BAB IV

ANALISIS STRATEGI PONDOK PESANTREN SUNAN DRAJAT DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN BRANDING SEBAGAI PONDOK KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP JIWA KEWIRAUSAHAAN SANTRI

A. Analisis dan Pembahasan Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam Mengimplementasikan *Branding* Sebagai Pondok Kewirausahaan dan Implikasinya terhadap Jiwa Kewirausahaan Santri

Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa agama dan ekonomi merupakan dua hal yang berbeda, jika berbicara tentang ekonomi maka tidak bisa digabungkan dengan membicarakan agama, karena agama menuntut keihlasan yang biasanya diartikan sebagai bentuk ketidakberharapan terhadap keuntungan sedangkan ekonomi selalu di hubungkan dengan masalah keuangan, keuntungan dan pamrih. Sehingga jika kita berbicara pesantren seolah olah tidak ada hubungannya dengan masalah ekonomi, lebih lebih jika kita membahas masalah keagamaan yang lebih mendalam.

Padahal dua masalah ini adalah dua mata uang yang tidak bisa dipisahkan, Seperti hadist rasulullah yang berbunyi :

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : كَادَ الفَقْرُ أَنْ يَكُوْنَ كُفْرًا

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari Anas bin Mâlik Radhiyallahu anhu bahwa Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Hampir saja kefakiran (kemiskinan) itu menyebabkan kekafiran.

Masalah kemiskinan bukan hanyalah masalah keduniawian saja akan tetapi juga masalah yang terkait dengan kebahagian lahir dan batin, seperti yang tersirat dalam surah adh-dhuha yang berbunyi :

وَوَجَدَكَ عَآئِلًا فَأَغْنَىٰ ﴿٨﴾

Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang kekurangan, lalu Dia memberikan kecukupan. (Q.S Adh-Dhuha::8)[1]

Bahkan orientalis barat pun masih mengakui tentang peran agama dalam perekonomianseperti yang diugkapkan Wallace bahwa, agama akan mempunyai fungsi berupa “obat” yang dapatmengurangi kegelisahan, memantapkan kepercayaan akan eksistensi diri serta memberikan oreintasi hidup lebih panjang.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pesantren sebuah komunitas peradaban yang tidak hanya mengurusi soal *ukhrowiyāh* tetapi juga *duniawiyāh*. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya pesantren yang mulai berkecimpung dalam perekonomian. Pondok pesantren merupakan lembaga yang potensial untuk bergerak ke arah ekonomi berbasis rakyat, sebagaimana kekuatan yang terbukti dimilikinya. Disamping sebagai lembaga

[1]Departemen Agama Ri, Al-Qur’an dan Terjemah(Bandung: CV Penerbit J-ART, 2004),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan, pesantren sebenarnya punya andil yang cukup besar dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya bagi masyarakat menengah kebawah yang berada disekitar pesantren.

Hal tersebut juga relevan dengan apa yang diungkapkan oleh Benny Siswanto (Kepala Kanto Perwakilan Bank Indonesia ProvinsiJawaTimur) dalam acara launching inkubator bisnis pesantren "besarnya potensi kapasitas perekonomian yang dimiliki oleh pondok pesantren melalui kepemilikan tanah yang luas dan produktif, berkembangnya teknologi, serta banyaknya jumlah santri mendorong kapabilitas pesantren untuk mendukung pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Namun, hingga saat ini masih banyak pondok pesantren yang belum sepenuhnya menyadari adanya potensi ekonomi yang dapat dioptimalkan".

Lebih lanjut, Beny menuturkan program inkubator bisnis pesantren berbasis syariah ini merupakan cikal bakal untuk menciptakan santri entreprenuer. Targetnya santri entreprenuer ini bisa menjadi mandiri dan mampu mengembangkan usahanya sesuai syariat agama, sehingga bisnis secara etika bisa memberikan keuntungan yang bermanfaat."Dalam launching inkubator bisnis ini, para santri di pesantren akan mendapat materi edukasi serta praktek bisnis yang berbasis syariah, mereka akan dididik untuk menjadi wirausaha muda yang menjunjung tinggi nilai syariah,"[2]

---

[2]Go Muslim, *Realisasikan Potensi Wirausaha Santri, BI Luncurkan Inkubator Bisnis Syariah di Pesantren*http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/10/13/1787/realisasikan-potensi-wirausaha-santri-bi-luncurkan-inkubator-bisnis-syariah-di-pesantren.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu pondok pesantren yang menjadi *pilot project* dalam inkubator tersebut adalah Pondok Pesantren Sunan Drajat, terpilihnya Pondok Pesantren Sunan Drajat tersebut dikarenakan keberhasilan pondok pesantren dalam menerapkan kemandirian pesantren. Dimana dalam Pondok Pesantren Sunan Drajat tidak hanyaterdapatlembaga lembaga pendidikan saja tetapi juga terdapat unit-unit usaha yang berguna untuk menyokong kemajuan pesantren.

Pondok Pesantren Sunan Drajat mempunyai lebih dari 12.000 santri, banyak santri maupun warga sekitar pesantren yang bekerja dalam pesantren dari berbagai sektor. Mulai dari memasok jajanan santri ke kantin, kasir di toserba, tenaga pendidik, *dry cleaning*, penjahit, dll.

Alasan mendasar kenapa Pondok Pesantren Sunan Drajat harus berwirausaha karena, untuk berjuang semuanya membutuhkan uang dan tidak bisa hanya mengandalkan uang iuran para santri/siswa setiap bulan. Uang hasil usaha digunakan untuk pengembangan sarana pondok, sedangkan uang yang diambil dari santri untuk keperluan kesehatan, listrik, dan pelaksanaan program belajar mengajar. Disamping itu, status pesantren sebagai lembaga *independen* yang tidak bisa menggantungkan nasib pada pemerintah.

Dengan berbagai jenis usaha yang dimiliki, menjadikan Pondok Pesantren Sunan Drajat mendapatkan *brand* sebagai pondok kewirausahaan dari Menteri Pertanian pada tahun 2004. Dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan tersebut Pondok Pesantren Sunan Drajat menyusun beberapa strategi agar tujuan yang di ingginkan bisa tercapai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara garis besar ada empat tahapan pada *branding* diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi obyek *branding.*

   Menurut Zamakhsyari Dhofier unsur – unsur yang terdapat di dalam pesantren yakni : kyai, santri dan pendidikan,[3] melalui tiga unsur yang terdapat dalam pesantren tersebut Pondok Pesantren Sunan Drajat mengidentifikasi strategi apa yang efektif untuk mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan, dan bagaimana implementasi dari strategi tersebut ke dalam 3 hal tersebut.

2. Pengukuran potensi popularitas awal obyek *branding*

   Setelah menetapkan obyek *branding,* Pondok Pesantren Sunan Drajat mengukur potensi tiap elemen yang telah dijadikan obyek *branding,* sebagai berikut:

   a. Kiai

   Ibarat dua sisi mata uang jika melihat hubungan antara pesantren dan kiai. Keduanya satu sama lain tidak dapat dipisahkan, tidak mungkin ada pesantren tanpa ada kiai, begitu pula sebaliknya keberdaan kiai pasti memiliki pesantren. Kiai – ulama adalah penentu langkah pergerakan pesantren, ia sebagai pemimpin masyarakat, pengasuh pesantren dan sekaligus sebagai ulama'. Sebagai seorang ulama'- kiai berfungsi sebagai pewaris nabi yakni mewarisi apa saja yang dianggap ilmu oleh

[3]Zamakhsari Dhofier, *Tradisi Pesantren (Studi Pandangan Hidup tentang Kiai)*, (Jakarta : LP3ES, 1994), 44-55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

para nabi, baik dalam bersikap , beerbuat dan contoh- contoh atau teladan baik (*al-ūswāh al-hasānāh*).

Dalam tradisi kita, kiai-ulama bertindak sebagai figur sentral ditengah masyarakat segala ucapan, perbuatan dan tingkah lakunya dijadikan soko guru oleh umat. Dengan demikian keunikan kepemimpinan kiai-ulama Pondok Pesantren Sunan Drajat dapat dipandang sebagai potensi yang bernilai ekonomis.

Setidaknya ada tiga hal yang dapat dijadikan kelebihan dari kiai-ulama' melalui personal *branding* yang diiliki oleh kiai-ulama diantaranya : pertama dengan menjual figur kiai-ulama karena kedalaman ilmu yang dimilki. Figur seorang kiai-ulama merupakan magnet tersendiri bagi calon santri, wali santri dan masyarakat untuk menimba ilmu. Kedalaman ilmu K.H Abdul Ghofur inilah yang menjadi awal potensi ekonomi Pondok Pesantren Sunan Drajat terbangun.

Hal tersebut tidak berarti komersialisasi ilmu, melainkan sudah seharusnya orang – orang yang berilmu mendapatkan penghargaan walaupun tidak berupa materi. Meskipun potensi berasal dari figur seorang kiai-ulama maka pemanfaatan potensi tersebut juga untuk kemaslahataan pondok pesantren.

Kedua, seorang kiai-ulama adalah tokoh panutan masyarakat dan pemerintah. Ketokohan seorang kiai-ulama ini memunculkan sebuah kepercayaan dan dari kepercayaan melahirkan akses. Ketiga, seorang kiai-ulama sebelum membangun sebuah pondok pesantren telah mandiri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara ekonomi yaitu sebagai pengusaha dan sebagainya. Dalam hal ini Pondok Pesantren Sunan Drajat memanfaatkan kharisma K. H Abdul Ghofur dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan, dimana kharisma dalam pengertian luas menunjuk pada "daya tarik" pribadi yang ada pada seorang pemimpin.

a. Santri

Potensi kedua yang melekat pada pondok pesantren adalah santri. Seoramg alim hanya bisa disebut kiai bilamana memiliki pesantren dan santri yang tinggal dalam pesantren untuk mempelajari kitab- kitab klasik. Santri sering mempunyai potensi / bakat bawa'an yang dapat dikembangkan, dibina kemudian dilatih.

b. Pendidikan

Keunikan pondok pesantren terletak pada sistem pendidikannya yang integral, dimana model pendidikan khas pondok pesantren dipadukan dengan model pendidikan modern. Disamping disiplin ilmu agama yang ditekuni didalam pesantren juga mempelajari ilmu umum lainnya.

3. Jika unsur- unsur simbol telah diputuskan maka pelaku *branding* mulai mempersiapkan panggung drama atau lokasi sosial dimana unsur – unsur simbol akan ditayangkan ke ruang interaksi sosial.

Dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan, Pondok Pesantren Sunan Drajat mengimplementasikannya kedalam tiga aspek pesantren yang telah diintegrasikan dengan kewirausahaan sesuai kapasitasnya masing- masing. Sebagaimana berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Kiai

Dalam pengajian yang dipimpin oleh K.H Abdul Ghofur beliau sering menyelipkan materi – materi, motivasi, cerita tentang kewirausahaan seperti mengenai ayat-ayat Al Qur'an dan hadis-hadis Nabi menunjukkan bahwa mayoritas dalil-dalil tersebut menyebutkan kata "dunya" diletakkan didepan kata "akhirat".

وَمِنْهُم مَّن يَقُولُ رَبَّنَآ ءَاتِنَا فِى ٱلدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِى ٱلْأَخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ ٱلنَّارِ

٢٠١

Dan di antara mereka ada orang yang bendoa: "Ya Tuhan Kami, berilah Kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah Kami dari siksa neraka".(Q.S Al- baqoroh:201)[4]

Hal ini bermakna kita harus selalu berusaha agar hidup didunia bahagia sejahtera serta dapat membantu mensejahterakan hidup oramg lain. Dapatkah diperoleh hidup bahagia dan sejahtera bila hidup dalam kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan? Dapatkah membayar zakat atau menuanaikan haji kalau dlaam keadaan miskin? Tentu sulit karena itu seharusnya umat Islam selalu berusaha untuk menjadi orang

[4]Departemen Agama Ri, Al-Qur'an dan Terjemah(Bandung: CV Penerbit J-ART, 2004),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kaya, dan untuk kaya jadilah pengusaha karen 9 dari 10 pintu rezeki itu berdagang,[5]

تِسْعَةُ أَعْشَارِ الرِزْقِ فِي التِّجَارَةِ.(HR. Ibrahim Al-Harbi)

Dapat diambil kesimpulan bahwa untuk bisa meraih akhirat maka keduniawian tidak boleh ditinggal. Ketika hal duniawi telah diraih maka akhirat akan mudah diraih.hal ini bisa dijadikan jembatan untuk bisa mendekatkan diri kepada Allah.

Dari pengajian yang dilakukan oleh K. H Abdul Ghofur banyak santri yang terinspirasi dan termotivasi untuk menjadi pengusaha seperti beliau, yang mana selain sukses berdakwah juga beliau sebagai pengusaha sukses yang dapat memberikan manfaat kepada sesama manusia seperti hadits Nabi

عن جابر قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: خَيْرُ النـاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنـاسِ

Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia" (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutn)

b. Santri

Dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan Pondok Pesantren Sunan Drajat cenderung menggunakan metode *learning by doing* (belajar dengan melakukan), dimana para santri dilibatkan dalam praktik lapangan unit -unit usaha yang ada dalam pesantren. Selainitu di Pondok Pesantren Sunan Drajat

[5]Biyati Ahwarumi (Kepala Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat), *Wawancara,* , 16 September 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga diadakan pelatihan, seminar – seminar tentang kewirausaahaan, sehingga santri tidak hanya mendapatkan materi agama saja, tetapi santri juga mendapatkan materi ketrampilan.

c. Pendidikan

Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan Pondok Pesaantren Sunan Drajat dengan cara pengintegrasian kedalam kurikulum pendidikan, hal tersebut terbukti dengan adanya jurusan-jurusan yang terdapat dalam SMK Sunan Drajat seperti, terdapatnya jurusan Teknika Kapal Niaga yang mana ketika siswa sudah mumpuni bisa bergabung ke dalam perusahaan Pondok Pesantren Sunan Drajat yaitu pembuatan kapal " Santosa Marine".

Disamping pengintegrasian kedalam lembaga formal, untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan santri dengan pendidikan non formal yaitu dengan pelatihan Pelatihan yang pernah dilakukan diantaranya adalah pelatihan pembuatan garam yang sampai sekarang berkelanjutan menjadi unit usaha pesantren. Dalam penyelenggaraan seminar maupun pelatihan penggurus tidak mempunyai jadwal khusus dalam penyelenggaraanya, namun dalam setahun sekali dalam acara haul pondok pesantren banyak para santri yang ikut berjualan mulai dari berjualan minuman, makanan ringan, buku, gantungan kunci/ pin sampai membuaka bazar rumah makan mini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

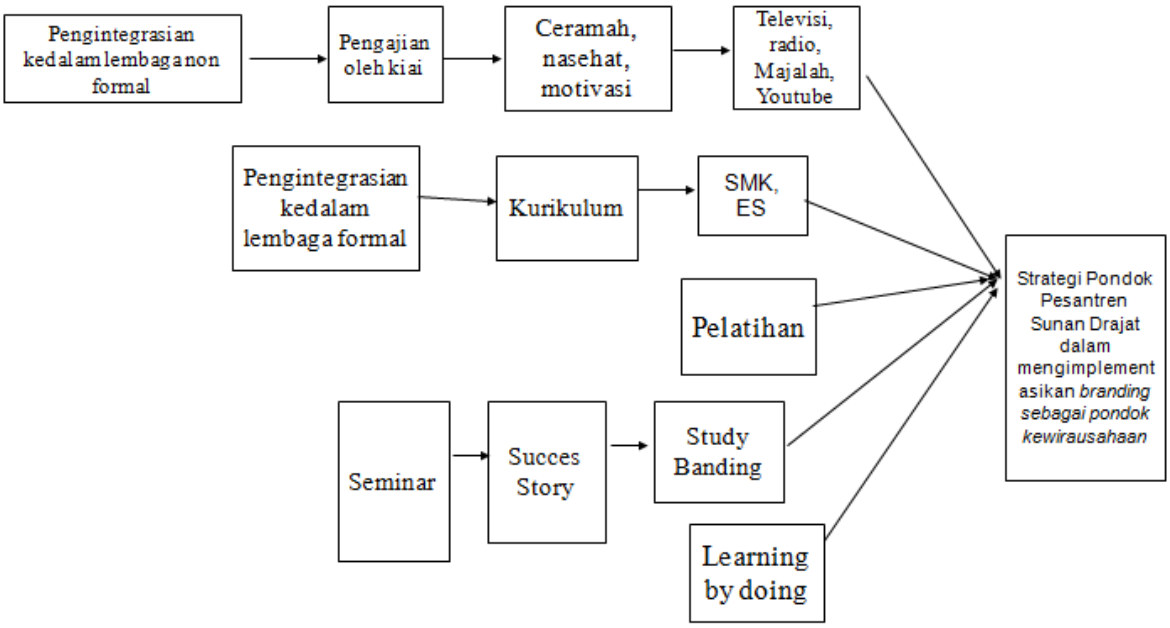
4. Setelah panggung drama diputuskan dan siap, maka pelaku *branding* harus menentukan metode *branding* , apakah metode publisitas atau iklan.

   Dalam hal ini Pondok Pesantren Sunan Drajat memilih metode publisitas, yang mana metode publisitas adalah informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan oleh media massa, karena informasi itu memiliki nilai berita. Publisitas merupakan sebuah metode yang tidak dapat terkontrol, dalam penempatan pesan di media massa karena sumber tidak membayar media untuk memuat berita yang bersangkutan.

Dari Penjelasan diatas dapat diimpulkan bahwa strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa banyak cara ata ustrategi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai Pondok kewirausahaan, darikelimastrategi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sunan Drajat yang paling berpenggaruh terhadap jiwa kewirausahaan santri adalah pengajian oleh kiai.

Penggajian yang dilakukan oleh kiai sangat berpengaruh terhadap jiwa kewirausahaan santri mengingat dimana kiai menjadi sentral dari sebuah pesantren dan memiliki charisma tersendiri, selain itu seringnya pegajian dan sasaran dari pengajian itu sendiri membuat ia menjadi berpenggaruh dalam membentuk jiwa kewirausahaan santri

Lembaga Formal disini juga berpengaruh namun tidak sebesar pengajian yang dilakukan oleh kiai, hal itu dikarenakan tidak semua lembaga formal terdapat materi yang berbasis kewirausahaan hanya lembaga SMK dan INSUD (Institut Pondok Pesantren Sunan Drajat) saja yang terdapatmateri kewirausahaan.

Pelatihan dan seminar juga berpenggaruh, tetap ikarena agenda seminar dan pelatihan tidak terstruktur dan terkadang peserta terbatas membuat ia kurang berpenggaruh dalam meninggkatkan jiwa kewirausahaan santri.

Hal itu pula juga senada dengan strategi *learning by doing* yang kurang berpenggaruh dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan, terbatasnya waktu yang dimiliki oleh santri Pondok pesatren Sunan Drajat dan tidak seimbangny aantara jumlah santri dengan unit usaha pesantren membuatsantri kurang bisa ikut terjundalam unit bisnis pesantren.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2
Implikasi implementasi *branding* sebagai pondok kewiraausahaan terhadap jiwa kewirausahaan santri.

Nama	Kategori
M. Rif'an	Pengajian Oleh kiai dan pelatihan
ShofiArba'atulAzifah	Pengajian oleh kiai
Dina Amelina	Lembaga Formal (kurikulum)
Ismail Sahri	Pengajian oleh kiai dan learning by doing
M.zainulAbidin	Pengajian oleh kiai
Nadziroh	Lembaga formal (kurikulum)
RahmaSafitri	Lembaga Formal (Kurikulum)
ThoriqHidayatullah	Pengajian oleh kiai dan pelatihan
Syahid	Pengajianoleh kiai
KusumaWardhani	Pengajian oleh kiai

B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Pengimplementasian *Branding* sebagai Pondok Kewirausahaan

Analisis faktor pendukung dan penghambat bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengimplementasian *branding* sebagai pondok kewirausahaan dan implikasinya terhadap jiwa kewirausahaan santri, baik faktor internal maupun faktor ekstenal. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan metode SWOT (*Strenght - Weakness – Opportunities – Threats).*

Analisis SWOT merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan dalam menginterpretasikan wilayah, khususnya pada kondidi yang ondisi yang sangat kompleks dimana faktor internal dan eksternal memegang peranan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang sangat penting. Analisis SWOT digunakan untuk dapat menetapkan tujuan secara lebih realistis dan efektif, serta merumuskan strategi dengan efektif pula. Dengan berlandaskan SWOT, tujuan tidak akan menjadi terlalu rendah atau terlalu tinggi. Dengan analisis SWOT akan diketahui kekuatan dan kesempatan yang terbuka sebagai faktor positif dan kelemahan serta ancaman yang ada sebagai faktor negatif.

TABEL 4.3

Analisis SWOT Faktor Penghambat dan Pendukung Pengimplementasian *Branding* sebagai Pondok Kewirausahaan

Internal / Eksternal	Kekuatan (*Strenght*) 1. Terdapatnya berbagai macam jenis usaha dengan berbagai bidang yang berbeda 2. Terlibatnya santri dalam penggelolaan unit usaha pesantren 3. Dukungan penuh dari pengasuh Pondok Pesantren	Kelemahan (*Weakness*) 1. Kurangnya kesadaran santri mengenai *enterpreneur* 2. Padatnya jadwal kegiatan santri
Peluang (*opportunity*) *1.* Adanya kerjasama dengan pihak luar *2.* Tingginnya semangat *enterpreneur*	Strategi SO 1. Tumbuh dan berkembangnya jenis usaha yang baru 2. Lahirnya *enterpreneur – enterpreneur baru*	Strategi WO 1. Memfasilitasi dan menjamin kemudahan untuk bekerjasama 2. Mengintegrasikan kurikuum kewirausahaan di berbagai lembaga formal
Ancaman (*Threaths*) 1. Banyaknya orang tua yang belum mengetahui pentingnya berwirausaha 2. Tumbuh dan berkembangnya jenis usaha yang baru	Strategi ST 1. Mengadakan sosialisasi tentang pentingnya berwirausaha 2. Melakukan inovasi – inovasi dalam berwirausaha	Strategi WT 1. Peningkatan pembinaan santri dan orang tua santri tentang wirausaha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah menentukan isu – isu strategi, untuk menentukan kestrategisan suatu isu dilakukan pengujian dengan Litmus Tes. Pengujian tersebut dilakukan dengan mengajukan pertanyaan – pertanyaan yang kemudian diberi bobot nilai. penilaian terhadap satu point faktor adalah dengan membandingkan tingkat kepentingannya dengan point faktor lainnya Nilai bobot dengan jumlah bobot total adalah bernilai 1.

Cara ini dilakukan untuk memperlihatkan besarnya pengaruh setiap elemen aspek internal maupun eksternal dalam penentuan strategi pengembangan. Menghitung skor masing-masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengeruhi penilaian terhadap point faktor lainnya. Pilihan rentang besaran skor sangat menentukan akurasi penilaian namun yang lazim digunakan adalah dari 1 sampai 4, dengan asumsi nilai 1 berarti skor yang paling rendah dan 4 berarti skor yang peling tinggi.

Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan dan peluang) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, jika kelemahannya besar sekali nilainya adalah 4, sedangkan jika kelemahannya kecil nilainya adalah 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.4

Analisis SWOT dengan metode IFAS dan EFAS

No	STRENGTH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.	Terdapatnya berbagai macam jenis usaha dengan berbagai bidang yang berbeda	0,10	4	0,40
2.	Terlibatnya santri dalam penggelolaan unit usaha pesantren	0,10	4	0,40
3	Dukungan penuh dari pengasuh Pondok Pesantren	0,075	3	0,225
	Total Kekuatan	0,275	11	1,025
No	WEAKNESS	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.	Kurangnya kesadaran santri mengenai *enterpreneur*	0,075	3	0,225
2.	Padatnya jadwal kegiatan santri	0,050	3	0,15
	Total Kelemahan	0,8	6	0,375
Selisish Total Kekuatan – Total Kelemahan = 1,025 – 0,375 = 0,65				

No,	OPPORTUNITY	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.	Adanya kerjasama dengan pihak luar	0,10	4	0,40
2.	Tingginnya semangat *enterpreneur*	0,075	3	0,225
	Total Peluang	0,175	7	0,625
No.	TREATH	SKOR	BOBOT	TOTAL
1.	Banyaknya orang tua yang belum mengetahui pentingnya berwirausaha	0,075	3	0,0225

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.	Tumbuh dan berkembangnya jenis usaha yang baru	0,050	3	0,15
	Total Tantangan	0,125	6	0,0375
Selisih Total Peluang – Total Tantangan = 0,375 – 0,0375= 0,3375				

Selanjutnya nilai bobot dan rating dari masing-masing elemen dikalikan dengan besarnya faktor internal yang terdiri dari aspek kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang ada pada setiap unsur sehingga dapat ditentukan besarnya faktor internal (sumbu x) dan faktor eksternal (sumbu y).

x = Kekuatan - Kelemahan

= 1,025 – 0,375

= 0,65

y = Peluang - Ancaman

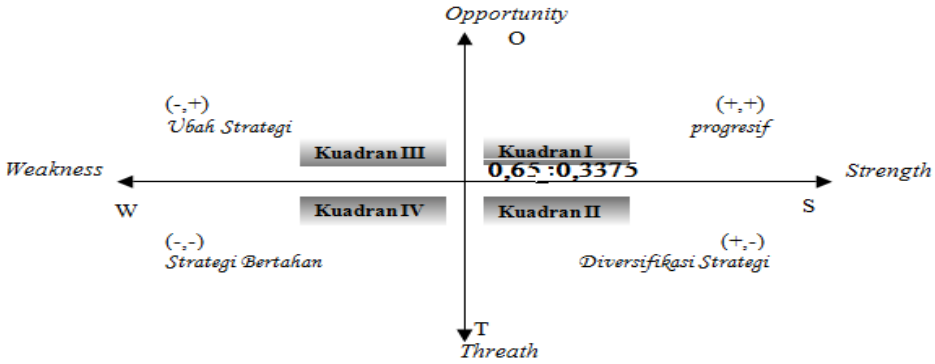
= 0,375 – 0,0375= 0,3375

= 0,3375

Dari hasil identifikasi faktor–faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihatt pada gambar:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.1 Diagram SWOT



Berdasarkan hasil penilaian di atas terlihat bahwa posisi Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajad dalam mengimplementasikan *branding* terletak pada posisi kuadran I dengan titik koordinat (0,65; 0,3375). Kuadran ini merupakan situasi yang menguntungkan. Pondok Pesantren Sunan Drajat memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id