

**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



Dyah Ayu Fitriani

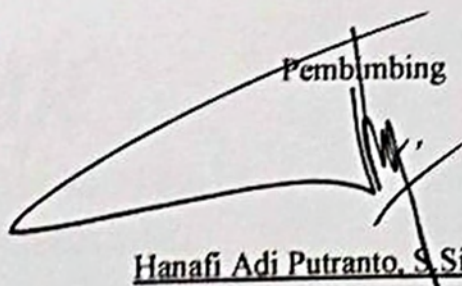
NIM G94216160

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Surabaya, 3 Maret 2020

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop on the left and a more complex, scribbled structure on the right.

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

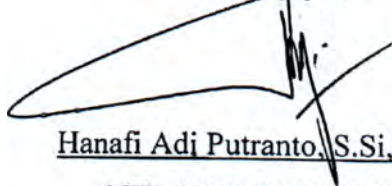
NIP. 198209052015031002

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

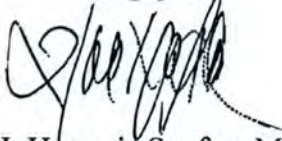
Penguji II,



Deasy Tantriana, MM

NIP. 198312282011012009

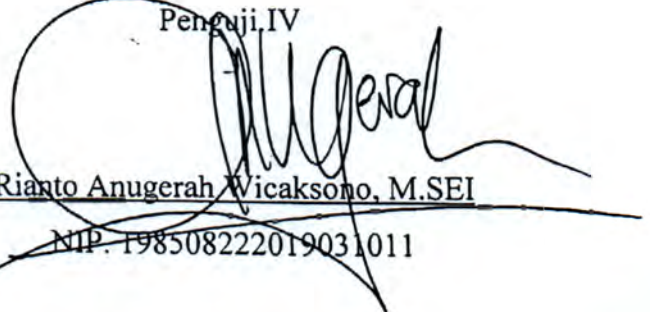
Penguji III



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

NIP. 197510162002121001

Penguji IV



Rianto Anugerah Wicaksono, M.SEI

NIP. 198508222019031011

Surabaya, 17 Maret 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. H. Ali 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 Fitriani
NIM : 694216160
Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syariah
E-mail address : dyahayufitriani.1097@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Pondok
Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patotan Kecamatan Krasikan
Kabupaten Probolinggo dalam Perspektif Ekonomi Islam

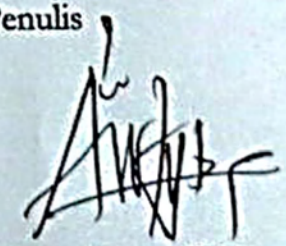
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** 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 Fitriani)
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 Research*) 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

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Informan.....	21
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

PENDAHULUAN

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 menumbuhkan kembangkan serta menerapkan ilmu pengetahuan yang berbasis ekonomi dan bukan hanya mengembangkan ilmu-ilmu agama saja.

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

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 subsektor¹, di antaranya : (1) Desain Interior (2) Fotografi (3) Desain Produk (4) Desain Komunikasi dan Visual (5) Aplikasi dan Game Developer (6) Film, Animasi dan Video (7)

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

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 metode, 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.

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.

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

- [illegible]

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

- ## E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- [illegible]

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

- a. Pesantren

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 yang 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.³

pendampingan digunakan dengan cara memanfaatkan potensi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.⁴

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 tanjong 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.⁵

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

⁴ Aniswaton 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).

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

⁶ 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).

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 snowball. Dan menggunakan analisis data SWOT.⁷

si dan wawancara secara mendalam dengan pelaku wisata yang ada di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah dengan tujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata secara snowboll. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis SWOT.⁷

Pada penelitian ini dengan penelitian di atas ada perbedaan yang signifikan. Pada penelitian yang mana objek penelitian ini Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang dimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren Al-Mashduqiah selama ini belum pernah diteliti. Di Pesantren Al-Mashduqiah telah menerapkan beberapa ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan Pesantren dalam mengembangkan sarana dan prasarana dan untuk meningkatkan kesejahteraan Pesantren. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah perlu menerapkan strategi yang tepat. Inilah yang menjadi inspirasi untuk penelitian pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah.

si dan wawancara secara mendalam dengan pelaku usaha yang ada di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah dengan tujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata secara snowboll. Dalam penelitian ini digunakan analisis SWOT.⁷

Pada penelitian ini dengan penelitian di atas ada perbedaan yang mana objek penelitian ini Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang berada di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah yang dimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren Al-Mashduqiah selama ini belum pernah diteliti. Di Pesantren Al-Mashduqiah sudah menerapkan beberapa ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan Pesantren Al-Mashduqiah dalam mengembangkan sarana dan prasarana dan untuk meningkatkan kualitas Pesantren. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah perlu menerapkan strategi yang tepat. Inilah yang menjadi inspirasi untuk penelitian pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah.

si dan wawancara secara mendalam dengan pelaku wisata yang ada di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah dengan tujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata secara snowboll. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis SWOT.⁷

Pada penelitian ini dengan penelitian di atas ada perbedaan yang signifikan. Pada penelitian yang mana objek penelitian ini Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang dimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren Al-Mashduqiah selama ini belum pernah diteliti. Di Pesantren Al-Mashduqiah telah menerapkan beberapa ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan Pesantren dalam mengembangkan sarana dan prasarana dan untuk meningkatkan kesejahteraan Pesantren. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah perlu menerapkan strategi yang tepat. Inilah yang menjadi inspirasi bagi penelitian ini untuk mengkaji pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah.

si dan wawancara secara mendalam dengan pelaku wisata yang ada di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah dengan tujuan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata secara snowboll. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis SWOT.⁷

Pada penelitian ini dengan penelitian di atas ada perbedaan yang mana objek penelitian ini Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang berada di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah yang dimana strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren Al-Mashduqiah selama ini belum pernah diteliti. Di Pesantren Al-Mashduqiah sudah menerapkan beberapa ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan Pesantren Al-Mashduqiah dalam mengembangkan sarana dan prasarana dan untuk meningkatkan kualitas Pesantren. Pondok Pesantren Al-Mashduqiah perlu menerapkan strategi yang tepat. Inilah yang menjadi inspirasi untuk penelitian pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren Al-Mashduqiah.

- a. Desain interior, yang mana subsektor ini mampu memajukan Indonesia dengan banyaknya perhotelan, perusahaan 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 ataupun minuman.
- f. Musik, mengkreasikan berbagai macam musik dari jaz, dangdut ataupun pop.

5. Indikator ekonomi kreatif¹⁰

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

[illegible]

Pasar adalah tempat bertemunya penjual 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 Rasulullah 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.

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

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

- 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 Kemanusiaan, 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

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).

1. Jenis dan Sifat 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.

[illegible]

b. Sifat penelitian

2. Sumber data

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 (kuisisioner) 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.

¹³ Iqbal Hasan, MM, Pokok-pokok Metodologi Penelitian, cet. Pertama (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) h. 82.

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 Koppondren
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 mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat menggambarkan secara jelas tentang kondisi di tempat penelitian tersebut.¹⁴ 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 pasaran, pemasaran, manajemen

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabet) 2013, hlm,196.

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 penulisan
2. BAB II Kerangka teoritis, terdiri dari :
 - a. Tinjauan tentang ekonomi kreatif, terdapat pengertian ekonomi kreatif, sektor-sektor yang di kembangkan, indikator pengembagn ekonomi kreatif.
 - b. 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, faktor-faktor 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.
 - b. 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 kreatif dalam perspektif ekonomi Islam.
5. BAB V Penutup
 - a. Kesimpulan
 - b. Saran

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Manajemen Strategi

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

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.

[illegible]

2. Jenis-Jenis Strategi¹⁶

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 kekuasaan 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 :

¹⁶ 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)

1. Segala sesuatu boleh, 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.

¹⁷ Al-Qur'an Surah Al-Mulk : 2-3

C. Tinjauan Ekonomi Kreatif

2. Subsektor Ekonomi Kreatif

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.

j. Kuliner

k. Musik

[illegible]

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, cendekiawan 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 pertunjukan 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 ditampilkan. Di Indonesia

a. Produksi

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.

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.

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*

[illegible]

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

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.

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.

²² Dr. Muhammad Busro, Studi Kelayakan Bisnis (Yogyakarta : 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 :

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 kegiatan 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 Islam²⁵

Islam sangat mementingkan kemakmuran dan kemaslahatan, dan tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah *Maqasid asy Syariah* yang mana tujuannya adalah mencapai kebahagiaan 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 ataupun sosial. Akan tetapi manusia tidak mengetahui bagaimana cara untuk mencapai sebuah kebahagiaan tersebut. Dan ada beberapa cara yang digunakan untuk mencapai kebahagiaan :

a. Falah sebagai tujuan hidup²⁶

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.

²⁵Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag, Pengantar Ekonomi Syariah(Depok: Rajawali Pers, 2017), 23

²⁶ 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).

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

يُسْرًا أَلْعُسْرَ مَعَ إِنَّ

“Hai manusia, sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Rabbbmu, maka pasti kamu akan memenuhi-Nya.” (Al-Insyifaq : 6)²⁹

Dan dalam surat An-Najm Allah berfirman : “*Dan sesungguhnya kepada Rabbmulah kesudahan (segala sesuatu).*” (An-Najm : 42).³⁰

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 :

²⁹ Al-Qu'an Surah Al-Insyifaq : 6

³⁰ Al-Qur'an Surah An-Najm : 42

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).³²

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

³² Al-qur'an Surah Saba'

b) Mengikuti fitrahnya

“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).³³

³³ Al-Our'an Surah Ar-Rum

- 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, kesenangan 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 :

مُبِينًا نُورًا إِلَيْكُمْ نَزَّلْنَا وَارَبُّكُمْ مِّنْ نُّبْرِهَا جَاءَكُمْ قَدْ النَّاسُ يَأْيَهَا

“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

4. Ekonomi Akhlak³⁷

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 :

عَظِيمٍ خُلِقَ لَعَلَى نَكَ وَإِ

“Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.”

(Al-Qalam : 4).³⁸

³⁷ Dr. Yusuf Al-Qaradhwawi, Pengantar Kajian Islam (Mesir : Maktabah Wahbah, 1996), 102

³⁸ Al-Our'an surah Al-Qalam

“Mereka bertanya kepadamu tentang Khamar dan judi,
katakanlah : pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa

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 hadits :

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

Dan sebagaimana firman-Nya :

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

⁴⁰ Al-Qur'an Surah Al-Qashah

“Barangsiapa yang menipu kami maka dia bukan golongan dari kami.”

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.

“Makan dan minumlah dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Al-A’raf : 31).⁴¹

[illegible]

3) Kesesuaian dengan Fitrah

“Pakailah pakaianamu yang indah disetiap memasuki masjid.” (Al-A’raf: 31).⁴³

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.”

قَاعِدُونَ هَهُنَا إِنَّا تِلَافًا وَرَبُّكَ أَنْتَ فَاذْهَبْ

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

5. Ekonomi Kemanusiaan⁴⁵

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

⁴⁵ Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, Pengantar Kajian Islam (Mesir : Maktabah Wahbah, 1996 M), 175

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

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

- Sebagaimana dalam surat At-tiin “*Sesungguhnya Kami menciptakan manusia dengan sebaik-baiknya.*”⁴⁷

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

⁴⁷ Al-qur'an Surah At-Tiin

d. Alam tunduk untuk kepentingan manusia

6. Ekonomi Pertengahan atau Keseimbangan⁵⁰

“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).⁵¹

⁵¹ 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).

GAMBARAN UMUM

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 Majelis Riasah Ma’ahid Badridduja yang dipimpin oleh KH. Mustofa Quthbi Badri, MA, yaitu putera tertua dari Alm. Kyai Badri Mashduqi, diantaranya: Pondok Pesantren Badridduja, dan Panti Asuhan Al-Mabrur yang keduanya berlokasi di Kelurahan Kraksaan Wetan,

Al-Mashduqiah berdiri di wilayah yang rata-rata terdapat banyak Pondok Pesantren disekitarnya, Al-Mashduqiah tidak maksud tasabug atau tak ingin

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-Masduqiah hampir mencapai 1.000 orang, yang mana setiap periode santri bertambah sekitar 400 orang.

[illegible]

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

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

⁵³ Faizatul, wawancara, tanggal 25 November 2019⁵⁴ Arni, wawancara, 12 Januari 2020

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 2016⁵⁶, yang mana awal berdiri hanya mengandalkan para alumni yang mengabdikan setelah tamat dari pembelajaran di Pondok Pesantren. Pabrik ini terletak di kompleks Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Jl. Ir. H. Juanda

⁵⁶ Siti Rovita, *wawancara*, tanggal 25 Desember 2019

a. Konveksi⁵⁹

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 Tempe⁶⁰

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

⁵⁹ Faizatu Kutsiyah, Karyawan Konveksi, *wawancara*, Tanggal 25 November 2019

⁶⁰ Arni, Bendahara Pabrik Tahu dan Tempe, *wawancara*, Tanggal 25 November 2019

c. Izzi Water dan Bakery⁶¹

d. Koperasi Pondok Pesantren

⁶¹Siti Aminatus Sholehah, Bendahara Izzi Water dan Bakery, *wawancara*, Tanggal 25 November 2019

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.

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

[illegible]

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

- #### 4. Kebijakan Pesantren

[illegible]

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.
- c. 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.

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 nich, 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.

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-kanin 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 *expired*)

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 label 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

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 termasuk besar.

3. Pabrik Tahu dan Tempe

a. Sebagai agen

Selama ini pabrik ini hanya memproduksi tahu dan tempe untuk di konsumsi 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

Membuatkan 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 untuk 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 memotong 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.

HASIL PEMBAHASAN

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.

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

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

No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Skor	Total
1	Kurangnya Sumber Daya Manusia	0.3	1	0.3
2	Kemampuan <i>skill</i> /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 penjumlahan 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 (<i>Opportunity</i>)	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 (<i>Threat</i>)	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

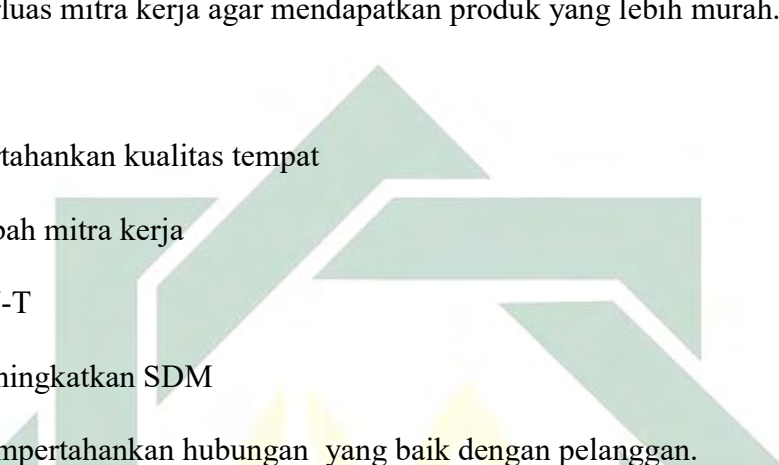
a. Kekuatan (*Strenght*)

- 1) Pangsa pasar
- 2) Laporan keuangan
- 3) Tempat ber-Ac
- 4) Tempat luas
- 5) Barang-barang tertata rapi

- 1) Harga relatif mahal
- 2) Belum adanya harga yang di tempel
- 3) SDM kurang ramah
- 4) Tidak adanya promosi

- 1) Membuka Cabang
- 2) Koppondren merupakan kebutuhan santri
- 3) Kerjasama dengan distributor

- 1) Liburan Santri
- 2) Kompetitor

- 
- 3) Menerima pelanggan dari luar Pondok
- b. Strategi W-O
- 1) 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.

TABEL15. IFAS KOPPONTREN

No	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	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 (<i>Weakness</i>)	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

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

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*).

1. Indikator Ekonomi Kreatif

a. Produksi

1) Konveksi

[illegible]

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 diproduksi oleh pabrik ini tidak berbahaya untuk dikonsumsi oleh balita sampai lanjut usia. Dari hal ini pabrik roti ini dapat mengembangkan usahanya dengan mendaftarkan produk Izzi Water kepada BPOM.

3) Pabrik Tahu dan Tempe

Koperasi Pondok Pesantren telah memenuhi syarat dan termasuk koperasi modern, yang telah memakai sistem. Semua barang yang di jual telah memadai, dari makanan,

Koperasi Pondok Pesantren telah memenuhi syarat dan termasuk koperasi modern, yang telah memakai sistem. Semua barang yang di jual telah memadai, dari makanan,

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 Koppondren sendiri harus memiliki banyak mitra agar bisa menawarkan harga yang lebih murah.

c. Manajemen dan Keuangan

Dari manajemen dan keuangan 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 terhadap 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

b. Ekonomi Akhlak

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

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

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

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

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.

KESIMPULAN DAN SARAN

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 Kopponsren 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.

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*, Yogyakarta : 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 Teknik 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 Tulunggagung" (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)

