Resources*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan/menggambarkan aset/*resources* yang paling penting yang dibutuhkan untuk membuat sebuah model bisnis dapat

berjalan; (7) *Key Activities*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan hal/kegiatan yang paling penting bagi perusahaan untuk membuat model bisnis dapat berjalan; (8) *Key partnership*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan/menggambarakan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat berjalan; dan (9) *Cost Structure*: merupakan *building blocks* yang menjelaskan/menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

sesuai kaidah-kaidah dan prinsip-prinsip muamalah. Apabila telah disetujui oleh dewan syariah maka para pengembang (*developer*) memulai sebuah kampanye blogging untuk kemudian disebarluaskan melalui media sosial. Pihak pengembang melalui proyek tersebut memungkinkan kepada para penggunanya untuk berbagi sumberdaya pribadi yang dimilikinya. Peran pengembang (*developer*) sangat penting dalam pembentukan ekosistem di mana tugasnya memberikan ruang eksklusif bagi para pemilik sumber daya dan



Gambar 3. Model bisnis kanvas M-SECO

Mobile-SECO adalah Socio-Economic Ecosystem (SEE) and Mini-Campaign Platform (MCP). Memungkinkan kepada para penggunanya masuk ke dalam sebuah system sosial-ekonomi yang menjadikan sumberdaya pribadi sebagai peluang untuk berbagi. Selain itu memungkinkan pula kepada para pengguna (*users*) dan pengembang (*developer*) untuk melakukan sebuah kampanye sosial melalui media sosial kepada prospek users dan developer untuk ikut menciptakan ekosistem ekonomi baru berbasis syariah sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat. Semua kegiatan SEE dan MCP dapat dilakukan melalui desktop website dan aplikasi desktops, tablets dan smartphone.

Ketika para pengembang (*developer*) memulai proyek baru SEE melalui API dari Mobile-SECO, pengembang akan memulainya dengan skema transaksi muamalah, dewan syariah Mobile-SECO akan memulai melakukan pengkajian proyek tersebut

orang yang membutuhkan sumberdaya tersebut dapat bertemu, sebelumnya pengembang (*developer*) menyeleksi, menganalisis, model “*sharing resources*” agar para penerima resources memperoleh resources yang tidak hanya berkualitas namun tepat guna.

Dengan semakin banyaknya proyek yang dikembangkan oleh para pengembang (*developer*) maka basis pengguna *platform* akan semakin banyak, meskipun secara *revenue* pengguna *platform* tidak dikenakan biaya atau *free* namun Mobile-SECO platform mengenakan biaya atau resources platform yang digunakan oleh pengembang (*developer*). Semakin populer proyek yang diajukan oleh pengembang (*developer*) maka akan semakin menambah basis pengguna yang otomatis akan menambah pendapatan daripada Mobile-SECO platform.

Mobile-SECO merupakan contoh dari sebuah multi sided market. Mobile-SECO membangun sebuah *platform* ekosistem. Selanjutnya Mobile-SECO

API’s menawarkan kepada para pengembang (*developer*) membangun sebuah proyek *sharing economy*. Mobile-SECO platform mengintegrasikan platformnya dengan berbagai sosial media sebagai wadah tidak hanya bagi para pengembang untuk berkampanye atas proyeknya, namun juga dapat digunakan oleh para pengguna untuk berkampanye kepada calon pengguna agar dapat berpartisipasi dalam proyek tersebut.

Tidak hanya sampai disitu, MOBILE-SECO platform juga menyediakan sebuah analisa informatif bagi para calon pengguna platform untuk mengetahui mana-mana saja proyek *sharing economy* yang prospektif serta berkualitas. Sebagaimana yang telah difirmankan oleh ALLAH Subhanallahuta’ala yang artinya “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” [Al-Ma’idah: 2]. Karena analisa ini menjadi penting untuk terus meningkatkan kinerja bagi para pengembang (*developer*) sehingga terlihat jelas *key perfoma index* dari tiap-tiap pengembang. Adapun apabila terdapat pengembang yang performanya kurang berkualitas maka pihak Mobile-SECO berhak membina dan atau memberhentikan proyek tersebut demi kebaikan kepada para pengguna.

KESIMPULAN

Mobile-SECO adalah platform tempat dimana sebuah ekosistem sosial ekonomi diciptakan oleh para pengembang aplikasi muamalah. Platformnya menyediakan ruang bagi para pengembang dalam rangka tanggung jawab pengabdian kepada masyarakat. Tidak hanya membentuk sebuah ekosistem, platform mobile-SECO dapat pula menjadi alat kampanye bagi para pengembang (*developer*) dan pengguna (*user*) untuk memperkenalkan proyek muamalahnya kepada calon pengguna dan pengembang lainnya. Semakin banyak pengembang (*developer*) aplikasi muamalah maka akan semakin besar pula basis pengguna (*user*) dari platform mobile-SECO. Semakin populer sebuah aplikasi muamalah dengan menggunakan analisa yang disediakan oleh platform maka akan semakin menambah basis pengguna (*users*) dari masing-masing aplikasi muamalah. Maka sinergitas antara pengguna (*users*) dan pengembang (*developer*) melalui interaksi sosial di dalamnya, akan pula semakin

meningkatkan nilai ekonomi platform Mobile-SECO. Apa yang diharapkan oleh model bisnis *sharing economy* yang menjadi masa depannya adalah *sustainable economic system*, dapat terwujud melalui platform Mobile-SECO.

DAFTAR RUJUKAN

- Ambrose, Gavin and Paul Haris. 2010. *Design Thinking*. Ava Publishing SA.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. 2010. *7 Kaidah Utama Fikih Muamalah*. Pustaka Al-Kautsar.
- Baznas. 2015. Laporan Bulan Desember.
- Beik, Irfan Syauqi. 2013. *Mengoptimalkan Wakaf Uang Bagi Pengembangan UMKM*. Republika.
- Bert, Julien, Brian Collie, Marco Gerrits, and Gang Xu. 2016. *What’s Ahead for Car Sharing?* Boston Consulting Group.
- Brown, Tim. 2009. *Change By Design*. Harpercollins Publisher.
- Cooper, Rosemary and Vanessa Timmer. 2015. *Local Governments and The Sharing Economy*, <http://www.localgovsharingecon.com/>
- Demailly, Damien and Anne-Sophie Novel. 2015. *The Sharing economy; make it sustainable?*. www.iddri.org, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/05/05/083203426/.Five.In.One.Ini.yang.Membuat.Sharing.Economy.Menjadi.Besar>
- <http://www.republika.co.id/berita/ramadhan/mereka-berpuasa/11/07/25/lovo72-menyikapi-kemacetan-lalu-lintas-di-bulan-ramadhan>
- <http://www.rhenaldkasali.net/2016/05/beda-sharing-dan-sharing-economy/>
- <http://www.vserv.com/infographic-smartphone-user-persona-report-supr-2015-indonesia/>
- Lubis, Deni. 2013. *Pengelolaan Wakaf oleh Ormas di Indonesia*. Republika.
- Liedtka, Jeanne and Tim Ogilvie. 2011. *Designing for growth*. Columbia Business School Publishing.
- Moleong, Lexy, J. 2004. *Model Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, Alexander and Yves Pigneur. 2010. *Business Model Generation*. John wiley and sons.
- PwC. 2014. *The sharing economy: how will it disrupt your business?*
- Thomson Reuters and Dinar Standart. 2016. *State of the Islamic economy report 2015/2016*. Dubai the capital of Islamic economy.
- Thomas Eisenmann, Geoffrey Parker, and Marshall W. Van Alstyne. 2006. *Strategies for Two Sided Markets*. Harvards Business Review.
- www.muslimpopulation.com
- www.thePeopleWhoShare.com
- www.investree.id