# STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI LINGKUNGAN PONDOK PESANTREN AL-MASHDUQIAH DESA PATOKAN KECAMATAN KRAKSAAN KABUPATEN PROBOLINGGO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

#### **SKRIPSI**

Oleh:

DYAH AYU FITRIANI

NIM: G94216160



# UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

#### PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**SURABAYA** 

2020

#### PERNYATAAN KEASLIHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama

: Dyah Ayu Fitriani

NIM

: G94216160

Fakultas/Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Pondok Pesantren

Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam

Prespektif Ekonomi Islam

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa, skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 3 Maret 2020

Saya yang menyatakan



NIM G94216160

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dyah Ayu Fitriani NIM. G94216160 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 3 Maret 2020

emblmbing

Hanafi Adi Putranto, Si, SE, M.Si

NIP. 198209052015031002

#### PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Dyah Ayu Fitriani NIM. G94216160 ini telah dipertanggungjawabkan di depan Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan diterima sebagai salah satu pernyataan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I,

Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si

NIP. 198209052015031002

Penguji II,

Deasy Tantriana, MM

NIP. 198312282011012009

Penguji III

Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil, I

NIP. 197510162002121001

Rianto Anugerah Wicaksono M SF

MIP. 19850822201903 1011

Surabaya, 17 Maret 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

A Arifin M M

NIP.196212141993031002



# KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:			
Nama : Dyah Ayu Fitrian			
NIM : 699716160			
Fakultas/Jurusan: FEBI / Excononi Syariah.			
Fakultas/Jurusan: FEBI / Francisi Syariah.  E-mail address: dyaliayurtikriani. 1097@gmail. Com			
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:  Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (			
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara <i>fulltext</i> untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.			

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2. Desember-2020

Penulis

Dyah Ayu Fifriani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di

Lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan

Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam Perspektif Ekonomi Islam" ini merupakan

penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi

kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah mengembangkan ekonomi kreatif,

diantaranya: fashion dan kuliner yang telah dibangunnya. Yang mana tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa ekonomi kreatif yang ada di

Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini guna untuk pengembangan ekonomi kreatif

tersebut dengan menggunakan SWOT.

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah Kualitatif, dan merupakan

penelitian lapangan (Field Reseach) Penelitian ini menggunakan deskriptif Kualitatif

yang memanfaatkan data primer dan sekunder dengan melakukan wawancara kepada

karyawan dan para ustadzah di Pondok Pesantren, metode yang digunakan dalam

pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian adalah bahwa ada beberapa yang harus dikembangkan dari

setiap sub sektor ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dan

memiliki peluang besar untuk pengembangan tersebut dari segi produksi ataupun

pemasaran yang akan dilakukan. Dalam perspektif ekonomi Islam pengembang ekonomi

kreatif tersebut telah memenuhi dari segi ekonomi rabbani, ekonomi kemansuiaan,

ekonomi akhlak sampai pada ekonomi keseimbangan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Ekonomi Kreatif, Pesantren

νi

#### **DAFTAR ISI**

SAM	PUL DALAM	ii
PERI	NYATAAN KEASLIHAN	iii
PERS	SETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENO	GESAHAN	v
ABST	ΓRAK	vi
KAT.	A PENGANTAR	vii
DAF	TAR TABEL	xi
<b>DAF</b>	TAR GAMBAR	xii
DAF	TAR TRANSLITERASI	xiii
BAB	I PENDAHULUAN	1
A.	Latar Belakang	1
В.	Identifikasi dan Batas Penelitian	
C.	Rumusan Masalah	
D.	Tujuan Penelitian	7
E.	Manfaat Penelitian	7
F.	Tinjauan Pustaka	9
G.	Definisi Operasional	11
H.	Metode penelitian	19
I.	Sistematika Penulisan	24
BAB	II LANDASAN TEORI	26
A.	Manajemen Strategi	26
В.	Strategi Dalam Perspektif Islam	27

C.	Tinjauan Ekonomi Kreatif	!9
D.	Indikator Ekonomi Kreatif	5
E.	Analisis SWOT	7
F.	Konsep Ekonomi Islam	1
BAB	III GAMBARAN UMUM	8
A.	Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Al-Mashduqiah	8
В.	Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah6	1
C.	Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah	51
D.	Kegiatan-Kegiataan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah 6	52
E.	Program-Program Pengembangan dan Ekstrakurikuler di Pondok Pesantren A	1-
Ma	ıshduqiah6	52
F.	Ekonomi Kreatif di Pondo <mark>k P</mark> esantren Al-Mashduqiah	
G.	Penyajian Data Indikator Ekonomi Kreatif	59
Н.	Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Ekonomi Kreatif di Pesantren 8	30
I.	Identifikasi Peluang dan Ancaman Ekonomi Kreatif di Pondok Pondok A	1-
	shduqiah8	
BAB	IV HASIL ANALISIS 9	2
Α.	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Analisis SWOT di Lingkunga	an
	ndok Pesantren Al-Mashduqiah9	
В.	Analisis Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Ekonom	ni
Isla	am	
BAB	V PENUTUP	5
A.	KESIMPULAN11	5
В.	SARAN11	5
DAE	TAD DUCTAKA	_

#### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Informan		
Tabel 2 Matriks SWOT	39	
Tabel 3 Matrisk IFAS EFAS	40	
Tabel 4 Struktur Organisasi	61	
Tabel 5 Produk-Produk Ekonomi Kreatif	64	
Tabel 6 Produksi Ekonomi Kreatif	72	
Tabel 7 Harga Produksi.	77	
Tabel 8 Analisis SWOT Konveksi	93	
Tabel 9 Matrisk IFAS Konveksi	95	
Tabel 10 Matrisk EFAS Konveksi	96	
Tabel 11 Analisis SWOT Pada Pabrik Roti dan Air	98	
Tabel 12 Matriks IFAS Pada Pabrik Roti dan Air	99	
Tabel 13Matriks EFAS Pada Pabrik Roti dan Air	100	
Tabel 14 Analisis SWOT Koperasi Pondok Pesantren	102	
Tabel 15 Matriks IFAS KOPPONTREN	103	
Tabel 16 Matriks EFAS KOPPONTREN	104	
Tabel 17 Analisis SWOT Pabrik Tahu Tempe	105	
Tabel 18 Matriks IFAS Pabrik Tahu Tempe	107	
Tabel 19 Matriks EFAS Pabrik Tahu Tempe	107	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Observasi	23
Gambar 2 Gambaran Umum Pondok	58
Gambar 3 Konveksi	65
Gambar 4 Pabrik Roti dan Air	66
Gambar 5 Pabrik Tahu dan Tempe	67
Gambar 6 Koperasi Pondok Pesantren	68
Gambar 7 Proses Produksi Konveksi.	73
Gambar 8 Tempat Produksi Pabrik Roti dan Air	74
Gambar 9 Tempat Produksi <mark>T</mark> ah <mark>u</mark> dan Te <mark>mpe</mark>	75
Gambar 10 Koperasi Pondok Pesantren	75

#### **BABI**

#### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pondok Pesantren identik dengan mencetak kader umat yang mampu menjadikan para santrinya menjadi seorang Kyai, ahli Al-Qur'an dan hadist, da'i, pembaca kitab, ustadz dan ustadzah. Namun, pada saat ini Pesantren harus mampu mencetak kader-kader baru untuk menumbuh kembangkan serta menerapkan ilmu pengetahuan yang berbasis ekonomi dan bukan hanya mengembangkan ilmu-ilmu agama saja.

Pesantren adalah tempat dimana para santri ataupun santriwatinya mengenyam pendidikan keIslaman, mempelajari hukum-hukum Islam, dan kitab-kitab klasik yang diberikan oleh sang guru besar, yaitu : fiqh, shorf, nahwu, balagoh ataupun kitab-kitab klasik lainnya. Pada perkembangan era saat ini Pondok Pesantren tidak hanya harus mengembangkan ilmu agama saja, tetapi harus mengembangkan jiwa kewirausahaan terdapat dalam keahlian masing-masing santri dengan adanya perubahan zaman modern ini Pondok Pesantren dituntut untuk menjadikan para santrinya serta menampung segala aspirasi dan ide kreatif yang dimiliki untuk menjadi seorang pengusaha seperti Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi seorang saudagar kaya di usianya yang masih 12 tahun.

Pada tahun 2006, ekonomi kreatif ramai diperbincangkan oleh kalangan pemerintahan yang mana dipimpin oleh Susilo Bambang Yudhoyono sebagai Presiden republik Indonesia, menyambut ekonomi kreatif sebagai gelombang

keempat yang mengedepankan ide kreatif dan inovatif, gelombang pertama diduduki oleh ekonomi pertanian, ekonomi industri menjadi gelombang kedua, dan gelombang ekonomi informasi menduduki gelombang ketiga.

Memasuki tahun 2009 pengembangan ekonomi kreatif telah digencarkan dengan tujuan untuk mengkoordinasikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di berbagai lembaga. Dan pada tahun 2011 telah di bentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, tetapi pada tahun 2015 telah di bentuk Badan Ekonomi Kreatif.

Badan ekonomi kreatif mempunyai visi yang sangat bagus untuk bisa menjadikan Indonesia menjadi negara maju, yang mana visi tersebut menjadikan ekonomi kreatif kekuatan untuk ekonomi Indonesia. Dengan kemampuan yang kita miliki, kreatifitas yang kita miliki itu menjadi power untuk meningkatkan 16 subsektor tersebut.

Dalam misinya badan ekonomi kreatif mempunyai 3 misi yang harus dijalankan, (1) mendorong penumbuhan usaha baru kreatif, yang mana misi pertama ini berbagai macam usahanya sekecil apapun usahanya bekraf akan selalu mendukung dan mendorong untuk para kreator muda termasuk santri. (2) meningkatkan nilai tambah produk kreatif dalam perekonomian nasional, (3) menghasilkan produk unggulan ekonomi kreatif yang dikenal dan digemari di pasar global.

Indonesia akan menjadi negara maju dengan adanya dukungan dari masyarakat ataupun pemerintah untuk mengembangkan ekonomi kreatif bagi setiap insan yang menginjakkan kakinya di tanah Indonesia, dan setiap insan harus mempunyai imajinasi ataupun mimpi yang tinggi untuk mewujudkan visi Indonesia menjadi Negara maju.

Faktor pertama yang akan memajukan Indonesia adalah sumber daya manusia yang terdapat di dalamnya yang mampu mempunyai ide-ide kreatif untuk mengembangkan berbagai kegiatan ekonomi, termasuk memaksimalkan pengembangan ekonomi kreatif di berbagai kalangan.

Ekonomi kreatif memiliki banyak manfaat ataupun peluang yang sangat besar bagi diri kita sendiri begitupun masyarakat sekitar untuk memberikan lapangan kerja mengurangi pengangguran ataupun mensejahterakan masyarakat sekitar.

Pengembangan ekonomi kreatif membutuhkan ide-ide kecil dari para masyarakat, mahasiswa, bahkan para santri-santri yang mampu mengembangkan pertumbuhan ekonomi secara dinamis, semua umat yang bernafas dan berakal adalah seorang yang kreatif pada bidangnya masing-masing, seorang penyanyi mempunyai kreatifitas dalam pembuatan lirik lagu ataupun Nada yang digunakan, bahkan kota dan desa mempunyai khas tersendiri dalam menentukan kreatifitasnya dari segi produk bahkan wisata yang disediakan, tergantung sumber daya manusia seperti apa yang mengelola desa/kota tersebut

Pengembangan ekonomi kreatif terdapat 16 subsektor<sup>1</sup>, diataranya : (1) Desain Interior (2) Fotografi (3) Desain Produk (4) Desain Komunikasi dan Visual (5) Aplikasi dan Game Developer (6) Film, Animasi dan Video (7)

\_

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> https://gekraf.com diakses pada tanggal 1 November 2019

Arsitektur (8) Musik (9) Televisi dan Radio (10) Seni Pertunjukan (11) Seni Rupa (12) Periklanan (13) Penerbitan (14) Kriya (15) Kuliner (16) Fesyen .<sup>2</sup>

Di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah mengembangkan sebagian dari subsektor ekonomi kreatif, diantaranya:

- Subsektor fashion, di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah mengembangkan fesyen dengan adanya konveksi yang dimilikinya yang memproduksi berbagai macam baju dan kerudung untuk calon santri dan santriwati.
- Subsektor musik, kaitannya dengan rekaman suara yang mana di Pondok ini telah mengembangkan bakat santri dengan adanya youtobe yang memberdayakan santri untuk melakukan rekaman atau tren lagu sesuai arus zamannya.
- Subsektor Video, kegiatan kreatif yang dilakukan Pondok Pesantren dalam bidang ini adalah membuat video profil Pesantren, dan video kegiatankegiatan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- 4. Subsektor Kuliner, di Indonesia sendiri subsektor ini memiliki kontribusi yang sangat besar untuk negara sekitar 30%, dan begitupun di Pondok Al-Mashduqiah telah mengembangkan berbagai macam produk seperti air mineral, roti dan berbagai makanan yang tersedia di kopontren Pondok.
- Subsektor penerbitan, sejak lama Pondok ini telah mengembangkan kreasi penulisan dari santrinya untuk dijadikan buku setiap tahunnya dan majalah setiap minggu.

-

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> https://www.bekraf.go.id/ diakses pada tanggal 17 Oktober 2019

- 6. Subsektor Pertunjukan, setiap tahun ada acara besar yang dilakukan Pondok ini dengan mengadakan panggung gembira untuk mengembangkan kreatifitas para santri kelas akhir dengan menampilkan berbagai macam kreatifitas. Misalnya, teater, Opera, musik, tata panggung, pembuatan busana pertunjukan, tarian-tarian, drama dan lain sebagainya.
- 7. Subsektor Kerajinan, dalam ekstrakurikuler di Pondok Al-Mashduqiah telah banyak mengajarkan para santrinya untuk membuat kreatifitas seperti pembuatan bunga, pembuatan Bros, pembuatan tas dan lain sebagainya.
- 8. Subsektor Arsitektur, telah merambah pada arsitektur taman untuk kegiatankegiatan pertunjukan para santri mendesain taman panggung sendiri, hal ini juga menghemat biaya.

Tidak diragukan bahwa ekonomi kreatif dikaitkan dengan Pondok Pesantren karena sejak lama mengembangkan kreatifitas dan inovasi yang tak pernah berhenti. Pesantren selalu tampil mengesankan telah mampu bertahan di tantangan global saat ini, pendidikan yang dijalankan tak pernah ketinggalan motode, dari infrastruktur Pesantren memperluas dan menguatkan relevansi dengan kehidupan masyarakat.

Maka, tidak heran jika badan ekonomi kreatif menyasar pada Pesantren untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif, Pesantren memiliki warisan untuk mengembangkan ekonomi kreatif dan etos kerja keras yang dimiliki oleh para santri menjadi modal pertama dan mental para santri tidak diragukan lagi, mereka mengembangkan bakatnya melalui seni kerajinan, kewirausahaan, dan seni pertunjukan.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dalam Perspektif Ekonomi Islam".

#### B. Identifikasi dan Batas Penelitian

Penelitian ini fokus pada strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam lingkungan Pesantren dalam perspektif ekonomi Islam dalam studi kasus di lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, yang terdiri dari beberapa sub sektor, yaitu : Konveksi, Pabrik Tahu dan Tempe, Pabrik Roti dan Air dan Koperasi Pondok Pesantren.

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang penelti ajukan adalah:

- Bagaimana analisis SWOT pada pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah?
- 2. Bagaimana analisis SWOT pada Konveksi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah?
- 3. Bagaimana analisis SWOT pada Pabrik Roti dan Air di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah?
- 4. Bagaimana analisis SWOT pada Pabrik Tahu dan Tempe Pondok Pesantren Al-Mashduqiah?
- 5. Bagaimana analisis SWOT pada Koperasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah?

6. Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Desa. Patokan, Kecamatan. Kraksaan, Kabupaten. Probolinggo dalam perspektif Islam?

#### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- Untuk menganalisa SWOT pada ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- Untuk menganalisa SWOT pada konveksi di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- 3. Untuk menganalisa SWOT pada Pabrik Roti dan Air di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- 4. Untuk menganalisa SWOT pada Pabrik Tahu dan Tempe di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- Untuk menganalisa SWOT pada Koperasi Pondok Pesantren di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- 6. Untuk memberikan saran pengembangan ekonomi kreatif dari sub sektor yang terdapat di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan Kraksaan kabupaten Probolinggo dalam perspektif ekonomi Islam

#### E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Teoritis

 a. Penelitian yang kami teliti ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu yang dipelajari selama di bangku kuliah kemudian hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti ataupun orang lain.

- b. Penelitian yang kami sajikan ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Penelitian ini dapat dijadikan bahan tambahan bacaan untuk pengetahuan dan refrensi bagi mahasiswa ataupun santri/santriwati di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.
- d. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan ataupun saran untuk pengembangan ilmu pengetahuan termasuk dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah.

#### 2. Manfaat praktis

#### a. Pesantren

Penulis berharap penelitian ini bisa membantu mengembangkan ekonomi kreatif dalam prespektif ekonomi kreatif Islam di Pesantren, dan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang ataupun ancaman dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren Al-Mashduqiah.

#### b. Peneliti

Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan tentang pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pondok Pesantren,

sehingga ilmu pengetahuan ini dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya.

#### F. Tinjauan Pustaka

Pertama, penelitian Muhammad Nur Shoberi tentang "PERAN KARANG TARUNA "KARYA MANDIRI" DALAM UPAYA MEMBERDAYAKAN EKONOMI (STUDI KASUS EKONOMI KREATIF MEMANFAATKAN SAMPAH PLASTIK DI DESA BELAHAN REJO)" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aset dan potensi yang ada di Desa karang taruna "KARYA MANDIRI" dalam memanfaatkan aset dan potensi uang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan ekonomi mereka. Dan penelitian ini menggunakan metode Asset Based Community Development yang digunakan peneliti untuk melakukan proses pendampingan di Desa berdasarkan aset yang ada secara nyata di lapangan bersama masyarakat dan komunitas karang taruna.<sup>3</sup>

Kedua, penelitian Aniswatun Khasanah tentang "DAKWAH PEMBERDAYAAN EKONOMI MELALUI EKONOMI MASYARAKAT MELALUI INDUSTRI KREATIF TELUR ASIN DI KELURAHAN KEBONSARI KECAMATAN JAMBANGAN KOTA SURABAYA" Penelitian ini bertujuan untuk membangun ekonomi pengelolaan telur asin ibu-ibu PKK di Kelurahan Kebonsari dengan pendampingan ibu-ibu PKK dalam pengolahan telur asin menjadi berbagai macam olahan seperti, kerupuk, stik, pepes, bakso telur asin. Penelitian ini menggunakan metode ABCD, yakni pendekatan

.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Muhammad Nur Shoberi, "Peran Karang Taruna "Karya Mandiri" Dalam Upaya Memberdayakan Ekonomi (Studi Kasus Ekonomi Kreatif Memanfaatkan Sampah Plastik Di Desa Belahan Rejo)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

pendampingan digunakan dengan cara memanfaatkan potensi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.<sup>4</sup>

Ketiga, penelitian Muhammad Afridhal tentang "STRATEGI PENGEMBANGAN ROTI TANJONG DI KECAMATAN SAMALANGA KABUPATEN BIREUEN" Tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha roti tanjung untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha Roti Tanjong Kecamatan Samalangka. Metode ini menggunakan analisis SWOT dan data yang digunakan data primer yang diperoleh langsung menggunakan kuisioner dan data sekunder.<sup>5</sup>

Keempat, penelitian Umi Rohmah tentang "ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PENGRAJIN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS ANYAMAN BAMBU DESA TULUNGAGUNG KECAMATAN GADING REJO KABUPATEN PRINGSEWU)" Bertujuan untuk mengetahui ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin melalui pemberdayaan masyarakat pada industri anyaman bambu di Tulungagung dan mengetahui untuk mengetahui dari perspektif ekonomi Islam dalam peran ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan pengrajin. Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan metode data primer yang di dapat dari beberapa pengrajin, data sekunder yang di dapat dari dokumen dan foto-foto.6

-

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Aniswatun Khasanah Tentang "Dakwah Pemberdayaan Ekonomi Melalui Ekonomi Masyarakat Melalui Industri Kreatif Telur Asin Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya" (Tesis-Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Muhammad Afridhal Tentang "Strategi Pengembangan Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", Jurnal S. Pertanian 1 (3): 223-233 (2017).

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Umi Rohmah Tentang "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Anyaman Bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

Kelima, penelitian Nuchayati dan Andalan Tri Ratnawati tentang "STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF SEBAGAI PENGGERAK DESTINASI PARIWISATA DI KABUPATEN SEMARANG". Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis, baik analisis kuantitatif dan analisis kualitatif, metode pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dan wawancara secara mendalam dengan pelaku industri kreatif yang berhubungan dengan destinasi wisata secara snowboll. Dan menggunakan analisis data SWOT.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah terletak pada objek penelitian yang mana objek penelitian ini Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren selama ini belum pernah diteliti. Di Pesantren ini telah mengembangkan beberapa ekonomi kreatif dalam menopang kebutuhan Pesantren dalam mengembangkan sarana dan prasarana dan untuk membangun cabang Pesantren. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah perluh menggunakan dan memiliki strategi yang tepat. Inilah yang menjadi inspirasi penulis ingin menelaah pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren.

#### G. Definisi Operasional

Sebelum penulis membahas lebih lanjut yang menjadi inti pembahasan, perlu penulis jelaskan istilah yang berkaitan dengan judul di atas antara lain :

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Nuchayati dan Andalan Tri Ratnawati Tentang "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata Di Kabupaten Semarang" (Fakultas Ekonomika UNTAG Semarang, 2016).

#### 1. Strategi

Strategi adalah segala sesuatu yang mempunyai perencanaan, gagasan, serta eksekusi untuk mencapai tujuan dalam kurun waktu tertentu, da untuk mencapai tujuan tersebut strategi membutuhkan arah dan bagaimana trik pelaksanaannya.

Strategi yang baik harus mempunyai tema, koordinasi sesama tim kerja, faktor pendukung dan memiliki taktik secara efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Pada dasarnya strategi dikaitkan dengan visi misi perusahaan, yang mana perusahaan mempunyai strategi jangka panjang dan jangka pendek. Strategi tidak hanya diperuntukkan di kepentingan militer saja, tetapi sekarang strategi juga digunakan di berbagai bidang, ekonomi, olahraga, perdagangan, manajemen dan sebagainya.

#### 2. Pengembangan

Pengembangan menurut kamus besar Indonesia, pengembangan adalah suatu proses, cara, perbuatan mengembangkan.<sup>8</sup> Pengembangan harus terencana untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan setiap individu. Pengembangan juga bisa dikatakan memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dan memberikan informasi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Tim Penyusun, Kamus Besar Indonesia, h.538.

#### 3. Pondok Pesantren

Pondok Pesantren adalah lembaga keagamaan yang memberikan pendidikan dan pengajaran serta mengembangkan dan menyebarkan ilmu-ilmu agama Islam. Pondok Pesantren adalah lembaga pendidikan Islam tertua yang menyediakan asrama atau Pondok sebagai tempat tinggal bersama sekaligus sebagai tempat belajar para yang dibimbing oleh Kyai.

#### 4. Ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif terdiri dari kata ekonomi dan kreatif yang mana ekonomi adalah kegiatan seseorang untuk menciptakan kemakmuran untuk dirinya ataupun untuk orang lain, dan kreatif adalah menciptakan sesuatu yang mengandalkan ide atau inovasi baru. Sedangkan ekonomi kreatif mengandalakan kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan tumpuan masa depan dengan menciptakan ide dan inovasi baru. Ekonomi kreatif juga mampu memberikan berbagai macam peluang pekerjaan dan mampu mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia dan ekonomi kreatif di Pondok ini mampu meningkatkan kesejahteraan ustadz, ustadazah maupun warga sekitar Pesantren.

Di Indonesia sendiri terdiri beberapa sektor ekonomi kreatif berdasarkan Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terdiri 16 subsektor<sup>9</sup>, yaitu :

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> http://www.kempar.go.id diakses tanggal 1 Januari 2020

- a. Desain interior, yang mana subsektor ini mampu memajuan Indonesia dengan banyaknya perhotelan, perusahan dan Pondok Pesantren yang memerlukan desain interior yang menarik. Dan subsektor ini juga sangat berguna dikembangkan di Pondok Pesantren agar supaya Pondok tidak identik dengan kesan tradisional.
- b. Arsitektur, subsektor ini sangat perlu dikembangkan di Pondok Pesantren untuk merancang pembangunan di Pondok Pesantren, selain berguna untuk Pondok sendiri seorang arsitektur juga berguna untuk Indonesia sendiri yang sangat kekurangan arsitek.
- c. Desain produk, yang mana subsektor ini dapat dikembangkan untuk berbagai macam produk yang ada di Pondok.
- d. Film dan video, dan fotografi, dan desain komunikasi visual, yang mana merupakan kreasi dari berbagai macam ide para santri untuk meningkatkan kreatifitas pembuatan video, film, fotografi.
- e. Kuliner, dalam subsektor ini membuat berbagai macam makanan atupun minuman.
- f. Musik, mengkreasikan berbagai macam musik dari jaz, dangdut ataupun pop.

- g. Fashion, subsektor ini dapat dikembangkan melalui memproduksi berbagai mcam pakaian dari kerudung/kopyah, baju, rok, dan alas kaki.
- h. Aplikasi dan game developer, subsektor ini biasanya dikembangkan oleh sistem informasi dengan pembuatan game dan aplikasi terbaru.
- Penerbitan dan periklanan, yang mana disini membuat sebuah majalah atau tabloit dan di jual untuk beberapa kalangan.
- j. Televisi dan radio, dalam subsektor ini dilakukan di berbagai macam televisi dan acaranya di kemas seperti reality show, infortaiment, games, music dan lain sebagainya.
- k. Seni pertunjukan, contoh dari subsektor ini drama, musikalisasi teater, balet, opera, pantomim, dan lainnya.

#### 5. Indikator ekonomi kreatif <sup>10</sup>

#### a. Produksi

\_

Dalam Islam berproduksi adalah ibadah apalagi sebelum melakukan produksi setiap manusia berniat ibadah karena Allah dan di jalan yang

Murni Retiwiranti Tentang "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Petani Kencur Desa Fajar Asri Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

benar. Dalam hal ini jelas jika manusia di anjurkan untuk berproduksi dan menghasilkan suatu produk dan bermanfaat, akan tetapi dengan cara yang halal dan diperbolehkan dan menjahui larangan yang ada.

#### b. Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat bertemunya pejual dan pembeli yang di dalamnya disertai akad jual beli. Sedangkan pemasaran adalah seorang penjual memasarkan barang yang jual kepada pembeli atau sasaran yang dituju. Dalam Islam sendiri menghalalkan jual beli dan melarang riba, dan antara penjual dan pembeli harus ada rasa rela sama rela. Sebagaimana sabda Rasullah SAW: "Dari Abu Hurairah r.a dari sabda Nabi Muhammad SAW: janganlah engkau (penjual dan pembeli) berpisah sebelum saling meridhoi" (Riwayat Abu Daud dan Tirmidzi)

#### c. Manajemen dan Keuangan

Manajemen keuangan adalah bagaimana cara seseorang untuk merencanakan, mengelola keuangan yang ada dan dapat memberikan keuntungan dan kemakmuran.

#### d. Kebijakan Pondok

Dan dalam Pondok Pesantren pasti memiliki Kyai sebagai pemengang kebijakan dalam semua hal yang ada di Pondok Pesantren.

#### e. Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi ini lebih berfokus pada kemakmuran masyarakat sekitar ataupun penghuni di Pondok Pesantren sendiri, yang mana peran Pondok Pesantren dalam mengembangkan ekonomi kreatif ini berujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan untuk

para penghuni yang ada di Pondok Pesantren. Sebagaimana Allah berfirman:

"Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga terdekat dengan haknya, dan kepada orang miskin, dan kepada orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu"

#### f. Lingkungan

Lingkungan sangat berpengaruh besar terhadap pengembangan ekonomi kreatif dan dilihat dari menjaga lingkungan dan dukungan warga sekitar atupun penghuni di dalam Pondok sendiri, dan contoh menjaga lingkungan dapat dilihat dari pencemaran limbah, dan penghijauan di sekitar. Sebagaimana Allah berfirman yang artinya "dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi". (Al-A'raf ayat 56).

#### 6. Ekonomi Islam

Perekonomian Islam harus dilandasi dengan Al-Qur'an dan hadist sebagai panduan dan memberikan petunjuk yang sangat jelas kepada umatnya, dengan berdasarkan kepada petunjuk tersebut, maka kegiatan ekonomi mempunyai tujuan agar manusia mencapai kejayaan (Al-falah) dunia dan akhirat. Menurut Yusuf Al-Qardhawi ada 4 prinsip dalam ekonomi Islam:

a. Ekonomi Rabbani, yang mana ekonomi ini bertujuan untuk mendekatkan diri makhluk dengan Tuhan-Nya, dan segala sesuatu tidak melakukan yang sudah menjadi larangan Allah.

- b. Ekonomi Akhlak, yang mana dalam hal ini ekonomi tidak boleh dipisahkan dari akhlak dan etika di setiap individu baik dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Pesantren, para santri dan penghuni Pondok sudah sangat jelas dapat memahami akhlak yang baik itu seperti apa.
- c. Ekonomi Kemanusian, yang mana manusia berperan penting dalam mengembangkan ekonomi termasuk dalam mengembangkan ekonomi kreatif, karena manusia adalah kholifatullah dan manusia akan mempertanggung jawabkannya di akhirat kelak.
- d. Ekonomi keseimbangan, dalam mengembangkan ekonomi termasuk ekonomi kreatif, kita harus mengetahui batasan yang ada, tidak boleh terlalu mementingkan dunia saja, melainkan akhiratnya juga harus di pentingkan. Tidak boleh terlalu kikir hingga juga lupa untuk berzakat dan shodaqoh.

Menurut Imam Al-Ghazali teori ekonomi yang di bangun dengan berdasarkan syariat Islam memiliki perbedaan mendasar dengan konvensional. Perbedaannya terletak pada landasan filosofinya, dalam hal ini Al-Ghazali mendefinisikan bahwa masalah ekonomi yang terjadi karena adanya keinginan manusia yang tidak terbatas, sementara Islam keinginan manusia terbatas, menurut Al-Ghazali landasan yang benar adalah seorang muslim harus mencapai keselamatan di Akhirat. Adapun

cara untuk mencapai akhirat adalah mencri nafkah (yang halal dan tidak berlebihan), serta melalui sarana yang berdasarkan syariah dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Falah yang dimaksud adalah mencakup keseluruhan aspek kehidupan manusia, yang meliputi aspek spiritual, moralis, ekonomi, sosial, budaya serta politik, baik dicapai di dunia maupun di akhirat. Ali Anwar Yusuf memberikan definisi ekonomi, menurutnya ekonomi dikaji tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang atau jasa serta mendiskusikannya. <sup>11</sup>

Tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri (maqasit as-syariah), yaitu mencapai kebahagiaan baik dunia akhirat, melalui suatu tatanan kehidupan yang baik dan terhormat (hayyah thoyyibah).

#### H. Metode penelitian

#### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis penelitian

Penelitian ini adalah yang berjenis penelitian lapangan (field research). Field research atau disebut juga penelitian lapangan digunakan dengan cara menggali data yang bersumber dari lokasi di penelitian lapangan tepatnya di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Umer Chapra, Ekonomi dan Tantangan Ekonomi Islam kontemporer (Surabaya: Risalah Gusti) 1999, hlm, 215

Penelitian ini juga berjenis penelitian pustaka, yang bersifat kualitatif dengan menggambarkan suatu kata-kata lisan atau tulisan.

#### b. Sifat penelitian

Penelitian yang kami teliti ini bersifat deskriptif, yang mana tujuannya untuk memperoleh gambaran (deskriptif) tentang sesuatu yang sedang di teliti. Maka pengertian deskriptif yang dimaksudkan peneliti adalah yang bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan, mencatat, menganalisa kondisi yang ada dan sedang terjadi. <sup>12</sup>

#### 2. Sumber data

#### a. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti di lapangan yang diperlukannya. 13 Dalam penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari lokasi penelitian, diperoleh melalui wawancara kepada pengasuh, ustad dan ustadzah, karyawan, masyarakat ataupun santri dan santriwati di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah menggunakan daftar pertanyaan (kuisioner) terstruktur. Data ini merupakan data yang paling dibutuhkan oleh penulis untuk mencari informasi mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam perspektif ekonomi Islam di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

\_

<sup>12</sup> H. Moh, Pobundu Tika, Metodelogi Riset Bisnis, cet pertama (Jakarta : Bumi Asmara, 2006) h.226

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Iqbal Hasan, MM, Pokok-pokok Metodelogi Penelitian, cet. Pertama (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) h. 82.

#### b. Data sekunder

Sumber data diperoleh oleh peneliti dari web Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, ataupun web Badan Ekonomi Kreatif, serta buku-buku penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian.

#### c. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai penunjang penelitian, maka peneliti akan menggunakan tiga metode, diantaranya : interview/wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 1) Interview/wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang yang terdiri dari narasumber dan pewawancara untuk bertukar informasi melalui tanya jawab untuk membahas suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang harus di teliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Adapaun daftar informan sebagai berikut:

Tabel 1. Informan

No	Nama	Profesi
1	Faizatul Kutsiyah	Karyawan Konveksi
2	Sayyidana	Karyawan Konveksi
3	Bapak Woto	Karyawan Pabrik Tahu

4	Arni	Karyawan Pabrik Tahu
5	Siti Aminatus	Manajer Pabrik Roti
6	Hafidz Riyadi	Ustadz Pondok Pesantren
7	Abdul Syukur	Karyawan Pabrik Roti
8	Irma Sugiarti	Ustadzah Pondok Pesantren
9	Samsul Ma'arif	Ustadz Pondok Pesantren
10	Ustadzah Een	Ustdzah Pondok Pesantren
11	Khoirun Nisa'	Karyawan Koppontren
12	Tika Agustini	Alumni
13	Siti Rovita	Alumni

#### 2) Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap lingkungan objek penelitian yang mend<mark>ukung</mark> kegiatan penelitian sehingga didapat menggambarkan secara jelas tentang kondisi di tempat penelitian tersebut.<sup>14</sup> Adapun objek observasi yang peneliti lakukan adalah dari setiap sub sektor yang ada, dari konveksi, pabrik tahu dan tempe, pabrik roti dan air dan termasuk dari koperasi Pondok Pesantren, dan peneliti melakukan pengamatan langsung bagaimana proses produksi dan bagaimana bahan baku yang di pakai untuk memproduksi barang-barang yang di pasarkan, pemasaran, manajemen

-

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Sugiono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabet) 2013, hlm,196.

keuangan, kondisi ekonomi, dan kondisi lingkungan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

Gambar 1. Observasi







## 3) Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh, melalui buku, jurnal, atau web Pondok Pesantren atau web badan ekonomi kreatif ataupun yang bersangkutan dengan ekonomi kreatif.

#### I. Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dan untuk memudahkan proses penelitian ini maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1. BAB I Pendahuluan, terdiri dari:
  - a. Latar belakang
  - b. Identifikasi masalah
  - c. Rumusan masalah
  - d. Kajian pustaka
  - e. Tujuan penelitian
  - f. Manfaat penelitian
  - g. Definisi operasional
  - h. Metode penelitian
  - i. Sistematika penu<mark>lis</mark>an

#### 2. BAB II Kerangka teoritis, terdiri dari :

- a. Tinjauan tentang ekonomi kreatif, terdapat pengertian ekonomi kreatif, sektor-sektor yang di kembangkan, indikator pengembanagn ekonomi kreatif.
- Strategi Pengembangan terdiri dari pengertian strategi, tujuan, jenis-jenis strategi dan strategi pengembangan menurut ekonomi Islam.
- c. Analisis SWOT
- d. Konsep ekonomi Islam, yang mana terdiri dari pengertian, tujuan ekonomi Islam, ekonomi rabbani, ekonomi akhlak, ekonomi kemanusiaan, ekonomi keseimbangan.

- 3. BAB III terdiri data pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Kraksaan, Probolinggo:
  - a. Profil Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, yaitu menginformasikan tentang sejarah, visi-misi Pondok Pesantren, program-program kedepan, struktur organisasi, ekonomi kreatif yang terdapat di Pondok, faktorfaktor peluang dan tantangannya.
  - b. Gambaran umum tentang 4 usaha ekonomi kreatif yang ada di Pondok
     Pesantren Al-Mashduqiah
  - c. Pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, yaitu untuk menjelaskan ekonomi kreatif yang terdapat di Pondok Pesantren.
- 4. BAB IV analisis data yang terdiri dari :
  - a. Pengembangan ekonomi kreatif yang ada di lingkungan Pesantren.
  - Kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren.
  - c. Peluang pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren.
  - d. Ancaman dalam pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren.
  - e. Pengembangan ekonomi kreatiaf dalam perspektif ekonomi Islam.
- 5. BAB V Penutup
  - a. Kesimpulan
  - b. Saran

#### **BABII**

#### LANDASAN TEORI

#### A. Manajemen Strategi

#### 1. Pengertian Manajemen Strategi

Strategi sebagai alat untuk mengukur atau merencanakan tujuan jangka panjang. Strategi dalam bisnis biasanya mencangkup akuisisi, geografis, pasar, produk, dan lain sebagainya. Strategi juga harus meningkatkan manajemen dan sumber daya manusia yang sangat besar.

Menurut *Chandler*, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam suatu perusahaan dengan memprioritaskan alokasi sumber daya.

Menurut *Learned, Christensen, Andrews dan Guth,* strategi adalah alat untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing dengan beberapa pesaing yang ada. Dengan demikian produsen mampu memutuskan untuk mengetahui bahwa perusahaan tersebut harus ada atau tidak.<sup>15</sup>

Manajemen strategi adalah sebagai seni untuk mengevaluasi, merumuskan, mengimplementasikan untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan. Manajemen strategi yaitu : manajemen keuangan, produksi, pengembangan, pemasaran, teknologi untuk mencapai keberhasilan sebuah usaha perusahaan.

Tujuan manajemen strategi adalah untuk menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa yang akan datang dan merencanakan jangka panjang untuk mengoptimalkan *trend* produk baru untuk masa yang akan datang.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Freddy Rangkuti, Bussiness Plan, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000).

# 2. Jenis-Jenis Strategi<sup>16</sup>

Ada beberapa jenis strategi menurut pandangan M. Porter yang mana ada tiga landasan strategi umum yaitu :

## a. Strategi Keunggulan Biaya

Strategi ini biasanya digunakan untuk konsumen menengah kebawah, dan untuk konsumen yang peka terhadap harga.

### b. Strategi Diferensiasi

Yang mana strategi ini memiliki tujuan untuk membuat sebuah produk yang berbeda dengan pesaing, dengan membuat sebuah produk yang unik dan ditujukan kepada konsumen yang tidak peduli terhadap harga akan tetapi melihat dari segi produk.

## c. Strategi Fokus

Biasanya dilakukan oleh perusahaan yang berfokus kepada siapa konsumennya dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut.

Dilihat dari segmen geografisnya dan menciptakan produk tertentu.

### B. Strategi Dalam Perspektif Islam

Pada zaman Rasulullah beliau berdakwah dan memperluas kekuasaaan dan ini dinamakan strategi. Dalam strategi perang mereka ditebarkan dalam beberapa sudut dengan mengganti formasi. Islam telah mengajarkan kita bagaimana strategi dengan tujuan apa strategi itu dibangun. Islam sendiri mengakui adanya empat dasar fungsi, yaitu: planning, organizing, actuating, dan controlling dalam organisasi atau dalam usaha. Dan sebagaimana firman-Nya:

\_

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Ulfa Hidayati Tentang "Penerapan analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

"Yang menjadikan mati dan hidup adalah Allah dan supaya Dia mengujimu dan tau siapa di antara kamu yang baik amalnya dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun, Yang telah menciptakan tujuh langit yang berlapis-lapis. Jika kamu tidak melihat ciptaan-Nya maka kamu tidak seimbang. Makan lihatlah berulang-ulang, adakah kamu melihat sesuatu yang tidak seimbang?." (Al-Mulk: 2-3).<sup>17</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa manusia melakukan aktivitas harus di dampingi dengan niat dan ikhlas sesuai syariat Islam. Jika aktivitas manusia mempunyai niat yang baik dan beribadah karena Allah maka termasuk Ahsanul Amal. Menyusun strategi dalam perspektif Islam menekankan pada sesuatu yang halal dan haram. Diantaranya :

- 1. Segala sesuat<mark>u b</mark>oleh, jika tidak bertentangan dengan yang haram.
- 2. Segala sesuatu boleh, asal tidak najis dan melukai.
- 3. Apa yang mendekati kerusakan itu tidak boleh.
- 4. Tidak boleh menghalalkan yang haram.
- 5. Niat yang baik tidak menjadikan yang haram menjadi halal.
- 6. Jika meragukan sebaiknya ditinggalkan.

Islam mempunyai tolak ukur untuk segala sesuatu, dan Islam memperbolehkan segala sesuatu yang terpuji dan baik, dan mengharamkan segala sesuatu yang bersifat tercela.

-

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Al-Qur'an Surah Al-Mulk: 2-3

### C. Tinjauan Ekonomi Kreatif

### 1. Definisi Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah memanfaatkan kreatifitas ataupun keterampilan yang dimiliki setiap individu. Ekonomi kreatif sendiri memiliki peran untuk mensejahterakan serta memberikan banyak peluang lapangan pekerjaan melalui kreasi yang mereka miliki. Di Indonesia sendiri terdiri dari 16 subsektor ekonomi kreatif yang sekarang dipegang oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

### 2. Subsektor Ekonomi Kreatif

Pada tahun ini ekonomi kreatif terdapat 16 Subsektor:

## a. Aplikasi dan pengembang permainan

Di zaman saat ini, aplikasi sangat bermanfaat bagi setiap remaja dan potensi dari subsektor ini sangat besar. Setiap aplikasi dan pengembang permainan sangat laku di pasaran. Tetapi, di Indonesia sangat kekurangan sumber daya manusia (SDM) dalam pengembangkan subsektor ini, karena di Indonesia sendiri sangat rendah dalam hal mengembangkan teknologi maka dari itu menyebabkan subsektor ini sangat kurang berkembang.

### b. Arsitektur

Arsitektur sendiri termasuk seni yang harus dikembangkan di Indonesia termasuk di lingkungan Pesantren, subsektor ini sangat bermanfat untuk merancang kota dan bangunan, untuk menata atau merancang bangunan di Pesantren, Pondok Pesantren membutuhkan SDM arsitektur bahkan Indonesia sendiri sangat membutuhkan arsitektur

karena sampai saat ini jumlah arsitektur yang ada di Indonesia hanya sekitar 15 ribu arsitektur. Sedangkan penduduk dan jumlah bangunan yang ada di Indonesia sangat besar. Maka dari itu Badan Ekonomi Kreatif akan mengelola subsektor ini dengan sangat serius untuk dikembangkan.

### c. Desain Interior

Desain interior adalah suatu karya seni yang mampu membuat suatu bangunan terlihat lebih menarik, indah dan meningkatkan kreativitas. Contoh dari desain interior diantaranya : wallpaper, cat dekoratif, partisi, tanaman indoor ataupun outdoor, armatur lampu, lukisan, ataupun cermin.

### d. Desain Komunikasi Visual

Metode yang dilakukan oleh desain komunikasi visual hanya menggunakan metode penglihatan saja, contoh : iklan, gambar, video, televisi.

### e. Desain Produk

Desain produk ini sebuah kreasi untuk menciptakan sebuah produk yang menggunakan kreasi dari diri sendiri, dan subsektor ini sangat penting dikembangkan melalui kearifan lokal yang ada di Indonesia yang mempunyai banyak ragam budaya. Kita sangat membutuhkan ide kreatif untuk mengembangkan subsektor ini, kita harus meningkatkan menggunakan produk lokal Indonesia, untuk meningkatkan jiwa wirausaha dan mengurangi pengangguran. Badan Ekonomi Kreatif sendiri sanggup mendampingi pelaku usaha pada bidang subsektor ini.

### f. Fashion

Subsektor ini sangat berkembang di Indonesia dimulai dari setiap artis Indonesia yang mempunyai produk fashion sendiri di mulai dari merancang berbagai macam model baju muslim, baju pengantin, ataupun baju-baju modern yang muncul dengan berbagai kekreatifan dan subsektor ini sangat mempunyai banyak tantangan dengan banyaknya baju impor dari luar negeri, tetapi Badan ekonomi kreatif (Bekraf) sendiri sangat mendorong untuk meningkatkan subsektor ini. Contoh dari subsektor ini adalah : desain pakaian, alas kaki, aksesoris, kerudung, dan lain sebagainya.

### g. Film, Animasi, dan Video.

Perfilman Indonesia sangat mengalami peningkatan yang sangat pesat, para aktor dan aktris berlomba-lomba dalam perfilman. Contoh dari subsektor ini adalah: video, jasa fotografi, film dan rekaman video.

## h. Fotografi

Fotografi adalah sebuah karya seni atau kegiatan yang menghasilkan sebuah gambar yang mengandung keindahan melalui alat kamera dengan tujuan tertentu. Badan Ekonomi Kreatif saat ini melakukan sertifikasi kepada fotografer, dengan tujuan adanya sertifikasi maka fotografer memiliki standar yang positif dan jelas.

# i. Kriya

Kriya ataupun kerajinan tangan adalah kegiatan kesenian yang menggunakan keterampilan tangan dan menghasilkan produk-produk yang menarik yang dapat dijualbelikan. Contoh dari kriya: batik,

anyaman, patung, tenun, sulam dan lainnya. Badan Ekonomi Kreatif menyediakan fasilitas untuk mengembangkan dan mengelola subsektor ini untuk bekerja sama dengan UKM, manufaktur, hingga desainer yang ada di Indonesia untuk melakukan promosi di dalam maupun di luar negeri.

### j. Kuliner

Kuliner sendiri memiliki arti sebagai olahan makanan ataupun minuman. Di setiap daerah memiliki khas makanan tersendiri, contoh: Lamongan dengan khas sotonya, Bawean dengan khas makanan empekempeknya, Bondowoso dengan tape singkong dan daerah lain-lainnya. Badan Ekonomi Kreatif ini sangat menyediakan fasilitas ataupun pelatihan dan modal untuk pengusaha pada subsektor ini, karena subsektor ini sangat berpengaruh penting untuk pendapatan Indonesia, karena banyaknya turis atau wisatawan yang mengunjungi negara kita ini. Di Indonesia sendiri memiliki beragam suku dan budaya, yang pasti memilik khas makanan sendiri perdaerah atau bahkan desa. Tugas kita semua adalah mempromosikan aneka keragaman yang ada ini untuk internasional.

### k. Musik

Musik terdiri dari nada, lagu, irama, dan yang terpenting keindahan suara. Musik sendiri sudah ada sejak zaman purbakala, yang memiliki tujuan untuk penyembahan dalam ritual. Hingga pada zaman modern ini musik tak pernah mati, yang berganti fungsi untuk hiburan dan ada beberapa yang masih menjadi kebudayaan setiap suku bangsa. Ada

beberapa jenis musik di antaranya : Pop, RnB, Rock, Dangdut, Blues, Country, Electric, Hip Hop, Jazz, Klasik, Reggae.

### 1. Penerbitan dan Percetakan

Di Indonesia sendiri banyak seorang penulis dari kalangan santri, mahasiswa, ataupun para guru/dosen yang mampu menulis karya ilmiah atau non ilmiah, banyak pula para sastrawan, cendikiawan yang mampu mengembangkan subsektor ini. Kegiatan ini identik dengan penerbitan jurnal, koran, majalah, berita acara, buku, novel, kumpulan pantun, kumpulan puisi ataupun komik. Karena perkembangan zaman dan teknologi pada subsektor ini sangat memungkinkan untuk menerbitkan dengan bentuk digital.

### m. Periklanan

Iklan sendiri sudah sering kita lihat diberbagai media, dari media cetak hingga media online. Periklanan biasanya digunakan oleh seseorang untuk mempromosikan suatu produk yang dia miliki. Subsektor ini sangat bersinambungan dengan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus selalu inten dalam melakukan periklanan suatu produk untuk diketahui oleh para konsumen. Subsektor ini memiliki pertumbuhan 5-7% pertahun.

### n. Seni Pertunjukan

Seni pertujukan adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menampilkan suatu karya seni. Misalnya: tari modern, teater, musik, sirkus, opera, drama, tarian tradisional, balet, hadrah, kecak, dan lainnya. Biasanya dilakukan di panggung dengan busana yang sesuai tema dengan apa yang di tampilkan. Di Indonesia

sendiri sangat memadai untuk mengembangkan subsektor ini karena pada setiap daerah mempunya tarian khas, contoh: Kecak (Bali), Ludruk (Jawa Timur), Ondel-ondel (DKI Jakarta), Tarling (Jawa Barat), Wayang Kulit (Pulau Jawa), Zapin (Pulau Kalimantan), Seblang (Jawa Timur), Reog (Jawa Timur), Rudat (Jawa Barat), Randai (Sumatra Barat), dan daerah lainnya.

### o. Seni Rupa

Di Indonesia ada empat seni rupa yang sudah berbasis Internasional, di antaranya : OK Video Festival, *Jogja Biennale, Jakarta Biennale, dan Art Jog*. Seni rupa adalah sebuah karya seni yang bisa kita lihat wujudnya dengan nyata. Contoh dari karya seni rupa : seni kaligrafi, seni keramik, seni potong, seni lukis dll. Bekraf sangat mendukung subsektor ini dengan membangun dan menyediakan berbagai macam sarana dan prasana. Dan sangat berkomitmen untuk mengelola dengan serius.

# p. Televisi dan Radio

Televisi dan radio telah lahir sejak bertahun-tahun lamanya, sampai saat ini semua orang telah memilikinya secara merata. Kegiatan kreatif ini biasanya memiliki program seperti : *reality show, games*, kuis, musik, fim, drama, *talk show*, sinetron. Di Indonesia sendiri ada beberapa saluran TV : Indosiar, Sctv, Rcti, Net Tv, Probolinggo Tv, Mctv dan lainnya.

### D. Indikator Ekonomi Kreatif<sup>18</sup>

### a. Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan perusahaan yang mampu menciptakan suatu produk dan menghasilkan suatu produk dan dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Dalam Islam produksi adalah boleh dan halal jika yang di produksi adalah barang yang halal dan tidak yang diharamkan ataupun yang dilarang oleh Agama Islam.

### b. Pasar dan pemasaran

Pemasaran adalah proses dimana ada penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dan di pasarkan kepada konsumen. Dan ada tujuh fungsi dari pemasaran : penjualan produk, perencanaan produk, analisis pelanggan, distribusi, penetapan harga, analisis peluang, dan riset pemasaran. Promosi juga sangat penting dalam pemasaran, contoh : periklanan, kehumasan, promosi penjualan (diskon), dan lain sebagainya.

## c. Manajemen keuangan

Keuangan mempelajari tentang bagaimana sebuah perusahaan, organisasi ataupun individu untuk mengalokasikan dana perusahaan, meningkatkan dan menggunakan dana yang ada dengan baik dan menghitung resiko dalam proyek yang dijalankan.

Dan dalam Islam manajemen keuangan telah di jelaskan dalam firman-Nya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak

-

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Umi Rohmah "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Industri Anyaman Bambu Desa Tulunggagnung" (Skripsi\_Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menulisnya dan hendaklah kamu menulisnya dengan benar." (Al-Baqarah)<sup>19</sup>

### d. Kebijakan Pesantren

Dalam sebuah pengembangan sangat perlu dengan adanya kebijakan, sebagaimana firman Allah: "Hai orang-orang yang beriman, taatilah sang Pencipta (Allah SWT) dan taatilah rasulullah dan ulil amri di antara kalian, kemudian jika kamu berlain pendapat dengannya maka kembalilah kamu kepada Allah dan Al-quran dan rasulullah, jia kamu benar beriman kepada Allah maka yang demikian itu lebih utama, dan lebih baik." (An-Nisa').<sup>20</sup>

### e. Kondisi ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang aktifitas manusia yang berhubungan dengan distribusi, konsumsi dan produksi terhadap produk atau jasa. Dalam ekonomi makro, perekonomian daerah atau sebuah Pesantren harus dikelola dengan disiplin, hati-hati dan harus bertanggung jawab dalam menghadapi segala ketidakpastian. Tujuan dari ekonomi adalah meningkatkan kesejahteraan rakyat dan perekonomian yang adil dan merata.

### f. Lingkungan

Yang termasuk lingkungan yaitu mencakup sumber daya alam contoh, tanah, air, energi surya, mineral, flora dan fauna, dan tumbuhan apapun yang tumbuh di muka bumi. Kita sebagaimana manusia yang berakal kita harus selalu menjaga lingkungan kita. Sebagaimana firman-Nya:

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Al-Qur'an Surah Al-Baqarah

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Al-Qur'an Surah An-Nisa'

"Dan apabila dikatakan kepada mereka (manusia). Janganlah kalian berbuat kerusakan di bumi. Karena sesungguhnya kami adalah orang-orang yang akan melakukan perbaikan." (Al-Baqarah).<sup>21</sup>

### E. Analisis SWOT<sup>22</sup>

SWOT sendiri kepanjangan dari Strenghths (kekuatan), weknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). Dari kepanjangan tersebut dapat di artikan SWOT sendirinya ada yang harus di maksimalkan dan diminimalkan, yang mana kekuatan dan peluang harus dimaksimalkan, sedangkan kelemahan dan ancaman harus di minimalkan.

### 1. Kekuatan (Strenght)

Kekuatan adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan, contoh; keunggulan sebuah produk, dan mempunyai keterampilan yang berbeda dengan produk yang lainnya, sehingga mempunyai kelebihan dari pesaing lainnya. Kekuatan terdiri dari : keuangan, citra, sumber daya, pasar, pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lainnya.

### 2. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan sendiri adalah kekurangan dari sebuah perusahaan atau keterbatasannya dalam sumber daya dari kemampuan ataupun keterampilan yang menjadi penghalang untuk keberlangsungan perusahaan tersebut dari segi manajemen keuangan, pemasaran, citra, dan kelemahan lainnya.

.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Al-Qur'an Surah Al-Baqarah

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Dr. Muhammad Busro, Studi Kelayakan Bisnis (Yogjakarta: Expert, 2017), 55

# 3. Peluang (Opportunity)

Peluang yaitu situasi dimana perusahaan mempunyai kesempatan dapat menguntungkan yang akan terjadi atau yang sudah terjadi. Contoh dari peluang sendiri adalah adanya bahan baku yang melimpah, ataupun bahan baku memiliki harga yang murah, peluang pasar sangat terbuka lebar, pesaing tidak terlalu banyak, biaya produksi sangat murah.

# 4. Ancaman (Treats)

Ancaman yaitu sesuatu yang membahayakan yang dapat membuat perusahaan dalam keadaan tidak baik, dan dapat tidak menguntungkan perusahaan jika tidak memiliki strategi atau dimimalkan untuk tidak akan terjadi. Ancaman sendiri merupakan gangguan pertama dalam pertumbuhan perusahaan tersebut. Contoh: lambatnya pangsa pasar, pesaing baru, kekuatan tawar menawar dari konsumen meningkat, canggihnya teknologi, peraturan baru dari pemerintah.

Matrik SWOT dapat digambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang perusahaan hadapi dapat diminimalkan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Matrik SWOT sebagai pencocokan dari empat strategi yaitu, SO, WO, ST dan WT. Sebagaimana berikut :

Tabel 2. Matriks SWOT<sup>23</sup>

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)	
EFAS	Menentukan 5-10 Faktor	Menentukan 5-10 faktor	
	kekuatan Internal	kelemahan internal	
OPPROTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO	
Menentukan 5-10 faktor	Menciptakan strategi	Menciptakan strategi yang	
peluang eksternal	yang menggunakan	meminimalkan kelamahan	
	kekuatan untuk	untuk memanfaatkan	
	memanfaatkan peluang.	peluang	
TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT	
Menentukan 5-10 faktor	Menciptakan strategi	Menciptakan strategi yang	
ancaman eksternal	yang menggunakan	meminimalkan kelemahan	
	kekuatan untuk mengatasi	dan menghindari ancaman.	
	ancaman		

Sumber: Freddy Rangkuti

IFAS adalah internal *Strategy factors analisys summary*, yaitu faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan. EFAS adalah faktor-faktor strategi eksternal suatu perusahaan. Keduanya dibandingkan yang dapat menghasilkan alternatif strategi (SO, ST, WO, dan WT). hasil analisis pada tabel matriks evaluasi faktor eksternal dan matriks faktor internal dipetakan pada matriks posisi organisasi dengan cara sebagai berikut:

- a. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan
- b. Sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman
- c. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil analisi sebagai berikut
- d. Kalau peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai y>0 dan sebaliknya
- e. Ancaman lebih besar daripada peluang maka nilai y<0

-

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Tekinik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015)

f. Kalau kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai x>0 dan sebaliknya kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka x<0.

Perhatikan diagram berikut ini :24

TABEL 3. Matriks IFAS dan EFAS

No	Kekuatan (S)	Bobot	Skor	Total	
1					
2					
3			s.		
	Total Kekuatan				
		/ /			
No	Kelemahan (W)	Bobot	Skor	Total	
1					
2					
3					
	Total Kelemahan				
Seluruh Total <mark>K</mark> eku <mark>atan -Total K</mark> elem <mark>ah</mark> an = S-W=X					
No	Peluang (O)	Bobot	Skor	Total	
1					
2					
3					
	Total Peluang				
No	Ancaman (T)	Bobot	Skor	Total	
1					
2					
3					
	Total Kelemahan				
	Selisih Total Peluang-Total Ancaman = O-T=Y				

<sup>24</sup> Romadhani Kudadiri Tentang "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk pembiayaan Pada PT. BPRS PUDUARTA INSANI TEBUIRENG" (Tesis-Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).

### F. Konsep Ekonomi Islam

# 1. Pengertian Ekonomi Islam

Dalam Al-Quran ekonomi dijelaskan dengan istilah iqtishad, yang artinya adalah "umat pertengahan" dengan artian yang mana manusia menggunakan rezeki yang ada yang Allah ciptakan dengan cara berhemat agar kita menjadi salah satu manusia yang baik dan tidak merusak apapun yang telah diciptakan-Nya.

Menurut Abdul Mannan, ekonomi Islam (syariah) adalah ilmu pengetahuan yang didalamnya mempelajari tentang ekonomi rakyat yang dilandasi dengan nilai-nilai Islam yang berpegang teguh kepada Al-Quran dan hadist. Atau salah satu ahli ekonomi berkata bahwa ekonomi syariah adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang memenuhi kebutuhan manusia dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dengan kerangka syariat Islam. Dan ilmu yang mempelajari tentang perilaku seorang muslim atau masyarakat Islam dengan di bingkai dengan syariat Islam.

Ekonomi Islam yaitu ilmu yang didalamnya mempelajari tentang segala aktivitas atau perilaku ekonomi manusia yang di atur oleh Al-Quran dan Hadist yang ada di aturan agama Islam. Islam mengatur kegiataan bisnis guna memenuhi kebutuhan sosial ekonomi umatnya.

Ekonomi Islam berbeda dengan ekonomi kapitalis, dalam Islam ekonomi merupakan tuntunan dan anjuran yang memiliki nilai ibadah. Ekonomi Islam kebutuhan (*need*) terbatas dengan sumber daya yang tidak terbatas. Yang tidak terbatas bukan kebutuhan tetapi keinginan, sedangkan dalam ekonomi

konvensional menyatakan bahwa kebutuhan manusia tidak terbatas dengan sumber daya yang terbatas.

## 2. Tujuan Ekonomi Islam<sup>25</sup>

Islam sangat mementingkan kemakmuran dan kemaslahatan, dan tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah *Maqasid asy Syariah* yang mana tujuannya adalah mencapai kebahagian baik di dunia hingga akhirat (*Falah*) dengan keimanan yang benar harus memiliki akhlak yang baik, melakukan keadilan dan kemaslahatan dan harus mempunyai keseimbangan.

Pada dasarnya manusia sangat menginginkan kehidupan di dunia dengan keadaan bahagia, baik secara material dan spiritual, dalam keadaan individual atapun sosial. Akan tetapi manusia tidak mengetahui bagaimana cara untuk mencapai sebuah kebahagian tersebut. Dan ada beberapa cara yang digunakan untuk mencapai kebahagiaan :

## a. Falah sebagai tujuan hidup<sup>26</sup>

Falah yang artinya adalah kesuksesan, kemuliaan, atau kemenangan. Yang mana falah di dunia ada tiga pengertian : kebebasan berkeinginan, kekuatan dan kehormatan, yang ketiga keberlangsungan hidup. Sedangkan di akhirat adalah keberlangsungan hidup yang abadi, kemuliaan yang abadi, pengetahuan yang abadi, dan kesejahteraan yang abadi.

\_

 <sup>&</sup>lt;sup>25</sup>Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag, Pengantar Ekonomi Syariah(Depok: Rajawali Pers, 2017), 23
 <sup>26</sup> Nurul Rizkika Tentang "Pengembangan Usaha *Home Industri* Air Kerawang Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Masyarakat Usaha Air Kerawang di Dusun Kerawang Sari, Ambarawa, Kecamatan Ambarawa Kabupaten Peringsewu)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

### b. Maslahah sebagai tujuan untuk mencapai kesejahteraan

Jika kita menginginkan kehidupan yang sejahtera di dunia maupun di akhirat, maka kita harus memenuhi kebutuhan yang seimbang. Mencukupi kebutuhan masyarakat akan memberikan kemaslahatan. Maslahah dalam bentuk materil ataupun non materil, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia lebih mulia.

# 3. Ekonomi Rabbani<sup>27</sup>

Rabbaniyah berasal dari kata "Rabb" yang artinya Tuhan yaitu Allah SWT, yang mana di hubungkan dengan manusia dengan kata "Rabbani" yang mana dipredikatkan bahwa hubungan erat antara Allah dan manusia dengan mengetahui agama-Nya dan Kitabnya-Nya. Sebagaimana dalam Alquran telah di sampaikan : "Akan tetapi (dia berkata) : Hendaklah jadika kamu orang-orang yang rabbani, karena kamu akan selalu mengajarkan Alquran dan disebabkan kamu tetap mempelajarinya" (Al-Imran: 79).<sup>28</sup>

Yang dimaksud dengan rabbani disini ada dua hal, yaitu:

a. Rabbaniyah Al-Ghoyah wal-Wijah (Rabbaniyah dalam tujuan dan orientasi)

Dan dalam *rabbaniyah Al-ghoyah wal-Wijah* yang dimaksudkan adalah bahwasanya dalam Islam sendiri tujuan akhir dari setiap insan adalah hubungan baik dengan Allah SWT yang telah memberikan rahmat kepada kita semua, dan kita telah mendapatkan keridhohan-

<sup>28</sup> Al-Qur'an Surah Al-Imran: 79

-

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Dr. Yusuf Al-qaradhawi, Pengantar Kajian Islam (Mesir: Maktabah Wahbah, 1996 M), 163

Nya. Ini tujuan Islam dan harus menjadi tujuan manusia harus selalu dalam tujuan yang benar, sebagaimana firman Allah :

"Hai manusia, sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Rabbmu, maka pasti kamu akan memenuhin-Nya." (Al-Insyifaq: 6)<sup>29</sup>

Dan dalam surat An-Najm Allah berfirman: "Dan sesungguhnya kepada Rabbbmulah kesudahan (segala sesuatu)." (An-Najm: 42).<sup>30</sup>

Dan tidak ada perdebatan dalam Islam dengan tujuan dan sasaran kemanusiaan dan sosial, tetapi pengamatan lebih lanjut tentang hakekat melayani kepentingan sebuah tujuan yaitu ridha Allah dan pahalanya yang baik. Ini adalah tujuan awal dan akhir kita sebagai umat manusia.

Terdapat hukum undang-undang dan peraturan hubungan sosial dalam Islam, dengan tujuan pengaturan kehidupan manusia supaya hidup tentram terlepas dari kebutuhan ketergantungan dengan kekayaan dan kepentingan duniawi semata, menginginkan duniawi yang rendah dan berkonsentrasi untuk mengenal Allah SWT, beribadah kepada-Nya dan mencari keridhaan-Nya.

Dalam Islam terdapat jihad memerangi musuh, akan tetapi tujuannya sebagai berikut :

.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Al-Qu'an Surah Al-Insyifaq : 6

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Al-Qur'an Surah An-Najm: 42

"....dan perangilah mereka, supaya jangan ada fitnah dan supaya agama itu semata-mata untuk Allah" (Al-Anfal : 39).<sup>31</sup>

Islam menganjurkan berjalan di bumi ini dan memakan segala kekayaan yang ada dengan sebaik-baiknya, akan tetapi tujuannya adalah menunaikan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Nikmat yang sangat besar kepada kita. Sebagaimana firman-Nya:

"Makanlah olehmu dari rezeki yang (dianugerahkan) Rabbmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya". (Saba': 15).<sup>32</sup>

Segala sesuatu yang di ajarkan oleh agama Islam adalah untuk mempersiapkan diri untuk menjadi hamba yang selalu berserah diri kepada Allah SWT dengan cara ikhlas, dan tidak berserah kepada siapapun selain Allah. Maka dari itu jiwa Islam adalah tauhid.

1) Pengaruh *rabbniyah Ghoyah* dan *Wijah* ini dalam jiwa dan kehidupan.

Rabbaniyah memiliki faedah dan pengaruh yang sangat penting bagi kehidupan manusia dan akan sangat bermanfaat bagi akhirat kelak. Di antaranya:

a) Mengetahui tujuan dan keberadaan manusia

\*\*Rabbaniyah\*\* menjadikan manusia menjadi tahu apa

sebenarnya tujuan keberadaanya di dunia, mengetahui

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Al-qur'an Surah Al-Anfal

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Al-qur'an Surah Saba'

arah perjalananya, dan apa sebenarnya misinya di dunia. Dengan ini kita mengetahui arah dan hidup kita memiliki arti dan nilai bukan hanya berjalan tanpa arah dan dengan kegelapan semata, seperti orangoarang yang telah mengingkari Allah ataupun meragukan-Nya. Kita semua harus mengerti mengapa kita diciptakan? Mengapa kita hidup? Dan seperti apa kita nanti? Kita semua harus berjalan dengan petunjuk-Nya dengan keterangan dari-Nya, dan mengakui keesaan-Nya.

## b) Mengikuti fitrahnya

Rabbaniyah menjadikan manusia mengerti dan mengikuti fitrahnya yang mana Allah telah menciptakan manusia dan yang menuntut keimanan kepada Allah SWT dan tidak satu orangpun yang menggantikan-Nya, dapat sebagimana Allah berfirman:

"Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah, fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah." (Ar-rum: 30).<sup>33</sup>

Jika manusia paham atas fitrahnya, itu sebuah keberuntungan dan kekayaan yang sangat besar

<sup>&</sup>lt;sup>33</sup> Al-Qur'an Surah Ar-Rum

karena tidak semua manusia sadar akan fitrahnya, dan barang siapa yang hidup dengan fitrahnya maka manusia itu mendapatkan keharmonisan dan kedamaian dalam kehidupannya, karena alam bersikap *Rabbani* dan memuji dan bertasbih kepada Allah, Allah SWT bersabda : "Dan tidak ada suatupun melainkan bertasbih dengan memuji-Nya." (Al-Isra': 44).

c) Keselamatan jiwa dari keterpecahan dan konflik batin.

Rabbaniyah ini berfaedah akan keselamatan jiwa dari keterpecahan konflik batin, hatinya takkan terbagi dan terbelah dengan berbagai macam tujuan dan arah. Islam telah membatasi tujuan dari manusia supaya tidak berkisar dari Allah, dan berkonsentrasi hanya beramal menuruti keridhohan Allah. Kita semua harus tahu kemana kita jalan? Dari mana kita memulai dan mengakhiri? Dan bersama siapa kita berjalan. Allah berfirman:

"Barangsiapa yang berpegang teguh kepada Allah maka sesungguhnya ia telah diberi petunjuk kepada jalan yang lurus." (Ali Imran: 101).<sup>34</sup>

2

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Al-Qur'an Surah Ali-Imran

 d) Terbebas dari penghambatan kepada egois dan nafsu syahwat.

Rabbaniyah telah mengakar dalam jiwa manusia agar terbebas dari egoisme, nafsu shawatnya, kenikmatan fisiknya dan dari ketundukan dan penyerahan diri. Dengan perhitungan yang sulit, kesenanagan hari ini akan di hisab hari esok.

b. *Rabbaniyah Mashar* dan *Manhaj* (Rabbaniyah dalam Sumber Acuan dan Konsep).

Rabbaniyah Mashar dan Manhaj adalah merupakan tujuan dan sasarannya Rabbani yang murni, karena semua sumber dari Allah SWT yang diturunkan melalui nabi Muhammad Saw. Sebagaimana firman Allah:

"Hai Manusia, sesungguhnya telah datang kepadamu bukti kebenaran dari Rabbmu, (Muhammad dan muzjizat yang di bawanya), dan telah kami turunkan cahaya yang sangat terang benderang (Al-Quran)." (An-Nisa': 174).35

"Hai manusia, sesungguhnya telah datang kepadamu pelajaran dari Rabbmu dan penyembuh serta rahmat bagi orang-oarang yang beriman." (Yunus: 57).<sup>36</sup>

\_

<sup>35</sup> Al-qur'an Surah An-Nisa'

<sup>36</sup> Ibid

## 1) Kedudukan Rasul dalam Manhaj Ilahi ini

Allah adalah pembuat dan perancang dan Dia juga adalah tujuan dan cita-cita akhirnya. Dan Rasul adalah seorang yang memberi keterangan bagi manusia. Sebagaimana Allah berfirman:

"Dan demikianlah kami wahyukan kepadamu wahyu (Al-Quran) dengan perintah kami. Sebebelumnya kami tidaklah mengetahui apakah Al-Quran dan tidak pula mengetahui apakah iman itu, dan kami menjadikan Al-Quran itu cahaya." (As-Syura).

### 4. Ekonomi Akhlak<sup>37</sup>

Dalam risalah Islam terdiri dari empat cabang : Akidah, Ibadah, Mu'amalat dan Akhlak. Cabang akhlak berasumsi bahwa cabang terakhir yang diperhatikan Islam dan bahwasanya akhlak tidak meningkatkan kepada cabang-cabang yang lainnya. Akhlakiyah merupakan karakter Islam yang umum. Tentang akhlak telah di sampaikan Al-Quran sebagaimana firman-Nya:

"Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung."

(Al-Qalam: 4).<sup>38</sup>

-

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, Pengantar Kajian Islam (Mesir: Maktabah Wahbah, 1996), 102

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Al-Qur'an surah Al-Qalam

### a. Moral dan Ekonomi

Akhlak (moral) Islam ruang lingkup dan implementasinya dalam persoalan materi dan ekonomi, baik bidang produksi, sirkulasi, distribusi, ataupun konsumsi. Maka dari itu, ekonomi tidak akan pernah lepas dari batasan-batasan dan ikatan, tidak terikat dengan nilai dan etika, sebagaimana yang diserukan oleh berbagai macam pakar ahli ekonomi bahwasanya tidak boleh memisahkan antara moral dan ekonomi.

Dan harus kita ketahui bahwa seorang yang beriman kepada Allah dan seorang muslim kita tidak boleh memproduksi barang semaunya sendiri seperti contoh, bagi siapaun tidak boleh memproduksi barang yang membahayakan bagi manusia baik materiil atupun moril. Tidak boleh walaupun menghasilkan keuntungan yang sangat besar. Tidak boleh bagi seorang muslim memproduksi barang yang akan menyebabkan pederitaan bagi orang lain.

Seperti contoh memproduksi anggur atau bisa disebut dengan Khamar dapat menguntungkan yang sangat besar, tetapi bahaya khammar juga sangat besar terhadap akal pikiran, tubuh dan akhlak, serta dampak kerusakan pada individu, keluarga maupun pada masyarakat sekitar. Sebagaimana Allah berfirman:

"Mereka bertanya kepadamu tentang Khamar dan judi, katakanlah : pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya." (Al-Baqarah : 219).<sup>39</sup>

Seorang muslim boleh memperjualbelikan segala sesuatu di muka bumi ini, kecuali : Khammar (miras), bangkai, babi, patung untuk komoditi. Atau tidak boleh memperjualbelikan barang yang bukan hak miliknya, atau barang yang membahayakan, membawa kerusakan dan alat kejahatan. Sebagaimana dikatakan di sebuah hadist :

"sesungguhnya Allah jika mengharamkan sesuatu, maka Dia mengharamkan pula hasil penjualannya."

Dan seorang muslim tidak boleh memonopoli makanan atau barang-barang lainnya yang dibutuhkan banyak manusia karena menginginkan keuntungan yang berlipat, dikatakan oleh sebuah hadist:

"Tidaklah boleh kalian lakukan memonopoli kecuali kalian adalah orang-orang yang bersalah/berdosa."

Dan sebagaimana firman-Nya:

"Sesungguhnya Fir'aun dan Haman beserta tentaranya adalah orang yang bersalah." (Al-Qashah: 8).40

Dan bagi seorang pedagang muslim tidak boleh untuk menutupi cacat suatu barang yang perjualbelikan dan menganggapnya baik-baik saja dan tidak boleh melebih-lebihkan barang yang dijualbelikan dengan melalui cara promosi dengan periklanan modern, agar supaya

.

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> Al-Qur'an Surah Al-Baqarah

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Al-Qur'an Surah Al-Qashah

para konsumen tertarik untuk membeli akan tetapi tertipu tidak sepantasnya atas apa yang diucapkan dan didapatkan, hal ini merupakan menipuan atau manipulasi. Yang mana dalam Islam Rasulullah bersabda:

"Barangsiapa yang menipu kami maka dia bukan golongan dari kami."

Dan dalam pendistribusian tidak boleh bagi seorang muslim untuk memilik harga dengan cara yang keji ataupun tidak halal baginya untuk mengambil hak orang lain yang bukan miliknya atau dengan cara kelicikan dan pelanggaran. Dan tidak boleh bagi seorang muslim untuk mengembangkan usahanya dengan hal keji pula.

Maka dari itu Allah SWT mengharamkan bagi siapapun yang mempraktikkan perjudian, riba, memakan harta orang lain dengan cara yang batil (tidak sah), berbuat dzalim dengan membahayakan orang lain dengan berbagai macam apapun caranya.

Konsumsi dalam Islam harta yang kita punya tidak boleh dimakan semaunya kita sendiri tetapi Islam mengikatnya dengan sikap seimbang dan pertengahan dan tidak boleh berlebih-lebihan. Allah berfirman:

"Makan dan minumlah dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (Al-A'raf: 31).<sup>41</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Al-qur'an surah Al-A'raf

"Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal." (Al-Isra': 29).

Dan Islam sendiri tidak menyukai hal yang bermewah-mewahan dan termasuk orang yang bermewah-mewahan, dan mengharamkan hal yang bermewah-mewahan seperti memakai emas dan perak berlebih-lebihan.

### b. Karakteristik Moral Islam

1) Sebuah Moral yang Beralasan dan dapat Dipahami

Islam selalu menilai dengan cara yang logis dan ada alasan tetapi dapat diterima oleh akal dan dapat menjelaskan maslahat (kebaikan) dibalik apa yang kita lakukan. Sebagaimana terdapat beberapa firman Allah:

"Maka bersegeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya." (Al-Jumuah: 9).

"Dan tidaklah sama kebaikan dan kejahatan. Tolaklah kejahatan dengan cara yang lebih baik, maka orang-orang di antara kamu akan menjadi teman yang setia." (Fushilat: 34).

### 2) Moral yang Universal

Sebagaimana Firman Allah:

اً تَعْدِلُوا لا ا عَلَى قَوْمٍ نُ شَنَا يَجْرِمَنَّكُمْ وَلا

"janganlah kebencianmu kepada suatu kaum untuk berlaku tidak adil." (Al-Maidah: 8).42

## 3) Kesesuaian dengan Fitrah

Firman Allah SWT:

"Pakailah pakaianamu yang indah disetiap memasuki masjid." (Al-A'raf: 31).43

## 4) Moral Positif

Nabi Muhammad Berpesan untuk bekerja memakmurkan kehidupan sampai detik dunia ini tidak berusia lagi, sebagaimana pesannya: "jika kiamat telah hampir datang sedangkan di tangan seseorang yang salah maka kamu ada anak pohon yang ingin ditanamnya, maka jika dapat kiamat tidak terjadi sampai ia menanamnya maka hendaklah ia menanamkannya."

Dan sebagaimana firman-Nya:

قَاعِدُوْنَ هُهُنَا إِنَّا تِلاَّ فَقَا وَرَبُّكَ أَنْتَ فَاذْهَبْ

"karena itu pergilah kamu bersama Rabbmu, dan berperanglah kamu berdua.." (Al-Maidah:24)44

## 5. Ekonomi Kemanusiaan<sup>45</sup>

Dalam Islam insaniyyah ada beberapa prinsip termasuk persaudaraan, persamaan dan kebebasan. Islam sendiri sangat mementingkan tali persaudaraan yang erat bagi sesama agama ataupun beda agama, dan dalam Islam persamaan manusia adalah azas (dasar pemikirannya) yang mana Islam

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Al-Qur'an Al-Maidah

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Al-qur'an Al-A'raf

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Al-Qur'an Surah Al-Maidah

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, Pengantar Kajian Islam (Mesir: Maktabah Wahbah,1996 M),175

tidak memandang bulu tidak melihat dari keturunan, kategori apapun, warnawarni apapun, antara salah satu kaum dengan yang lainnya, atau bergantung kepada warna kulit. Sebagaimana firman-Nya:

"Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu (manusia) dari lelaki dan perempuan dan menjadikan berbagai bangsa dan suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang palimg mulia di antara kamu adalah orang yang bertaqwa, Allah Maha mengetahui dan Maha Mengenal." (Al-Hujurat: 13).46

Ada beberapa realistis penghormatan Allah bagi manusia, manusia dalam agama Islam adalah istimewa, makhluk yang sangat dimulikan oleh Allah. Sebagaimana disebutkan:

a. Dijadikan sebagai khalifah di Bumi

Allah menganugerahkan manusia akal dan ilmu pengetahuan yang dapat mengungguli malaikat.

b. Diciptakan dalam bentuk yang terbaik

Sebagaimana dalam surat At-tiin "Sesungguhnya Kami menciptakan manusia dengan sebaik-baiknya." <sup>47</sup>

c. Keistimewaan dengan unsur Ruh

Sebagaimana firman-Nya " Kemudian Dia menciptakan keturunannya dari saripati air mani, kemudian menyempurnakan dan meniupkan ruh kedalam tubuhnya. Dia menjadikanmu pendengaran,

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Al-Qur'an Surah Al-Hujurat

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Al-qur'an Surah At-Tiin

penglihatan dan hati, tetapi kamu sangat tidak bersyukur," (As-Sajadah : 8-9).<sup>48</sup>

### d. Alam tunduk untuk kepentingan manuisa

Sebagaimana dalam Al-Quran di jelaskan : "Tidaklah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan langit dan bumi untuk kepentinganmu dan menyempurnakan untukmu Nikmat-Nya lahir dan batin." (Luqman : 20).<sup>49</sup>

# 6. Ekonomi Pertengahan atau Keseimbangan<sup>50</sup>

Yang di maksud dari pertengahan ini adalah yang mana harus seimbang antara kutub satu dan satunya, dimana tidak boleh salah satunya saja yang berpengaruh tetapi satunya di buang. Contoh dari kutub yang berlawanan ini adalah rabbaniyah dan insyaniyah, materialisme dan spiritualisme, keduniaan dan keakhiratan, akal dan wahyu, proyeksi masa depan dan masa lalu, sosialisme dan individualisme, idealisme dan realisme, keteguhan pada prinsip dan perubahan dan sebagainya. Antara dua kutub tersebut harus sesusai dengan porsinya masing-masing dan tidak boleh berat sebelah dan tidak boleh berlebihan ataupun kekurangan. Sebagaimana Firman-Nya:

"Dan Allah telah meninggalkan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan). Supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu." (Ar-Rahman :7-9).<sup>51</sup>

<sup>49</sup> Al-Qur'an surah Luqman

<sup>50</sup> Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, Pengantar Kajian Islam (Mesir : Maktabah Wahbah, 1996), 197

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> Al-Qur'an Surah As-Sajadah

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Al-Qur'an Surah Ar-Rahman

Allah menciptakan wasthilah untuk umat Islam, keistimewaan Al-Wasthhiyyah dan Faedah-faedahnya:

a. Al-Wasthiyyah Bermakna Adil

"Al-wastu" yaitu adil dan seimbang atau dengan kata lain tidak boleh condong pada satu sisi.

b. Al-Wasthiyyah Bermakna Istiqomah

Islam mengajarkan seorang muslim untuk selalu meminta petunjuk, sebagaimana terdapat ayat di surat Al-Fatihah : "Ya Allah, Tunjukkanlah kami kepada jalan yang lurus."

c. Al-Wasthiyyah adalah Bukti Kebaikan

Sudah terbukti bahwa keseimbangan adalah kebaikan baik dari sisi materiil maupun spiritualisme. Sebagaimana di surat Al-Baqarah :

"Dan demikianlah kami menjadikanmu umat pertengahan agar kamu menjadi saksi" (Al-Baqarah).

### **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM**

### A. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

Gambar 2. Gambaran Umum Pondok Pesantren Al-Mashduqiah





Pondok Pesantren Al-Mashduqiah adalah sebuah Pondok Pesantren yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda No. 370. Kelurahan Patokan Kecamatan Kraksaan, Kabupaten Probolinggo. Pondok Pesantren ini lahir dari upaya dan partisipatif dalam mewujudkan cita-cita luhur "mengembalikan kejayaan Islam dan kaum muslimin", izzul Islam wal muslimin. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah didirikan diatas tanah wakaf dengan luas 5,6 Hektar dari Alm. KH. Badri Mashduqi, yaitu pendiri dan perintis Pondok Pesantren Badridduja. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah bernaung di bawah Majlis Riasah Ma'ahid Badridduja yang dipimpin oleh KH. Mustofa Quthbi Badri, MA, yaitu putera tertua dari Alm. Kyai Badri Mashduqi, diantranya: Pondok Pesantren Badridduja, dan Panti Asuhan Al-Mabrur yang keduanya berlokasi di Kelurahan Kraksaan Wetan,

Kecamatan Kraksaan. Al-Mashduqiah dirintis dan didirikan oleh anak dan menantu dari KH. Badri Mashduqi, yaitu, KH. Dr. Mukhlisin Sa'ad, MA dan Nyai Hj. Zulfa Badri S.Pdi. atas mandat dari Kyai Badri yang ingin mendirikan Pondok Pesantren yang berbasis Muallimin dan modern. Maka didirikanlah Pondok Pesantren Al-Mashduqiah upaya dalam mewujudkan cita-cita dari Kyai Badri Mashduqi.

Pondok Pesantren Al-Mashduqiah didirikan pada tanggal 8-Juli-1998, oleh Kyai Mukhlisin dan Nyai Zulfa, kemudian Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dirintis, apa tujuannya, apa cita-citanya, apa haluannya. Pada awal didirikan, untuk mengenalkan kepada masyarakat awalnya Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dinamakan Badridduja 2, begitu nama yang tertera dalam brosur pada awal didrikan. Sampai kemudian Kyai Mukhlisin memberikan nama "Al-Mashduqiah" sebagai penghormatan kepada Kyai Mashduqi, yaitu abah dari Kyai Badri dan juga kakek dari Nyai Zulfa Badri. Selain sebagai penghormatan kepada Kyai Mashduqi nama "Al-Mashduqiah" juga mengandung makna seperti "ibu kandung" karena bentuk dalam bahasa arab sebagai muannas, yang bersifat wanita atau perempuan. Diharapkan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah sebagai pelindung dan mengayomi umat. Seperti ibu kadung yang senantiasa melindungi anaknya dengan sepenuh hati. Sedangkan dalam arti etismonologi dari Al-Mashduqiah sendiri adalah "tempat orang-orang yang jujur" karena kejujuran adalah modal utama manusia untuk berinteraksi dan bermuamalah dengan sesama.

Al-Mashduqiah berdiri di wilayah yang rata-rata terdapat banyak Pondok Pesantren disekitarnya, Al-Mashduqiah tidak maksud tasabuq atau tak ingin bersaing dengan lembaga-lembaga yang sudah dahulu berdiri darinya. Seperti Pondok Pesantren Badridduja, Nuruil Qu'ran, dan Pondok Pesantren Tarbiyatul Akhlak. Seperti apa yang dinasehatkan oleh KH. Abdul Haq kepada Kyai Mukhlisin, bahwa kita harus banyak belajar dari tetengga yang ada, yang dimaksud adalah agar memperbanyak dan menjalin silaturrahim dengan para tetangga, alhasil tidak ada kesan bahwa ada maksud perseturuan, perlombaan, atau kompetesi memperebutkan pelajar dan santri ketika awal Pondok ini didirikan. Bahkan Alm. Habib Husen, selaku pendiri dan pengasuh Pondok Pesantren Nurul Qur'an mendukung langkah Kyai Mukhlisin saat mendirikan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah., "Lanjutkan Kyai, jika memang untuk syiar Islam". Ujarnya.

Dibangunlah gedung perdana yang terdiri dari dua gedung yang mana sebelah timur kamar dan sebelah barat sebagai kelas, dibangunnya gedung perdana ini sumbangan dari orang-orang Islam dari Singapura, dan salah satu ustadz Baidlowi dan para Thoriqotul Tijaniyah. Akhirnya ada dua puluh delapan pelajar pertama di Pondok Pesantren ini. Tetapi, seiring berjalannya waktu tersisa delapan orang santri. Setelah dua tahun berdiri terdapat dua santri baru dan angkatan pertama terdiri dari sepuluh orang santri alumni Pondok Pesantren Al-Masduqiah. Pada tahun ini santriwan santriwati Al-Mashduqiah hampir mencapai 1.000 orang, yang mana setiap periode santri bertambah sekitar 400 orang.

Pada tahun 2003 dibangunlah asrama putri, sehingga kemudian Pondok Pesantren Al-Mashduqiah merangkap menjadi Pondok Pesantren putra dan putri. Banyak cara yang dilakukan Kyai untuk mempersubur pendanaan Pondok Pesantren, salah satunya dengan mendirikan unit-unit usaha Pondok Pesantren, seperti : Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Nurul Haramain dan PT. Nurul Haramain Mulia, CU BBM, MJ Swalayan dan Toko ATK Mandiri.

Pada tahun 2008 didirikanlah Masjid Nur Al-Mashduqiah, sampai saat ini Pondok Pesantren Al-Mashduqiah terus berkembang, sarana dan prasana yang ada mulai terpenuhi dengan baik. Pada tahun 2020 akan dibuka pula STIEBI BAMA (Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi).

## B. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

### 1. Visi

Terwujudnya Pondok Pesantren yang terkemuka yang mampu melahirkan generasi muda yang berakhlakul karimah, mandiri, kreatif, handal dan mampu berperan serta dalam pembangunan umat.

# 2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas (Quality Education) dengan bertumpu pada nilai-nilai keIslaman dan keIndonesiaan.
- b. Melaksanakan kegiatan-kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan dalam upaya menegakkan nilai-nilai Islam sebagai Rahmatan Lil'alamin
- c. Mengupayakan kemandirian Pondok Pesantren Melakukan berbagai kegiatan usaha produktif yang menguntungkan, baik dikelola sendiri maupun bersama pihak luar.

### C. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

**Tabel 4. Struktur Organisasi** 

No	Nama	Jabatan
1	Kyai. H. Mukhlisin Sa'ad	Pengasuh Pondok Pesantren Al-Mashduqiah
2	Nyai. Hj. Zulfa Badri	Pengasuh Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

3	Fatimataz Az-zahra	Ketua Pengawas Kopontren Al-Mashduqiah
4	Ustadzah Ira	Ketua Pengurus Kopontren
5	Siti Aminatus	Manajer dan Bendahara pabrik roti dan air
6	Arni Kumalasari	Manajer dan Bendahara Pabrik Tahu dan Tempe
7	Sayyidanah	Bendahara Konveksi
8	Diana Ulfa	Manajer dan Bendahara Koperasi

# D. Kegiatan-Kegiataan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah<sup>52</sup>

- 1. Pendidikan Formal
  - a. SMP Plus Muallimin
  - b. MA Plus Muallimin
  - c. Muallimin
- 2. Pembelajaran Bahasa Asing
- 3. Pengajian Kitab
- 4. Pembelajaran Al-Qur'an

# E. Program-Program Pengembangan dan Ekstrakurikuler di Pondok

# Pesantren Al-Mashduqiah.

- 1. Program Pengembangan
  - a. Diklat Kepemimpinan dan Manajemen
  - b. Diklat Kewirausahaan
  - c. Praktek Mengajar
  - d. Diskusi Kelompok
  - e. Diklat Jurnalistik
  - f. Karya Ilmiyah

<sup>52</sup> http://www.almashduqiah.com diakses pada tanggal 12 Desember 2019

#### 2. Program Ekstrakurikuler

- a. Musik Band
- b. Seni Hadrah
- c. Bola Voli
- d. Tenis Meja
- e. Badminton
- f. Sepak Bola
- g. Basket
- h. Pancak Silat
- i. Majalah Dinding
- j. Teater
- k. Seni Lukis dan Kaligrafi
- 1. Latihan Pidato 3 Bahasa Asing
- m. Latihan Pramuka
- n. Kursus Komputer
- o. Qira'atul Qur'an

# F. Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

Ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah terdiri dari 2 subsektor, yaitu : subsektor *fashion*, subsektor kuliner. Dari subsektor kuliner terdiri dari 3 bagian, yang pertama ada pabrik tahu dan tempe, kedua pabrik roti dan air, ketiga Koppontren Al-Mashduqiah. Dari subsektor *fashion* adalah konveksi. Sebagaimana berikut :

Tabel 5. Produk-Produk Ekonomi Kreatif Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

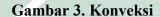
No	Ekonomi Kreatif	Nama Produk
		Baju/ Jubah Seragam Pondok
		Baju Pramuka
		Rok Pramuka
		Kerudung Pramuka
1	Fashion (Konveksi) <sup>53</sup>	Kerudung Putih
		Baju Putih
		Rok Hitam
		Rok Putih
		Kerudung Hitam
2	Vulinar (Dahuih Tahu dan Tauan 3)54	Tahu
2	Kuliner (Pabrik Tahu dan Tempe) <sup>54</sup>	Tempe
		Izzi Water Kecil
		Izzi Water Tanggung
		Izzi Water Besar
		Roti Coklat Blok
		Roti Coklat Keju
		Roti Coklat
		Roti Pisang
		Roti Kacang Keju
3	Kuliner (Izzi Bakery dan Water)	Roti Kepala
	Rumer (1221 Bakery dan Water)	Roti cappucino
		Roti Kacang Hijau
		Roti Piscok Plus
		Roti Pizza
		Roti Mieses Pelangi
		Roti Pisang Uduk
		Roti Sosis
		Roti Aneka Gulung
		Roti Strawberry

Faizatul, wawancara, tanggal 25 November 2019
 Arni, wawancara, 12 Januari 2020

		Roti Keju Fla
		Roti Kepang Coklat
		Roti Kepang Keju
	Koperasi Pondok Pesantren	Makanan Ringan
4	_	Minuman
		Kitab-Kitab Pesantren
		Peralatan Mandi

Sumber: Wawanacara bersama karyawan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

## 1. Gambaran Umum Konveksi





Sumber: Dokumentasi oleh peneliti tanggal 25 November 2019

Konveksi Al-Mashduqiah awalnya hanya sebagai alat pembelajaran bagi santriwati untuk belajar menjahit sejak tahun 2014 yang mana di pegang oleh kepengurusan dari bagian kesenian santri untuk melatih para santriwati yang mengikuti ekstrakurikuler menjahit saat itu, sampai pada tahun 2015. Setelah Tahun 2015 yaitu Tahun 2016<sup>55</sup> konveksi mulai berkembang dengan tenaga dari para santriwati dan ustadzah Tini yang memegang konveksi untuk memproduksi

<sup>&</sup>lt;sup>55</sup>Tini, wawancara. Tanggal 25 Desember 2019

kerudung muslimah khas Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dan sejak Tahun 2016 konveksi mewajibkan para santri untuk membeli kerudung seragam di konveksi dengan persetujuan Ibu Nyai Zulfa Badri, S.Pdi. Satu Tahun setelahnya Pondok mewajibkan para santri untuk membeli kerudung di konveksi Pondok, Tahun 2017 Konveksi memulai untuk memproduksi baju seragam para santriwati dan mulai saat itu pembuatan seragam santriwati diproduksi oleh konveksi Pondok, kecuali seragam olahraga yang masih memesan ke konveksi luar Pondok.

# 2. Gambatan Umum Izzi Bakery dan Water

Gambar 4. Pabrik Roti dan Air





Sumber: Media Sosial Izzi Bakery

Pabrik Roti dan Air yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah berdiri sejak Tahun 2016<sup>56</sup>, yang mana awal berdiri hanya mengandalkan para alumni yang mengabdi setelah tamat dari pembelajaran di Pondok Pesantren. Pabrik ini terletak di komplek Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Jl. Ir. H. Juanda

-

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> Siti Rovita, wawancara, tanggal 25 Desember 2019

No. 370, Patokan Kraksaan yang mana pabrik ini telah memiliki izin dari Dinas Kesehatan dengan Nomer P.IRT:206351309210-21 dan jam buka setiap hari Senin-Sabtu, Jam 08.00-16.00. Saat ini pabrik roti dan air ini telah memilik 4 karyawan<sup>57</sup>. Akan tetapi dari produk air sendiri masih belum mempunyai izin pemasaran dan BPOM. Maka dari itu pemasaran dari air sendiri hanya di dalam Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

# 3. Gambaran Umum Pabrik Tahu dan Tempe



Gambar 5. Pabrik Tahu dan Tempe

Sumber: Dokumentasi oleh Peneliti tanggal 25 November 2019

Pabrik tahu dan tempe telah berdiri sejak Tahun 2014, yang mana awal mula berdirinya pabrik ini dengan tujuan memudahkan mendapatkan lauk bagi para santri, dan menjadikan peluang ini untuk membangun pabri tahu, yang awalnya membeli tahu dan tempe dari daerah Besuki dan jarak tempuh yang sangat jauh, dengan berdirinya pabrik tahu ini Tahun 2014, akhirnya Pondok Pesantren tidak lagi membeli tahu dari luar Pondok, langsung memproduksi

<sup>57</sup> Arni, wawancara, tanggal 20 Januari 2020

langsung di pabrik tahu milik Pondok Pesantren. Karyawan yang ada di pabrik tahu dan tempe ini terdapat 3 karyawan, karyawan tersebut dari warga sekitar Pondok Pesantren. Yang mana jam kerja dari Jam 08.00-13.00 dengan gaji Rp. 40.000-50.000/hari.<sup>58</sup>

# 4. Koperasi Pondok Pesantren





Sumber: Dokumentasi oleh peneliti 25 November 2019

Koperasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah berdiri sejak Tahun 1998 awal Pondok Pesantren berdiri dengan tujuan untuk memudahkan para santri berbelanja. Awal mula koperasi Pondok Pesantren ini hanya berupa sebuah kantin yang sangat sederhana dan produk yang dijual sangat kekurangan yang

\_

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Arni, wawancara, tanggal 25 Januari 2020

mengharuskan santri pada saat itu harus keluar Pondok jika produk yang diinginkan tidak tersedia di koperasi, dengan berjalannya waktu koperasi Pondok Pesantren terus berkembang, pada saat ini koperasi Pondok Pesantren ini sudah selayaknya minimarket dan sangat layak dikatakan koperasi masa modern. Adapaun visi dan misi koperasi sebagai berikut:

#### a. Visi

Menjadikan badan usaha milik Pesantren yang profesional di bidang distribusi dan pemasaran produk ritel serta membentuk minimarket berjiwa dakwah dengan slogan berbelanja dan berinfaq.

#### b. Misi

- 1) Membangun jaringan usaha dengan para alumni dan masyarakat sekitar dalam rangka pemberdayaan sumber daya insani sehingga terjalin sebuah kerjasama untuk mengembangkan ekonomi Pondok Pesantren.
- 2) Mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri
- 3) Meningkatkan kuantitas dan kualitas.

#### G. Penyajian Data Indikator Ekonomi Kreatif

#### 1. Produksi

Ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini ada berbagai macam produksi, dari sub sektor ekonomi kreatif bidang kuliner terdiri dari : pabrik tahu, pabrik roti dan air, sedangkan dari sub sektor bidang *fashion* ada konveksi, dan koperasi.

#### a. Konveksi<sup>59</sup>

Dari konveksi sendiri menghasilkan beberapa produk: Rok putih, rok hitam, rok pramuka, jubah santriwati, kerudung putih, coklat, hitam, baju putih, dan pramuka. Semua produk yang dibuat di konveksi Pondok Pesantren ini dipasarkan kepada santriwati Pondok Pesantren, dan pendapatan dari laba tersebut dikelola lagi untuk membeli bahan produksi.

Pembelian bahan baku sangat mudah karena sudah mengenal orang tersebut dan pemesanan bisa dilakukan via online, tetapi jarak tempuh yang ada membuat pemesanan bahan baku lama. Selain bahan baku kain semacam, benang, jarum, dan bahan lainnya konveksi membeli di sekitar wilayah tersebut dan jarak tempuh yang ada lumayan dekat.

Dari hasil wawancara dengan karyawan konveksi, bahan baku yang digunakan berada diluar dari Pondok dan daerah sekitar Pondok, yang mana bahan baku diperoleh dari daerah Surabaya.

#### b. Pabrik Tahu dan Tempe<sup>60</sup>

Di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah mendirikan pabrik tahu dan tempe untuk memudahkan

<sup>&</sup>lt;sup>59</sup> Faizatu Kutsiyah, Karyawan Konveksi, *wawancara*, Tanggal 25 November 2019

<sup>60</sup> Arni, Bendahara Pabrik Tahu dan Tempe, wawancara, Tanggal 25 November 2019

Pondok sendiri untuk membeli lauk pauk untuk para santri maupun santriwati, tahu dan tempe yang di produksi disini akan di salurkan langsung ke dapur Pondok Pesantren dam disajikan untuk lauk para santri. Dan bahan baku (kedelai) sendiri diperoleh dari salah satu kenalan langganan yang ada dengan harga 1 Kg = Rp.7.000, dan produksi tahu dalam sehari bisa mencapai 60-70 Kg, sedangkan produksi tempe bisa mecapai 27-30 Kg perhari. Dan pemesanan dari bahan bakar, ataupun kedelai manajer dari pabrik tahu melakukannya melalui via telfon kepada toko langganan dan langsung dikirim oleh penjual.

# c. Izzi Water dan Bakery<sup>61</sup>

Bahan baku yang diperoleh pabrik roti dan air ini sangat mudah yang hanya membutuhkan bahan baku tepung, misis, sosis yang membelinya di toko sekitar Pondok sendiri. Sedangkan untuuk membeli bahan baku pisang biasanya membelinya di pasar terdekat yaitu Pasar Semampir.

#### d. Koperasi Pondok Pesantren

Barang-barang yang dijual koperasi kulakan di sales yang dateng ke Pondok, dan kulakan di tempat grosir yang disediakan Pondok sendiri,yang mana

lati

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup>Siti Aminatus Sholehah, Bendahara Izzi Water dan Bakery, wawancara, Tanggal 25 November 2019

barang-barang yang dijual adalah kebutuhan para santri, contoh : sabun mandi, sabun cuci, makanan ringan daan minuman. Selain itu produk yang dijual adalah kitab-kitab yang menjadi pelajaran wajib bagi para santri barang tersebut kulakan langsung ke Gontor dan Al-Amien. Dan data-data sebagaimana berikut :

Tabel 6. Produksi Ekonomi Kreatif

No	Ekonomi Kreatif	Nama Produk	Produksi
		Baju/ Jubah Seragam Pondok	50/Bulan
		Baju Pramuka	50/Bulan
		Rok Pramuka	50/Bulan
	Fashion	Kerudung Pr <mark>am</mark> uka	50/Bulan
1	(Konveksi)	Kerudung Putih	50/Bulan
		Baj <mark>u Putih</mark>	50/Bulan
		Rok Hitam	50/Bulan
		Rok Putih	50/Bulan
		Kerudung Hitam	50/Bulan
2	Kuliner (Pabrik	Tahu	60-70 Kg/Hari
_	Tahu)	Tempe	27-30 Kg/Hari
		Izzi Water Kecil	300/Minggu
		Izzi Water Tanggung	300/Minggu
	Kuliner (Izzi	Izzi Water Besar	300/Minggu
		Roti Coklat Blok	25/hari
		Roti Coklat Keju	25/hari
3	Bakery)	Roti Coklat	25/hari
	Dakery)	Roti Pisang	25/hari
		Roti Kacang Keju	25/hari
		Roti Kelapa	25/hari
		Roti cappucino	25/hari
		Roti Kacang Hijau	25/hari

		Roti Piscok Plus	25/hari
		Roti Pizza	25/hari
		Roti Mieses Pelangi	25/hari
		Roti Pisang Uduk	25/hari
		Roti Sosis	25/hari
		Roti Aneka Gulung	25/hari
		Roti Strawberry	25/hari
		Roti Keju Fla	25/hari
		Roti Kepang Coklat	25/hari
		Roti Kepang Keju	25/hari
		Makanan	Per/Minggu 2x
4	Koperasi Pondok	Minuman	Per/Minggu 2x
	Pesantren	Perlengkapan Mandi	Per/Minggu 2x
		Buku dan Kitab	Persemester

# 1. Konveksi

Gambar 7. Proses Produksi Konveksi



Sumber: Dokumentasi oleh peneliti tanggal 25 November 2019

Konveksi sendiri telah memproduksi berbagai macam baju seragam muslimah di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah diantaranya: Baju jubah/seragam Pondok, pramuka, putih, kerudung pramuka, putih, dan hitam, rok hitam, putih,

dan pramuka. Setiap tahunnya produksi yang ada semakin berkembang dengan jumlah snatri yang meningkat setiap tahunnya, konveksi sendiri mampu membuat berbagai macam baju, rok, kerudung 50-70 perbulannya. Para karyawan konveksi mendapatkan gaji dari hasil yang dibuatnya dengan harga Rp. 19.000/produk.

#### 2. Pabrik Roti dan Air







Sumber: Dokumentasi oleh peneliti tanggal 25 November 2019

Pabrik Izzi bakery dan water sendiri telah memiliki berbagai macam produk, produk yang ditawarkan dari Izzi Water diantaranya: Izzi Water Kecil dengan isi 220 ml, tanggung dengan isi 600 ml, yang besar dengan isi 1500 ml, yang mana memproduksi 300/Minggu. Sedangkan produk yang ditawarkan Izzi bakery terdapat 18 Varian rasa diantaranya: Roti coklat blok, roti coklat keju, coklat, roti pisang, roti kacang keju, kelapa, cappucino, piscok plus, pizza, miesis pelangi, pisang uduk, sosis, roti aneka gulung, strawberry, roti keju fla, kepang cokelat, roti kepang keju dengan memproduksi 25/hari.<sup>62</sup>

-

<sup>&</sup>lt;sup>62</sup>Syukur, wawancara, tanggal 10 Januari 2020

## 3. Pabrik Tahu dan Tempe

Gambar 9. Tempat Produksi Tahu dan Tempe



Sumber: Dokumentasi oleh peneliti tanggal 25 November 2019

Pabrik tahu dan tempe memproduksi tahu dan tempe setiap hari tanpa ada hari libur, akan tetapi jam kerja karyawan hanya sampai siang hari. Yang mana setiap hari memproduksi tahu sebanyak 60-70 Kg/perhari sedangkan tempe 27-30 Kg/hari.<sup>63</sup>

# 4. Koperasi Pondok Pesantren

Gambar 10. Koperasi Pondok Pesantren



Sumber: Dokumentasi oleh peneliti

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> Arni, wawancara, tanggal 20 Januari 2020

Koperasi Pondok Pesantren telah mengalami banyak perkembangan setiap tahunnya, yang mana Koppontren sendiri melakukan pengambilan barang setiap satu minggu dua kali baik dari sales ataupun kulakan ke tempat-tempat grosir yang ada<sup>64</sup>.

#### 2. Pasar dan Pemasaran

Pemasaran dari semua subsektor ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini di pasarkan langsung kepada semua penghuni Pondok dan warga sekitar Pondok, dari konveksi dan koperasi Pesantren semua produksi dipasarkan kepada santriwan/wati, sedangkan pabrik tahu di produksi untuk lauk makan para santriwan dan santriwati, sedangkan pemasaran pabrik roti dan air selain dipasarkan kepada santri juga dipasarkan kepada acara-acara yang dilakukan di Pesantren ataupun diluar Pesantren. Pabrik roti sendiri menerima pesanan dari luar ataupun acara-acara hajatan diluar Pondok Pesantren.

#### a. Harga

Hasil produksi adalah penentu bagaimana harga yang sesuai dengan produk. Semua hasil produksi yang ada diberi harga sesuai kesepakatan para ustadzah dan ibu nyai di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, dan tidak ada harga tawar menawar kepada para konsumen karena harga sudah paten dan ditentukan, yang mana dari pabrik roti dan air harga yang ditawarkan kepada konsumen sangat

<sup>&</sup>lt;sup>64</sup> Anis, wawancara, tanggal 20 Januari 2020

relatif murah dengan harga roti<sup>65</sup> serba Rp. 2.000 dan harga air mulai dari Rp.1.000-Rp. 3.000. sedangkan harga tahu<sup>66</sup> Rp. 16.000 dan tempe Rp. 12.000, sedangkan harga makanan yang tersedia di Koppontren<sup>67</sup> Rp. 500-Rp.10.000 begitupun dengan harga minuman, sebagaimana data berikut:

Tabel 7. Harga Produksi

No	Ekonomi Kreatif	Nama Produk	Harga
		Baju/ Jubah Seragam Pondok	Rp.150.000
		Baju Pramuka	Rp. 60.000-75.000
		Rok Pramuka	Rp. 60.000-70.000
		Kerudung Pramuka	Rp. 32.000
1	Fashion (Konvek <mark>si</mark> )	Kerudung Putih	Rp. 32.000
		Baju Putih	Rp. 60.000-75.000
		Rok Hitam	Rp. 60.000-70.000
		Rok Putih	Rp. 60.000-70.000
		Kerudung Hitam	Rp. 32.000
2	Kuliner (Pabrik Tahu)	Tahu	Rp. 16.000
	Kunner (1 abrik 1 anu)	Tempe	Rp. 12.000
		Izzi Water Kecil	Rp. 1.000
		Izzi Water Tanggung	Rp. 2.000
		Izzi Water Besar	Rp. 3.000
3	Kuliner (Izzi Bakery dan	Roti Coklat Blok	Rp. 2.000
	Water)	Roti Coklat Keju	Rp. 2.000
		Roti Coklat	Rp. 2.000
		Roti Pisang	Rp. 2.000
		Roti Kacang Keju	Rp. 2.000

 <sup>&</sup>lt;sup>65</sup>Salamatus, *wawancara*, tanggal 20 Januari 2020
 <sup>66</sup> Arni, *wawancara*, tanggal 20 Januari 2020
 <sup>67</sup> Khoirun Nisa', *wawancara*, tanggal 20 Januari 2020

				Roti Kepala	Rp. 2.000
				Roti cappucino	Rp. 2.000
				Roti Kacang Hijau	Rp. 2.000
				Roti Piscok Plus	Rp. 2.000
				Roti Pizza	Rp. 2.000
				Roti Mieses Pelangi	Rp. 2.000
				Roti Pisang Uduk	Rp. 2.000
				Roti Sosis	Rp. 2.000
				Roti Aneka Gulung	Rp. 15.000
				Roti Strawberry	Rp. 2.000
				Roti Keju Fla	Rp. 2.000
				Roti Kepang Coklat	Rp. 2.000
				Roti Kepang Keju	Rp. 2.000
	K	neras	i Pondok	Makanan	Rp. 500-10.000
4		_	ntren	Minuman	Rp. 500-8.000
				Kitab	Rp. 5.000-100.000

# 3. Manajemen dan Keuangan

Semua subsektor yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah memiliki struktur organisasi dan setiap subsektor telah memiliki bendahara sendiri-sendiri, di antaranya:

a. Bendahara konveksi: Sayyidanah

b. Bendahara Pabrik Tahu: Arni Kumalasari

c. Bendahara Izzi Bakery: Siti Aminatus

d. Bendahara Koperasi: Ustadzah. Ulfa

# 4. Kebijakan Pesantren

Pengasuh sebagai pihak pemberi keputusan serta kebijakan-kebijakan untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini, yang mana setiap tahunnya Pondok ini mengalami kemajuan dalam meningkatkan kreatifitas yang dimiliki dan turut mempromosikan hasil usaha yang ada di Pondok Pesantren

Selain memberikan ilmu pengetahuan dan agama, para santriwati Pondok Pesantren Al-Mashduqiah juga diberikan pembelajaran atas subsektor ekonomi kreatif yang ada di Pondok sebagai modal menjadi pengusaha di masa yang akan datang.

#### 5. Kondisi Ekonomi

Dengan adanya ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini membuat para ustadzah dan warga sekitar Pondok memiliki pekerjaan dan mampu menambah penghasilan. Yang mana karyawan konveksi sendiri terdiri dari 4 orang, dari warga setempat dan para ustadzah pengabdian. Dari pabrik tahu ada 3 karyawan dari warga sekitar, dan izzi bakery terdiri dari 4 karyawan. Sedangkan karyawan dari Koperasi sendiri terdiri dari 3 Orang.

#### 6. Lingkungan

a. Fashion, dalam menjalankan konveksi di Pondok Pesantren
Al-Mashduqiah bukan hanya memenuhi kebutuhan para
santriwati saja akan tetapi juga memikirkan kondisi
lingkungan yang ada, yang mana sisa dari kain yang tidak
terpakai biasanya dibuat latihan menjahit oleh para santri

- seperti pembuatan keset, dan bagi para ustadzah biasanya dibuat isi bantal.
- b. Pabrik Roti dan Air, dalam pengelolaan pabrik roti dan air tidak ada limbah, karena pembuatan roti langsung di panggang dan pembuatan air kemasan langsung mengambil dari kran pabrik.
- Pabrik Tahu, sisa limbah pabrik tahu di jual kepada tetangga
   Pondok Pesantren sendiri dengan harga Rp. 3.000/3 Kg.
- d. Koperasi Pesantren, limbah dari makanan dan minuman (sampah plastik) biasanya dibuat kreatifitas para santri dan ditampilkan di panggung gembira.

## H. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Ekonomi Kreatif di Pesantren

Aspek-aspek yang di identifikasi dari faktor internal adalah meliputi, produksi, manajemen, pemasaran, dan keuangan/akuntansi. Yang mana hal ini dapat digunakan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan untuk pengembangan ekonomi kreatif yang ada, inilah faktor-faktor kekuataan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah:

## 1. Konveksi

a. Tidak adanya pesaing

Tidak adanya pesaing menjadikan kekuatan tersendiri oleh konveksi karena pemesanan baju seragam santriwati putri harus dipesan di konveksi sendiri.

#### b. Pangsa pasar/Marketplace

Jaringan pemasaran yang pasti yang mana di jual langsung kepada santriwati setiap tahunnya.

#### c. Alat mesin sangat memadai.

Di konveksi sendiri terdapat 10 buah mesin jahit, 2 mesin obras, 2 mesin nichi, 2 mesin bordir. Keadaan seperti ini sangat menunjang pengembangan pembuatan baju yang diperlukan.

#### 2. Pabrik Roti dan Air

## a. Marketplace/Pangsa Pasar

Produk-produk pabrik roti ini disimpan diKoppontren putri maupun putra, yang mana target utamanya adalah santri dan penghuni Pondok, selain santri sendiri adalah jama'ah tour and travel jika dilakukan manasiq haji atau acara-acara muslimatan.

#### b. Promisi melalui media sosial

Pabrik roti di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah sendiri telah mempromosikan produknya di berbagai media sosial, contoh : Facebook, Whatsapp.

#### c. Roti memiliki izin SIUP, MUI, DINKES

Pabrik Roti sendiri telah memiliki surat perizinan dari Dinas Perdagangan, selain itu telah memenuhi syarat dan mendaaptka izin dari MUI.

#### d. Harga yang relatif murah

Harga yang ditawarkan oleh Pabrik Air ataupun Roti sendiri sangat relatif murah dengan mempatok harga Rp. 2.000.

#### 3. Pabrik Tahu dan Tempe

#### a. Kualitas tahu yang bagus

Tahu yang dihasilkan dari pabrik tahu sendiri ini berbeda dari tahu yang ada, tahu ini sangat lembut seperti tahu susu tapi tidak dicampur susu.

#### b. Pangsa Pasar/Marketplace

Jaringan pemasaran tahu sendiri sudah pasti karena setiap harinya akan dijual kepada dapur Pesantren.

## c. Harga yang relatif murah

Harga yang ditawarkan oleh pabrik tahu sangat relatif murah kisaran Rp. 16.000 untuk tahu, dan Rp. 12.000 untuk tempe.

## 4. Koperasi Pondok Pesantren

# a. Pangsa Pasar

Pangsa pasar yang sangat kuat dari para santri, hanya terdapat satu koperasi makanan ringan hanya ada di Pondok Pesantren.

#### b. Laporan keuangan

Laporan keuangan telah memakai sistem, yang mana menggunakan *easy post*, *easy post* adalah sebuah sistem transaksi jual beli yang digunakan kasir saat pembayaran dan memudahkan atas transaksi jual beli dan telah memudahkan secara administrasi dan pencatatan.

#### c. Tempat ber-AC

Koperasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah memakai AC dan bisa dikatakan dapat membuat para konsumen nyaman.

## d. Tempat yang luas

Koperasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah berukuran 8x6 M, koperasi ini dikatakan luas dengan perbandingan Alfamart dan Indomaret sekitar.

# e. Barang-barang tertata rapi

Koperasi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah sangat tertara rapi di banding kantin-kantin yang ada di sekitar Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

Faktor-faktor yang menjadi kelemahan usaha ekonomi di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah adalah sebagai berikut:

#### 1. Konveksi

#### a. Kurangnya SDM

Karyawan di konveksi terdapat 4 orang, yang mana itu sangat kurang untuk membuat baju setiap tahunnya, baju untuk santri putrapun belum memadai untuk dilakukan di konveksi itu sendiri. Keseluruhan santriwati bisa mencapai 300 pertahun, berbeda dengan santriwan yang mencapai 250 pertahun.

# b. Skill yang kurang

Di konveksi sendiri tidak dapat membuat baju olahraga atau baju untuk santri putra, karena sangat minimnya karyawan.

#### c. Tempat yang kurang memadai

Tempat tang dipakai dari Konveksi sendiri adalah hanya terbuat dari tembok seng dengan berapat seng pua, dan jika saat siang ataupun musim kemarau tempat tersebut sangat panas.

## d. Kurangnya tempat barang

Lemari yang tersedia di Konveksi hanya ada satu dan penempatan barang masih ditempatkan di pojok konveksi sendiri, dan jika barang ataupun kain tidak diletakkan di lemari akan terkena kotoran dan debu.

#### 2. Pabrik Roti dan Air

## a. Kurangnya SDM

Dari pabrik roti sendiri terdapat 4 karyawan, 1 karyawan yang mengetahui resep, 1 sebagai bendahara, dan 2 sebagai pengelola dan pembuat roti.

## b. Izzi Water Belum BPOM (Air cepet exprired)

Ketahanan air dari pabrik Pondok ini sangat mudah expired karena tidak memakai pengawet.

#### c. Izzi Water Belum Memiliki SIUP

Pemasaran air ini hanya dilakukan dalam Pondok
Pesantren saja, jika ada acara mmanasiq haji, muslimatan acara
rapat-rapat, dan kegiatan yang diselenggarakan Pondok Pesantren
Al-Mashduqiah ini, atau dipasarkan kepada Koppontren
santriwan/santriwati, belum menyebar ke sekitar Pondok
Pesantren. Karena belum berbadan hukum.

#### d. Izzi Water Belum Memiliki Type Galon

Air yang disediakan oleh pabrik roti dan air dari keci, sedang, dan besar. tapi, tidak ada isi uang atau penjualan yang berbetuk galon.

#### e. Bentuk/rasa varian roti

Di pabrik roti sendiri terdapat banyak varian rasa dan berbagai macam bentuk, tetapi varian rasa yang dipakai oleh pabrik roti tersebut masih klasik dan belum kekinian.

## 3. Pabrik Tahu dan Tempe

## a. Kurangnya SDM

Kebutuhan setiap manusia terhadap tahu dan tempe sangat besar, dan di pabrik ini sangat kurang karyawan yang hanya terdapat 1 orang yang memasak tahu.

## b. Pangsa Pasar/Marketplace

Jaringan pemasaran yang dilakukan pabrik tahu hanya di dalam Pondok sendiri, pabrik tahu sangat kurang memasarkan produknya ke sekitar Pondok atau pasar-pasar untuk menjadi agen.

#### c. Tempat

Tempat yang digunakan Pabrik Tahu dan Tempe ini sangat kurang memadai, yang mana masih menggunakan anyaman bambu.

#### d. Belum memiliki MUI, BPOM

Pabrik tahu dan tempe sendiri belum mengurus MUI setelah 5 tahun berdiri.

#### 4. Koperasi Pondok Pesantren

## a. Harga relatif mahal

Harga yang ditawarkan koperasi dikatakan mahal, karena pengambilan barang di grosir Pondok yang mana masih mengambil keuntungan juga.

#### b. Belum adanya harga

Di setiap produk yang di jual tidak ada lebel harga, dengan itu konsumen tidak mengetahui harga yang di jual secara langsung.

#### c. SDM kurang ramah

Jika melayani konsumen, para kasir ataupun karyawan yang ada kurang ramah dan tersenyum.

#### d. Tidak adanya promosi

Karena di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah hanya terdapat satu Koperasi yang menjual makanan ringan maka tidak ada promosi. Dan ini dapat membuat para santri enggan untuk membeli di koperasi tersebut dan lebih memilih membeli makanan di kantin atau di pabrik roti itu sendiri.

# I. Identifikasi Peluang dan Ancaman Ekonomi Kreatif di Pondok Al-Mashduqiah

Aspek-aspek yang akan ditinjau dari faktor eksternal ini adalah, ekonomi, lingkungan dan kebijakan Pesantren. Faktor-faktor eksternal dapat digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman untuk pengembangan ekonomi kreatif

di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah. Inilah faktor eksternal yang menjadi peluang pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah:

#### 1. Konveksi

#### a. Jumlah santri berkembang

Perkembangan santriwan/wati setiap tahunnya akan meningkatkan tingkat pembelian. Perkembangan santriwan/wati menjadi peluang bagi konveksi untuk meningkatkan penjualan dan produksi.

# b. Kegiatan/komunitas Pondok

Selain banyaknya santri yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ada beberapa komunitas : TPQ/Anak mengaji setiap sore dari luar Pondok, Nurul Haramain yaitu komunitas manasiq haji yang mana setiap bulan dan tahunnya membutuhkan baju yang belum dikelola oleh konveksi Pondok Pesantren sendiri.

## c. Menerima Order dari luar Pondok

Selain mengelola dari kebutuhan dalam Pondok sendiri, konveksi memiliki peluang untuk menerima pesanan dari warga sekitar, karena banyak dari warga yang membutuhkan jasa jahit baju.

#### 2. Pabrik Roti dan Air

# a. Banyaknya warga dalam Pondok atau luar Pondok

Banyaknya warga dalam maupun sekitar Pondok menjadi peluang yang sangat besar bagi pabrik roti dan air, karena air adalah kebutuhan pokok bagi warga sekitar dan dengan harga yang murah. Dengan membuka isi ulang air galon, yang mana di sekitar Pondok belum ada jasa isi ulang air galon. Atau menitipkan produk yang ada di sekitar toko-toko diluar Pesantren.

## b. Banyaknya acara yang diadakan di Pondok Pesantren

Dengan adanya pabrik roti dan air sendiri, jika ada acara manasiq haji, fatayat ataupun acara-acara besar lainnya yang di adakan di Pondok, atau acara-acara yang dilakukan satu minggu sekali di Pondok Pesantren, menjadi peluang sangat besar untuk mengembangkan dan pemasaran pabrik roti ini sendiri.

#### c. Banyaknya peminat roti

Dari 300 santri 50% dari mereka menyukai roti, karena dilihat dari yang di produksi setiap hari termasukk besar.

#### 3. Pabrik Tahu dan Tempe

# a. Sebagai agen

Selama ini pabrik ini hanya memproduksi tahu dan tempe untuk di kosumsi oleh para santri. Hanya ada 1 atau 2 orang yang membeli tahu ke pabrik tahu Pondok Pesantren.

#### b. Peningkatan pendapatan warga sekitar

Karyawan dari pabrik tahu sendiri adalah warga sekitar Pondok, dan harusnya pabrik tahu memiliki peluang untuk menjual produknya kepada warga sekitar Pondok Pesantren untuk dapat meningkatkan keuntungan yang lebih.

#### c. Pembuatan cabang

Membuatan cabang di daerah-daerah selain di dalam Pondok sendiri, dapat mengembangkan usaha-usaha yang dimiliki Pondok.

## 4. Koperasi Pondok Pesantren

#### a. Membuka cabang

Koperasi yang ada di Pondok udah sangat bagus dijalankan dengan fasilitas dan manajemen yang ada. Dengan hal itu koperasi Pondok memiliki peluang utuk membuka cabang diluar Pesantren dengan target para warga atau membuka cabang yang berdekatan dengan kampus-kampus.

#### b. Koppontren merupakan kebutuhan santri

Koppontren merupakan salah satu kebutuhan santri, yang mana yang dijual adalah barang-barang yang sangat dibutuhkan oleh santri baik dari barang mandi dll.

## c. Kerjasama dengan distributor

Karena koperasi mematok harga yang mahal, maka koperasi dapat bekerja sama dengan distributor-distributor yang lebih murah.

Faktor-faktor eksternal yang menjaadi ancaman bagi ekonomi kreatif Pondok Pesantren sebagai berikut :

#### 1. Konveksi

#### a. Pengiriman barang terlambat.

Bahan yang dipesan oleh konveksi kadang datang terlambat dari toko, sedangkan *stock* bahan yang ada di konveksi sudah tidak ada. Karena pesanan melalui via online.

#### b. Berkurangnya santri

Jika santri yang mendaftar di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah berkurang, maka penjualan yang berkurang drastis.

#### 2. Pabrik Roti dan Air

#### a. Kompetitor.

Banyaknya pesaing dari Pondok-Pondok sekitar yang telah memiliki produk ADK yang lebih berkualitas dibanding produk yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Al-Mashduqiah sendiri, salah satunya Nurul Qodim, santri dan lainnya.

## b. Karyawan yang mengetahui resep roti hanya satu orang.

Karyawan yang mengetahui resep roti hanya satu orang dari 4 karyawan, jika satu karyawan tersebut berhalangan maka tidak membuat roti. Itu menjadi ancaman bagi pabrik roti sendiri apalagi jika karyawan tersebut *resign* tidak ada penggantinya.

#### 3. Pabrik Tahu dan Tempe

# a. Kompetitor

Banyaknya pengusaha tahu menjadi ancaman bagi pabrik tahu Pondok Pesantren untuk memasarkan produknya kepada ke luar Pondok sendiri. Banyak para warga sekitar yang membeli tahu ke pasar atau ke Mlinjo daripada ke dalam Pondok sendiri.

## b. Media promosi atau pemasaran kurang

Dengan adanya pabrik tahu yang ada di dalam Pondok Pesantren tidak diketahui oleh masyarakat sekitar.

#### c. Tidak adanya bahan alternatif lain jika bahan baku naik

Karena bahan baku dari tahu tempe sendiri hanya kedelai maka sangat menjadi ancaman bagi pabrik jika harga bahan baku naik ataupun langka.

## 4. Koperasi Pondok Pesantren

#### a. Santri Liburan

Jika santri liburan, maka konsumen tetap koperasi tidak ada. Karena koperasi sendiri didirikan di dalam Pondok Pesantren.

# b. Kompetitor

Pesaing koperasi Pondok adalah toko-toko di sekitar Pondok, yang mana ketika hari jumat para walisantri lebih sering membeli barang-barang dari luar Pondok.

#### **BAB IV**

#### HASIL PEMBAHASAN

# A. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Analisis SWOT di Lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

Strategi adalah sebuah program atau gambaran kegiatan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dan usaha untuk kedepan. Dan yang dimaksud dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif ini sendiri, bagaimana cara kita mengembangkan ekonomi kreatif yang ada di Pesantren ini dengan memulai dengan perencanaan-perencanaan strategis yang mampu membuat usaha tersebut berkembang.

Seperti halnya yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini, para pelaku usaha yang ada harus memiliki perencanaan strategi yang tersusun agar mampu menumbuh kembangkan usaha-usaha yang dijalankan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

Dalam strategi yang dapat dikembangkan untuk mencapai sebuah pertumbuhan yang baik, dalam keuntungan ataupun penjualan adalah dengan mengembangkan pasar dan produk yang ada, yang mana dengan pengembangan pasar dan produk mampu meningkatkan usaha tersebut. Berikut salah satu strategi yang dapat mengembangkan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah:

Analisis SWOT adalah kepanjangan dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman). Yang merupakan sebuah instrumen analisis untuk mengetahui strategi pengembangan untuk sebuah perusahaan ataupun sebuah usaha.

#### 1. Konveksi

- a. Kekuatan (Strenght)
  - 1. Tidak adanya pesaing
  - 2. Pangsa pasar kuat
  - 3. Alat mesin yang memadai
- b. Kelemahan (Weakness)
  - 1) Kurangnya Sumber Daya Manusia
  - 2) Kemampuan skill/keterampilan yang kurang
  - 3) Tempat barang kurang memadai
  - 4) Bangunan konveksi kurang memadai
- c. Peluang (Opportunity)
  - 1) Perkembangan jumlah santriwan/wati
  - 2) Kegiatan/aktivitas Pondok
  - 3) Menerima order dari luar Pondok Pesantren
- d. Ancaman (Threat)
  - 1) Pengiriman barang terlambat
  - 2) Tidak ada bahan baku pengganti
  - 3) Tidak memiliki channel bahan baku

## Tabel 8. Analisis SWOT pada usaha Konveksi

KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
1. Tidak adanya pesaing	1. Kurangnya SDM
2. Pangsa pasar kuat	2. Kemampuan
3. Alat mesin memadai	skill/keterampilan
	karyawan kurang

		3. Bangunan konveksi
		kurang memadai
		4. Tempat barang
		kurang memadai
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Perkembangan	Meningkatkan tingkat	1. Merekrut dan
jumlah	produksi	melatih karyawan
santriwan/santriwati	2. Meningkatkan mutu	baru
2. Kegiatan/aktivitas	produk agar dikenal	2. Mengoptimalkan
Pondok yang cukup	banyak orang	pembuatan produk
banyak	3. Mengoptimalkan	Memiliki
3. Menerima order dari	produksi dengan	
luar Pondok	adanya kegiatan dan	
	dengan alat mesin	
4	y <mark>an</mark> g memadai	
	4. Mengoptimalkan	
	media sosial untuk	
	kegiatan promosi	
ANCAMAN (T)	STRTEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Pengiriman barang	Menjalin kesepakatan	1. Memanfaatkan
terlambat	kepada toko langganan	keahlian santriwati
2. Tidak ada bahan	tuntuk pengiriman	untuk belajar
baku pengganti	barang	menjahit
3. Tidak memiliki	2. Mencari mitra usaha	2. Memiliki mitra
channel bahan baku		yang lebih banyak
lain		3. Menghubungi
		langganan toko
		lebih awal
Dari tahal diatas danat diialas		

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa:

# a) Strategi S-O

Kolom S-O adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa kita manfaatkan. Strategi S-O pada konveksi diantaranya adalah : meningkatkan tingkat produksi dengan adanya peluang untuk memproduksi pakaian untuk para santri putra, Jama'ah manasiq haji, TPQ. Dengan itu, konveksi harus meningkatkan mutu agar dikenal banyak kalangan masyarakat dan mempromosikan melalui sosial media.

#### b) Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang mencoba meminimalkan kelemahan atau memperbaiki kelemahan dalam rangka mencoba memanfaatkan peluang yang ada, salah saatunya adalah : dengan merekrut dan melatih karyawan baru agar mempunyai *skill* dan kemampuan untuk mengoptimalkan produksi.

#### c) Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan sebagai memperkecil ancaman yang dihadapi oleh usaha ekonomi kreatif yang ada, salah saatunya adalah menjalin kesepakatan antara toko langganan dan konveksi perbulannya, dengan catatan bahwa konveksi sendiri harus segera menghubungi toko langganan sebelum kehabisan bahan baku.

#### d) Strategi W-T

Strategi W-T adalah strategi yang mencoba meminimalkan kelemahan dan mencegah ancaman yang ada. memiliki mitra usaha yang banyak agar mempermudah dalam mendapatkan bahan baku, dan menghubungi langganan toko lebih awal agar tidak kehabisan bahan baku. Dan menggunakan tenaga santri untuk media pembantu dan pembelajaran.

TABEL 9. MATRIKS IFAS KONVEKSI

No	Kekuatan (Strenght)	Bobot	Skor	Total
1	Tidak adanya pesaing	0.5	4	2

2	Pangsa pasar kuat	0.2	4	0.8
3	Alat mesin yang memadai	0.3	4	1.2
		1.0		4

No	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Skor	Total
1	Kurangnya Sumber Daya Manusia	0.3	1	0.3
2	Kemampuan skill/keterampilan yang kurang	0.3	1	0.3
3	Bangunan Konveksi kurang memadai	0.2	2	0.4
4	Tempat barang kurang memadai	0.2	2	0.4
		1.0		1.4

Sumber: Data Diolah

Dari hasil tabel diatas, pada faktor *strenght* memiliki total nilai 4, sedangkan pada faktor *weakness* 1,4. Hasil tersebut diperoleh dari hasil penjumlaan skor setiap jawaban yang diberikan kepada informan. Nilai strenght rata-rata memiliki nilai total 4 yang memiliki arti setiap informan memberikan nilai baik terhadap faktor internal perusahaan. Dan pada *weakness* dengan nilai 1,4.

TABEL 10. EFAS KONVEKSI

No	Peluang (Opportunity)	Bobot	Skor	Nilai
1	Perkembangan jumlah santriwan/wati	0.3	4	1.2
2	Kegiatan/aktivitas Pondok	0.5	5	2.5
3	Menerima order dari luar Pondok Pesantren	0.2	3	0.6
		1.0		4.3

No	Ancaman (Threat)	Bobot	Skor	Nilai
1	Pengiriman barang terlambat	0.3	2	0.6
2	Tidak ada bahan baku pengganti	0.3	2	0.6
3	Tidak memiliki channel bahan baku lain	0.4	2	0.8
		1.0		2

Sumber: Data Diolah

Selanjutnya nilai total dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagaimana berikut: Kekuatan 4, Kelemahan 1,4, Peluang 4,3, Ancaman 2. Dilihat dari total skor yang didapatkan dari setiap informan, maka kondisi internal perusahaan faktor Kekuatan (Strenght) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik dari dibanding dengan kelemahan (Weakness). Dan kondisi faktor eksternal perusahaan faktor peluang (Opportunities) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik daripada faktor ancaman (Threats).

#### 2. Pabrik Roti dan Air

- a. Kekuatan (Strenght)
  - 1) Pangsa pasar kuat
  - 2) Promosi melalui media sosial
  - 3) Izzi Bakery Memiliki SIUP, MUI, DINKES
  - 4) Harga yang relatif murah
- b. Kelemahan (Weakness)
  - 1) Kurangnya Sumber Daya Manusia
  - 2) Izzi Water tidak memiliki BPOM
  - 3) Izzi Water tidak memilki SIUP
  - 4) Tidak Memiliki berbagai macam Type/Bentuk
  - 5) Varian rasa/bentuk kurang menarik
- c. Peluang (Opportunity)
  - 1) Memasarkan produk ke toko-toko sekitar Pondok
  - 2) Dibutuhkan di berbagai macam acara, di dalam atau di luar Pondok
  - 3) Banyaknya peminat roti
- d. Ancaman (Threat)
  - 1) Banyaknya kompetitor

- 2) Kurangnya karyawan yang mengetahui resep/rasa
- 3) Konsumen berkurang saat para santri liburan

Tabel 11. Analisis SWOT pada Pabrik Roti dan Air

	KEKUATAN (S)		KELEMAHAN (W)		
	1.	Pangsa pasar kuat	1.	Kurangnya SDM	
	2.	Promosi melalui	2.	Izzi Water tidak memiliki	
		media sosial		BPOM	
	3.	Izzi Bakery	3.	Izzi Water tidak memiliki	
		Memiliki SIUP,		SIUP	
		DINKES, MUI	4.	Izzi Water tidak memiliki	
	4.	Harga yang relatif		banyak <i>Type</i>	
		murah	5.	Varian rasa dan bentuk	
		1 b. A		Izzi Bakery yang kurang	
				menarik	
PELUANG (O)	STRAT	TEGI S-O	STRA7	TEGI W-O	
1. Memasarkan	1.	Me <mark>ningkatkan</mark>	1.	Merekrut dan melatih	
produk ke toko		pangsa pasar		karyawan baru	
sekitar Pondok		dengan	2.	Mendaftarkan produk ke	
2. Dibutuhkan		mengoptimalkan		BPOM dan SIUP	
diberbagai macam		media sosial	3.	Meningkatkan berbagai	
acara.	2.	Mempertahankan		macam type/bentuk dari	
3. Banyaknya peminat		harga yang relatif		Izzi Bakery dan Izzi	
roti		murah untuk		Water	
		loyalitas pelanggan			
ANCAMAN (T)	STRA	ΓEGI S-T	STRAT	ΓEGI W-T	
1. Banyaknya	1.	Mengoptimalkan	1.	Melatih para santri agar	
kompetitor		media sosial		bisa membantu dan	
2. Kurangnya		sebagai media		belajar setelah selesai	
karyawan yang		promosi		pembelajaran	
mengetahui rasa			2.	Berusaha untuk	
dan resep				memproduksi varian rasa	

3. Berkurangnya	2. Meningkatkan	dan bentuk lebih kekinian
konsumen saat	varian bentuk dan	dan memiliki perbedaan
santri libur	rasa	dari produk-produk
	3. Memasarkan	pesaing
	produk ke sekolah,	
	toko sekitar	
	•	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

## a) Strategi S-O

- a. Meningkatkan pangsa pasar dengan mengoptimalkan media sosial
- b. Mempertahankan harga yang relatif murah

## b) Strategi W-O

- a. Merekrut dan melatih karyawan baru
- b. Mendaftarkan produk ke BPOM dan SIUP
- c. Meningkatkan berbagai macam *type*/bentuk dari Izzi Water dan Bakery

## c) Strategi S-T

- a. Mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi
- b. Meningkatkanvarian rasa dan bentuk
- c. Memasarkan prosuk ke sekolah dan toko sekitar

## d) Strategi W-T

- a. Melatih para santri
- b. Berusaha untuk memproduksi varian rasa dan bentuk

TABEL12. IFAS PABRIK ROTI DAN AIR

No	Kekuatan (Strenght)	Bobot	Skor	Total
1	Pangsa pasar kuat	0.2	4	0.8
2	Promosi melalui media sosial	0.2	4	0.8

3	Izzi Bakery Memiliki SIUP, MUI, DINKES	0.3	3	0.9
4	Harga yang relatif murah	0.3	3	0.9
		1		3.4

No	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Skor	Nilai
1	Kurangnya Sumber Daya Manusia	0.2	2	0.4
2	Izzi Water tidak memiliki BPOM	0.2	2	0.4
3	Izzi Water tidak memilki SIUP	0.2	2	0.4
4	Tidak Memiliki berbagai macam Type/Bentuk	0.2	1	0.2
5	Varian rasa/bentuk kurang menarik	0.2	1	0.2
		1		1.6

Sumber : Data Diolah

TABEL 13. EFAS PABRIK ROTI DAN AIR

No	Peluang (Opportunity)	Bobot	Skor	Nilai
	Memasarkan produk ke toko-toko sekitar			
1	Pondok	0.3	4	1.2
	Dibutuhkan di berbagai macam acara, di dalam		100	
2	atau di luar Pondok	0.4	4	1.6
3	Banyaknya peminat roti	0.3	3	0.9
		1		3.7

No	Ancaman (Threat)	Bobot	Skor	Nilai
1	Banyaknya kompetitor	0.4	3	1.2
	Kurangnya karyawan yang mengetahui			
2	resep/rasa	0.3	2	0.6
3	Konsumen berkurang saat para santri liburan	0.3	2	0.6
		1		2.4

Sumber: Data Diolah

Selanjutnya nilai total dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagaimana berikut : Kekuatan 3,4, Kelemahan 1,6, Peluang 3,7, Ancaman 2,4. Dilihat dari total skor yang didapatkan dari setiap informan, maka kondisi internal

perusahaan faktor Kekuatan (Strenght) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik dari dibanding dengan kelemahan (Weakness). Dan kondisi faktor eksternal perusahaan faktor peluang (Opportunities) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik daripada faktor ancaman (Threats).

## 3. Koperasi Pondok Pesantren

- a. Kekuatan (Strenght)
  - 1) Pangsa pasar
  - 2) Laporan keuangan
  - 3) Tempat ber-Ac
  - 4) Tempat luas
  - 5) Barang-barang tertata rapi
- b. Kelemahan (Weakness)
  - 1) Harga relatif mahal
  - 2) Belum adanya harga yang di tempel
  - 3) SDM kurang ramah
  - 4) Tidak adanya promosi
- c. Peluang (Opportunity)
  - 1) Membuka Cabang
  - 2) Koppontren merupakan kebutuhan santri
  - 3) Kerjasama dengan distributor
- d. Ancaman (Threat)
  - 1) Liburan Santri
  - 2) Kompetitor

Tabel 14. Analisis SWOT pada Koperasi Pondok Pesantren

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	1. Pangsa Pasar	1. Kurangnya SDM
	2. Laporan Keuangan	2. Harga relatif mahal
	3. Tempat ber-AC	3. Belum adanya harga
	4. Tempat luas	yang di tempel
	5. Barang-barang	4. SDM kurang ramah
	tertata rapi	5. Tidak adanya promosi
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Membuka cabang	1. Mempertahankan	Merekrut dan melatih
baru	tempat yang bagus,	SDM baru
2. Koppontren	agar konsumen betah	2. Memperluas mitra kerja
merupakan	di tempat	agar mendapatkan produk
kebutuhan santri	2. Mengoptimalkan	yang murah.
3. Kerjasama dengan	promosi melalui	3. Menambah harga-harga
distributor	media sosial	agar pembeli tahu tanpa
distributor		bertanya dahulu.
		4. Melatih SDM tersenyum
		atau menyambut dengan
		ramah.
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Banyaknya	1. Mempertahankan	1. Meningkatkan SDM
kompetitor	kualitas tempat	2. Mempertahankan
2. Liburan santri	yanglaykanya	hubungan baik dengan
	minimarket	pelanggan
	2. Menambah mitra	
	kerja	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

# a. Strategi S-O

- 1) Mempertahankan tempat yang bagus
- 2) Mengoptimalkan promosi melalui media sosial

# 3) Menerima pelanggan dari luar Pondok

# b. Strategi W-O

- Merekrut dan meliatih karyawan, atau merekrut karyawan yang sesuai dengan bidangnya
- 2) Memperluas mitra kerja agar mendapatkan produk yang lebih murah.

# c. Strategi S-T

- 1) Mempertahankan kualitas tempat
- 2) Menambah mitra kerja
- d. Strategi W-T
  - 1) Meningkatkan SDM
  - 2) Mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.

TABE<mark>L</mark>15. IFA<mark>S KOPPONT</mark>REN

No	Kekuatan (Strenght)	Bobot	Skor	Nilai
1	Pangsa pasar	0.2	3	0.6
2	Laporan keuangan	0.2	3	0.6
3	Tempat ber-Ac	0.2	4	0.8
4	Tempat luas	0.2	4	0.8
5	Barang-barang tertata rapi	0.2	4	0.8
		1		3.6

No	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Skor	Nilai
1	Harga relatif mahal	0.3	2	0.6
2	Belum adanya harga yang di tempel	0.2	2	0.4
3	SDM kurang ramah	0.2	1	0.2
4	Tidak adanya promosi	0.3	1	0.3
		1		1.5

Sumber: Data Diolah

TABEL 16. EFAS KOPPONTREN

No	Peluang (Opportunity)	Bobot	Skor	Nilai
1	Membuka Cabang	0.5	4	2
2	Koppontren merupakan kebutuhan santri	0.3	4	1.2
3	Kerjasama dengan distributor	0.2	3	0.6
		1		3.8

No		Ancaman (Threat)	Bobot	Skor	Nilai
1	Liburan San	tri	0.6	4	2.4
2	Kompetitor		0.4	3	1.2
			1		3.6

Sumber: Data Diolah

Selanjutnya nilai total dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagaimana berikut: Kekuatan 3,6, Kelemahan 1,5, Peluang 3,8, Ancaman 3,6. Dilihat dari total skor yang didapatkan dari setiap informan, maka kondisi internal perusahaan faktor Kekuatan (Strenght) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik dari dibanding dengan kelemahan (Weakness). Dan kondisi faktor eksternal perusahaan faktor peluang (Opportunities) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik daripada faktor ancaman (Threats).

## 6. Pabrik Tahu dan Tempe

- a. Kekuatan (Strenght)
  - 1) Produk berkualitas tinggi
  - 2) Pangsa pasar kuat dari dalam Pondok
  - 3) Harga yang relatif murah
- b. Kelemahan (Weakness)
  - 1) Kurangnya SDM
  - 2) Kurangnya pangsa pasar dari luar Pondok Pesantren

- 3) Tempat yang kurang memadai
- 4) Belum memiliki MUI, BPOM
- c. Peluang (Opportunity)
  - 1) Menjadi agen
  - 2) Peningkatan pendapatan warga sekitar
  - 3) Pembuatan cabang baru
- d. Ancaman (Threat)
  - 1) Banyaknya kompetitor
  - 2) Media promosi dan pemasaran kurang
  - 3) Tidak adanya bahan alternatif lain jika bahan baku naik

Tabel 17. Analisis SWOT pada pabrik Tahu dan Tempe

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	1. Produk berkualitas	1. Kurangnya SDM
	tinggi	2. Kurangnya
	2. Pangsa pasar sangat	pangsa pasar dari
	kuat dari dalam	luar Pondok
	Pondok	3. Tempat yang
	3. Harga yang relatif	kurang memadai
	murah	4. Belum memiliki
		MUI, BPOM
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Menjadi agen	1. Mempertahankan	Merekrut dan
2. Peningkatan	produk yang	melatih SDM
pendapatan warga	berkualitas tinggi,	baru
sekitar meningkat	lembut dan tidak	2. Memperluas
3. pembuatan cabang	mudah pecah	pangsa pasar ke
baru	2. Mempertahankan	luar Pondok
	harga yang relatif	sebagai agen tahu
	murah	

	3. Mengoptimalkan		
	promosi melalui media		
	sosial		
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T	
1. Banyaknya	1. Mempertahankan	1. Meningkatkan	
kompetitor	kualitas tahu untuk	SDM	
2. Tidak ada bahan	memperluas pangsa	2. Meningkatkan	
baku pengganti	pasar	kualitas produk	
3. Media promosi dan	2. Menambah mitra kerja	tahu dan tempe	
pemasaran kurang		3. Mempertahankan	
		hubungan baik	
		dengan pelanggan	
		4. Mempromosikan	
		mulut ke mulut	
	ii da	kepada tetangga	

Dari tabel diatas dapat kita lihat hasil dari analisis SWOT, sebagaimana berikut :

# 1. Strategi S-O

- a. Mempertahankan produk yang berkualitas tinggi
- b. Mempertahankan harga
- c. Mengoptimalkan promosi di media sosial

# 2. Strategi W-O

- a. Merekrut dan melatih karyawan baru
- b. Memperluas pangsa pasar

## 3. Strategi S-T

- a. Mempertahankan kualitas produk
- b. Menambah mitra kerja

# 4. Strategi W-T

- a. Meningkatkan SDM
- b. Meningkatkan kualitas produk

- c. Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan
- d. Mempromosikan mulut ke mulut kepada tetangga

TABEL 18. IFAS PABRIK TAHU DAN TEMPE

No	Kekuatan (Strenght)	Bobot	Skor	Nilai
1	Produk berkualitas tinggi	0.3	3	0.9
2	Pangsa pasar kuat dari dalam Pondok	0.3	3	0.9
3	Harga yang relatif murah	0.4	3	1.2
		1		3

No	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Skor	Nilai
1	Kurangnya SDM	0.2	1	0.2
	Kurangnya pangsa pasar dari luar Pondok			
2	Pesantren	0.3	2	0.6
3	Tempat yang kurang me <mark>ma</mark> dai	0.2	2	0.4
4	Belum memiliki MUI, BPOM	0.3	2	0.6
		1		1.8

Sumber : Data Diolah

TABEL 19. EFAS PABRIK TAHU DAN TEMPE

No	Peluang (Opportunity)	Bobot	Skor	Nilai
1	Menjadi agen	0.4	4	1.6
2	Peningkatan pendapatan warga sekitar	0.3	3	0.9
3	Pembuatan cabang baru	0.3	3	0.9
		1		3.4

No	Ancaman (Threat)	Bobot	Skor	Nilai
1	Banyaknya kompetitor	0.3	4	1.2
2	Media promosi dan pemasaran kurang	0.3	3	0.9
	Tidak adanya bahan alternatif lain jika bahan			
3	baku naik	0.4	3	1.2
		1		3.3

Sumber: Data Diolah

Selanjutnya nilai total dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagaimana berikut: Kekuatan 3, Kelemahan 1,8, Peluang 3,4, Ancaman 3,3. Dilihat dari total skor yang didapatkan dari setiap informan, maka kondisi internal perusahaan faktor Kekuatan (Strenght) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik dari dibanding dengan kelemahan (Weakness). Dan kondisi faktor eksternal perusahaan faktor peluang (Opportunities) memiliki nilai rata-rata yang lebih baik daripada faktor ancaman (Threats).

# B. Analisis Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Ekonomi Islam

#### 1. Indikator Ekonomi Kreatif

Inilah keberlangsungan Ekonomi kreatif yang ada di lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dari beberapa indikattor yang diteliti adalah :

## a. Produksi

Dalam Agama Islam sendiri telah dijelaskan bahwa usaha yang diperbolehakan adalah usaha yang sesuai dengan syariat Islam dan tidak boleh memproduksi barang yang membahayakan konsumen.

## 1) Konveksi

Dalam tahap produksi sendiri konveksi telah sesuai dengan syariat Islam yang mana yang diproduksi konveksi adalah pakaian muslimah dan bahan yang digunakan dalah bahan dari produk halal tidak menyalahi aturan dalam syariat Islam. Dan dalam hal ini konveksi dapat mengembangkan usahanya dengan memproduksi *fashion* muslimah.

## 2) Pabrik Roti dan Air

Produksi Izzi Bakery telah berbadan hukum, dan produk yang diproduksi oleh pabrik halal dengan menggunakan bahan baku yang telah berbadan hukum, contohnya bahan baku telur, tepung pisang dan bahan lainnya. Dan produk yang di produksi oleh pabrik ini tidak berbahaya untuk dikonsumsi oleh balita sampai lanjut usia. Dari hal ini pabrik roti ini dapat mengembangkan usahanya dengan mendafarkan produk Izzi Water kepada BPOM.

## 3) Pabrik Tahu dan Tempe

Produksi tahu dan tempe ini dari bahan baku yang halal, dan sangat menyehatkan bagi konsumennya. Dan tidak menggunakan bahan pengawet dan sangat tidak berbahaya untuk dikonsumsi. Pabrik tahu dan tempe ini dapat mengembangkan usahanya melalui mengoptimalkan produksi setiap harinya karena produk ini sangat berkualitas dan tidak mengandung pengawet.

## 4) Koperasi Pondok Pesantren

Koperasi Pondok Pesantren telah memenuhi syarat dan termasuk koperasi modern, yang telah memakai sistem. Semua barang yang di jual telah memadai, dari makanan, minuman dan bahkan kitab-kitab sudah tersedia Pondok Pesantren sendiri.

#### b. Pasar dan Pemasaran

Dalam memasarkan produknya semua usaha yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah sesuai dengan syariat Islam, yang mana telah dicontohkan oleh Rasulullah sendiri, bahwa pengambilan keuntungan/laba tidak boleh melebihi batas kewajaran.

## 1) Konveksi

Harga yang ditawarkan oleh konveksi sesuai dengan harga pasaran yang ada, dan keuntungan yang di ambil bisa mencapai 10% saja dan tidak melebihi batas wajar keuntungan. Dan setiap tahunnya harga produk naik karena bahan baku juga naik, tapi tidakk memberatkan konsumen karena penjualan baju hanya di awal periode. Dan antara penjual dan pembeli saling merelakan. Dan konveksi sendiri dapat mengembangkan usahanya dengan menerima order dari luar Pondok dan memproduksi pakaian muslim, atau untuk santri putra di Pondok Pesantren dengan harga yang relatif murah.

# 2) Pabrik Roti, Air, Tahu dan Tempe

Harga yang ditawarkan kepada konsumen sangat murah dibandingkan dengan produk-produk pesaing. Dan pabrik ini tidak hanya memikirkan keuntungan saja tapi melihat bagaimana pembeli mampu membeli produk tersebut dengan mendapatkan harga yang relatif murah. Dengan kisaran Rp. 2.000 di Pabrik Roti dan Rp. 16.000 Pabrik Tahu.

## 3) Koperasi Pondok Pesantren

Dari segi harga koperasi Pondok Pesantren masih dengan harga yang relatif mahal, maka dari itu Koppontren sendiri harus memiliki banyak mitra agar bisa menawarkan harga yang lebih murah.

## c. Manajemen dan Keuangan

Dari manajemen dan keungan sendiri usaha yang dijalankan di Pondok Pesantren Al-Masduqiah telah menerapkan sedekah yang mana menyumbang kepada Pondok sebesar Rp. 300.000 perbulannya, dan pencatatan keuangan yang tidak dapat dimanipulasi karena telah menggunakan sistem dan pemantauan langsung dari Ibu Nyai Zulfa Badri sendiri.

# d. Kebijakan Pesantren

Kebijakan Pesantren sangat berpengaruh terdapat pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, dan dalam hal ini Pondok Pesantren telah memberikan pelatihan-pelatihan tentang pengembangan ekonomi kepada santri maupun karyawan yang ada di Pondok Pesantren, dan kebijakan Pesantren juga telah mampu mensejahterakan warga sekitar maupun para penghuni Pondok itu sendiri.

## e. Kondisi Ekonomi

Kondisi Ekonomi usaha ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren bukan hanya dirasakan oleh penghuni Pondok sendiri, melainkan juga dapat dirasakan oleh warga sekitar Pondok. Sebelum adanya usaha ekonomi kreatif di Pondok ini banyak warga ataupun warga di dalam Pondok yang masih belum mendapatkan pekerjaan, dengan hadirnya berbagai macam ekonomi kreatif dapat memberikan kesempatan dan rezeki yang cukup bagi karyawan yang bekerja di Pondok ini. Dan peneliti berhadap pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini terus berkembang dan terus dapat membantu warga sekitar maupun alumni-alumni yang ada.

## f. Lingkungan

Dalam menjaga lingkungan usaha ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Masduqiah telah sesuai dengan syariat Islam, yang mana hasil dari produksi digunakan dengan sebaik mungkin dan tidak merusak keadaan lingkungan yang ada. Di konveksi sendiri hasil dari produksi digunakan dalam pembuatan keset atau bantal untuk ustadzah dan dibuat latihan menjahit bagi para santriwati. Sedangkan limbah dari ampas tahu di jual dengan harga Rp. 1.000/Kg.

#### 2. Konsep Ekonomi Islam

Tujuan dari ekonomi Islam adalah kemaslahatan bagi sesama manusia, dan bermanfaat bagi orang sekitar kita. Dan tetap berjalan diatas Al-Quran dan Hadist, inilah beberapa indikator dalam konsep ekonomi Islam sebagaimana berikut:

#### a. Ekonomi Rabbani

Dalam menjalankan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, para pelaku bisnis tidak lupa hubungannya dengan yang maha memberi rezeki, karena selain mencari rezeki tujuan akhir dari manusia adalah kepada Rabb-Nya. Maka dari itu Sumber Daya Manusia yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah adalah Muslim dan berkepribadian Islam, dan sangat bertanggung jawab pada dirinya, majikan dan kepada Allah . Selain itu, Pondok sendiri identik dengan ilmu agama, dan ketaatan dalam beribadah. Sebagaimana firman Allah "Dan sesungguhnya kepada Rabbmulah Kesudahan" (An-Najm).

Dan dapat kita lihat selain megembangkan ekonomi kreatif, di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah selalu berdoa dan mengadakan pengajian untuk pengembangan usaha dan kemakmurkan penghuni Pondok yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

#### b. Ekonomi Akhlak

Ekonomi Akhlak jelas dikembangkan di Pondok Pesantren, yang Pondok Pesantren telah membekali para santri maupun karyawannya tentang bagaimana akhlak yang baik. Begitu pula dalam berproduksi maupun pemasaran dalam koridor jaminan halal dan baik dan memiliki akhlak yang baik pula, agar konsumen menjadi loyal terhadap usaha yang dijalankan Pondok Pesantren.

Yang mana produksi dalam pengembangan ekonomi kreatif yang dijalankan Pondok Pesantren telah sesuai dengan syariat Islam,

dengan menggunakan bahan baku halal, dan memproduksi barang yang halal dan tidak berbahaya terdapat penggunaannya.

Dalam pemasarannya, Pondok Pesantren Al-Mashduqiah bersaing dengan keadaan baik/sehat dan tidak melakukan cara yang keji.

#### c. Ekonomi Kemanusiaan

Selain mementingkan keuntungan Pondok Pesantren sendiri, Pondok telah melibatkan kepentingan masyarakat sekitar agar dapat mendapatkan sedikit rezeki yang dapat mebantu meringankan kesulitan dan mencari keberkahan dengan adanya ekonomi kreatif di Pondok Pesantren. Yang mana tujuan dari ekonomi Islam sendiri adalah kemaslahatan bagi sesama.

## d. Ekonomi Keseimbangan

Ekonomi keseimbangan yang dimaksud disini adalah ekonomi yang harus seimbang antara urusan duniawi dan urusan akhirat. Ekonomi yang dijalankan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah menerapkan ekonomi keseimbangan yang mana setiap bulannya setiap usaha yang dijalankan memberikan sumbangan kepada Pondok Pesantren.

#### **BAB V**

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### A. KESIMPULAN

Ekonomi kreatif yang dijalankan oleh Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ada di 2 subsektor, yaitu di sub sektor kuliner/makanan dan *fashion*. Yang mana di setiap usaha yang dijalankan terdapat 4 karyawan di konveksi, 4 karyawan di pabrik roti, dan 3 karyawan di pabrik tahu, sedangkan Koppontren terdapat 4 orang karyawan. Dengan adanya berbagai macam usaha yang dijalankan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah ini berperan penting dalam meningkatkan pendapatan penghuni Pondok dan warga sekitar Pondok. Dan usaha yang dijalankan telah sesuai dengan syariat Islam dan dapat memaslahatkan sesama manusia.

#### **B. SARAN**

Untuk ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah kami harapkan terus dapat mengembangkan produksi baik dari koveksi, pabrik roti, air, tahu dan tempe lebih menarik perhatian konsumen dengan mebuat kreasi-kreasi baru. Kami harapkan peluang yang ada dimanfaatkan untuk mengembangkan ekonomi kreatif lebih maksimal dengan melakukan rekrutmen dan melatih SDM, karena kurangnya SDM yang ada di Pondok Pesantren.

#### DAFTAR PUSTAKA

Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag, Pengantar Ekonomi Syariah, Depok: Rajawali Pers, 2017

Dr. Muhammad Busro, Studi Kelayakan Bisnis, Yogjakarta: Expert, 2017

Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, Pengantar Kajian Islam, Mesir: Maktabah Wahbah, 1996

Freddy Rangkuti, Bussiness Plan, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000

Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Tekinik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015

Hasan, Iqbal, Analisis Data Penelitian dengan Statistik, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004

Sugiono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabet, 2013

Tika, Moh, Pobundu, Metodelogi Riset Bisnis, Jakarta: Bumi Asmara, 2006

Tim Penyusun, Kamus Besar Indonesia.

Umer Chapra, Muhammad, *Ekonomi dan Tantangan Ekonomi, Islam kontemporer*, Surabaya: Risalah Gusti, 1999

## Skripsi/Jurnal/Penelitian

Afridhal, Muhammad. 2017 "Strategi Pengembangan Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", Jurnal S. Pertanian 1

- Khasanah, Aniswatun. 2018 "Dakwah Pemberdayaan Ekonomi Melalui Ekonomi Masyarakat Melalui Industri Kreatif Telur Asin Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya" (Tesis-Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).
- Nuchayati dan Andalan Tri Ratnawati. 2016 "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata Di Kabupaten Semarang" (Fakultas Ekonomika UNTAG Semarang).
- Rohmah, Umi. 2017 "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Anyaman Bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Romadhani Kudadiri. 2018 "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk pembiayaan Pada PT. BPRS PUDUARTA INSANI TEBUIRENG" (Tesis-Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Shoberi, Muhammad Nur. 2019 "Peran Karang Taruna "Karya Mandiri" Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi (Studi Kasus Ekonomi Kreatif Pemanfaatan Sampah Plastik Di Desa Belahan Rejo Kecamatan Kesamben Kabupaten Gresik)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).
- Umi Rohmah. 2017 "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Industri Anyaman Bambu Desa Tulunggagnung" (Skripsi\_Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Ulfa Hidayati. 2018 "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

Nurul Rizkika, 2017 "Pengembangan Usaha *Home Industri* Air Kerawang Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Masyarakat Usaha Air Kerawang di Dusun Kerawang Sari, Ambarawa, Kecamatan Ambarawa Kabupaten Peringsewu)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

Murni Retiwiranti, 2018 "Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Petani Kencur Desa Fajar Asri Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah)" (Tesis-Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

#### **Sumber Internet:**

http://www.almashduqiah.com diakses pada tanggal 12 Desember 2019

http://www.kempar.go.id diakses tanggal 1 Januari 2020

https://gekraf.com diakses pada tanggal 1 November 2019

https://www.bekraf.go.id/ diakses pada tanggal 17 Oktober 2019