

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

Mufa'izah¹

Iskandar Ritonga²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Abstrak

Penelitian yang berjudul “Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam Mengimplementasikan *branding* Sebagai Pondok Kewirausahaan dan Implikasinya Terhadap Jiwa Kewirausahaan Santri”. Ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang apa dan bagaimana strategi Pondok Pesantren Sunan dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan dan bagaimana implikasinya terhadap santri serta faktor apa yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pengimplementasian *branding* sebagai pondok kewirausahaan.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan informan dalam penelitian ini, yaitu Kepala perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat beserta staff dan santri Pondok Pesantren Sunan Drajat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan dilakukan dengan cara sebagai berikut : Pengintegrasian ke dalam lembaga formal (kurikulum) , Pengintegrasian ke dalam Lembaga non Formal (Pengajian), Pelatihan dan Praktik Lapangan. Dari kelima strategi yang paling berpengaruh dalam jiwa kewirausahaan santri adalah pengajian yang dilakukan oleh kiai, hal tersebut dapat dibuktikan dari 10 Informan yang telah dikumpulkan oleh peneliti 7 diantaranya termotivasi untuk membuka usaha dari nasehat, motivasi yang diberikan oleh kiai. Faktor yang membuat pengajian yang dilakukan oleh kiai menjadi sangat berpengaruh dikarenakan keberadaan kiai yang menjadi sentral pondok pesantren. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengimplementasian *Branding* Sebagai Pondok Wirausaha, terdapatnya berbagai macam usaha dengan berbagai bidang yang berbeda dalam pondok pesantren, terlibatnya santri dalam unit usaha pondok pesantren, dukungan yang penuh dari pengasuh pondok pesantren. Sedangkan faktor penghambatnya antara lain : Kurangnya kesadaran santri mengenai enterpreuner, padatnya jadwal kegiatan santri, dan Minimnya SDM.

Melihat keadaan tersebut hendaknya Pondok Pesantren Sunan Drajat, untuk lebih memaksimalkan strategi *branding* kewirausahaan yang tidak hanya terpusat pada pengasuh dan ustadz tetapi juga pada kurikulum lembaga formal. Hendaknya

¹ Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

² Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

pengintegrasian kurikulum kewirausahaan kedalam lembaga formal melibatkan semua lembaga formal yang ada di Pondok pesantren Sunan Drajat.

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran dan kemiskinan merupakan masalah besar yang dihadapi oleh bangsa Indonesia, seiring dengan bertambahnya sumber daya manusia justru mengakibatkan bertambah banyak pula pengangguran. Kepala Badan Pusat Statistik Suryamin mengatakan, tingkat pengangguran terbuka pada Februari 2016 mencapai 7,02 juta orang atau 5,5 persen.³

Wirausaha merupakan salah satu solusi yang dapat memecahkan persoalan pengangguran. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan merupakan pintu gerbang dalam membentuk dan menumbuhkan pribadi ulet, tanggungjawab dan berkualitas yang bermuara pada terwujudnya kompetensi kerja. Peran lembaga pendidikan dituntut untuk bisa menciptakan ruang yang kondusif bagi tumbuhnya spirit *entrepreneurship* melalui proses pembelajaran.⁴

Salah satu lembaga yang *concern* terhadap kewirausahaan adalah pondok pesantren. Saat ini banyak pondok pesantren yang mulai membuka diri dan menerapkan program *entrepreneur* diantaranya adalah pondok pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo, Pondok Pesantren Asy-Syifa' Cumedak Jember, pondok pesantren Nurul Hidayah Bandung, pondok pesantren Daarul Muttaqin Malang, pondok pesantren Al-ittifaq Ciwidey, pondok pesantren Sidogiri Pasuruan serta pondok pesantren Sunan Drajat Lamongan.

Diantara usaha yang dimiliki oleh pondok pesantren Sunan Drajat adalah: PT SDL, Aidrat (Air Minum Sunan Drajat), Persada Radio FM, Persada TV, Persada Rihlah, Sari Mengkudu Sunan, Garam Samudra, BMT Sunan Drajat, Kemiri Sunan, Koppontren, Toserba Sunan Drajat, Percetakan dan Fotocopy Sunan Drajat, Usaha Penyewaan Alat Transportasi, Sunan Drajat Press, Usaha Bordir dan Konveksi dan lain sebagainya.⁵

³Tempo, "Pengangguran Terbuka di Indonesia Capai 7,2 Juta Orang, dalam <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/04/173768481/bps-pengangguran-terbuka-di-indonesia-capai-7-02-juta-orang>, diakses pada 17 September 2016.

⁴Rinto Yulhan, "Pengangguran Terdidik", dalam <http://yulhanrinto.blogspot.com/2014/03/pengangguran-terdidik.html>, diakses 17 September 2016.

⁵Dokumentasi Pondok Pesantren Sunan Drajat.

Dengan banyaknya unit usaha yang dimiliki oleh pondok pesantren Sunan Drajat hal itu membuktikan bahwa KH. Abdul Ghofur selaku pengasuh sudah berhasil membangun pondok pesantren Sunan Drajat menjadi pondok wirausaha.⁶ Pada umumnya, kemandirian dan kegiatan kewirausahaan pesantren dapat berjalan dengan lancar dan maju, karena adanya beberapa faktor. Namun tidak semua faktor tersebut dapat diterapkan dengan baik oleh pondok pesantren Sunan Drajat. Hal tersebut dikarenakan padatnya jadwal kegiatan yang harus dijalani oleh santri.

Dari latar belakang yang diuraikan, kiranya perlu untuk dikaji lebih ilmiah dengan menggunakan metode penelitian yang relevan dengan masalah diatas. Oleh sebab itu peneliti mengangkat masalah strategi pondok pesantren Sunan Drajat dan implikasinya terhadap jiwa kewirausahaan santri dengan judul “ **Strategi Pondok pesantren Sunan Drajat dalam Mengimplementasikan *Branding* sebagai Pondok Kewirausahaan dan Implikasinya terhadap Jiwa Kewirausahaan Santri** “

KAJIAN PUSTAKA

A. Pondok Pesantren

1. Sejarah Pondok Pesantren

Menelusuri tumbuh dan berkembangnya lembaga - lembaga pendidikan Islam di Indonesia termasuk awal berdirinya pondok pesantren, tidak terlepas hubungannya dengan sejarah masuknya Islam di Indonesia. Salah satu pendapat mengemukakan, ketika para pedagang Islam dari Gujarat sampai ke negeri kita, mereka menjumpai lembaga- lembaga keagamaan mengajarkan agama Hindu. Setelah Islam tersebar luas di Indonesia, bentuk lembaga pendidikan keagamaan tersebut berkembang dan isinya diubah dengan pengajaran agama Islam, yang kemudian disebut pesantren.⁷

2. Pengertian Pondok Pesantren

Kata “pesantren” berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu “*sa*” dan “*tra*”. “*sa*” berarti orang yang berperilaku yang baik, dan “*tra*” berarti suka menolong.

3. Elemen – Elemen Sebuah Pesantren

⁶Santri Drajat, “Kiai Seribu Solusi”, dalam <http://blog.santridrajat.com> diakses pada 29 September 2016.

⁷ Zukhrufin Alvi, *Eksistensi Pesantren Dalam Memenuhi Kebutuhan dan Tuntutan Masyarakat dalam Bidang pendidikan dan Ekonomi Sosial*, (Skripsi—IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2011), 25.

Pondok, masjid, santri, pengajaran kitab-kitab Islam klasik dan kiai merupakan lima elemen dasar dari tradisi pesantren.⁸

4. Fungsi Pesantren

Pondok pesantren selain berfungsi sebagai lembaga pendidikan juga berfungsi sebagai lembaga sosial, dan juga sebagai pusat penyiaran agama Islam.

B. *Enterpreunership* / Kewirausahaan

1. Pengertian *Enterpreunership* / Kewirausahaan

Enterpreunership sendiri berasal dari bahasa perancis *enterpreneur*, yang secara harfiah mempunyai arti perantara.⁹

2. Jiwa Kewirausahaan

Jiwa wirausaha adalah jiwa kemandirian untuk mencari sebuah sumber penghasilan dengan membuka usaha ataupun menyalurkan kreatifitas yang dimiliki seseorang untuk kemudian dijadikan sebuah lahan untuk mencari penghasilan

3. Kewirausahaan Dalam Islam

Dalam Islam banyak ditemukan kata yang menunjuk pada bekerja, seperti *al-'amāl*, *al-kāsb*, *al-fi'l*, *as-sā'yu*, *an-nāshrū*, dan *ash-sha'n*. Meskipun masing-masing kata memiliki makna dan implikasi berbeda, namun secara umum deretan kata tersebut berarti bekerja, mencari rezeki, dan menjelajah (untuk bekerja).¹⁰

C. *Branding*

Sebuah produk / jasa diciptakan untuk memenuhi sebuah kebutuhan atau mungkin mengangkat sebuah keinginan menjadi sebuah kebutuhan baru. Tentunya untuk bisa meraihnya, maka sebuah produk juga membutuhkan suatu strategi komunikasi pemasaran yang tepat atau yang sering disebut dengan *branding*

1. Keputusan Pemberian *Brand*

- a. Keputusan Sponsor Merek (*Branding Sponsor Decision*)
- b. Keputusan Nama Merek (*Brand Name Decisions*)

⁸ Zamakhsari Dhofier, *Tradisi Pesantren (Studi Pandangan Hidup tentang Kiai)*, (Jakarta : LP3ES, 1994), 44.

⁹ Leonardus Saimab, *Kewirausahaan (Teori, Praktek, Kasus – Kasus)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 41.

¹⁰ Abdul Jalil, *Spiritual Enterpreunership*, (Yogyakarta : Lkis Yogyakarta, 2013), 65

c. Keputusan Strategi Merek (*Brand Strategy Decisions*)¹¹2. Tahapan *Branding*

Secara garis besar, ada empat tahapan pada branding diantaranya

- a. Tahapan *branding* selalu diawali oleh identifikasi obyek branding.
- b. Paska identifikasi obyek *branding* adalah pengukuran potensi popularitas awal obyek branding.
- c. Jika unsur-unsur simbol telah diputuskan maka pelaku *branding* mulai mempersiapkan panggung drama atau lokasi sosial dimana unsur-unsur simbol akan ditayangkan ke ruang interaksi sosial.
- d. Setelah panggung drama diputuskan dan siap, maka pelaku *branding* harus menentukan metode *branding*, apakah metode publisitas atau iklan.¹²

3. Metode *Branding*

Ada dua metode branding yang nantinya masing-masing metode diimplementasi di dalam variasi-variasi interaksi.

a. Metode publisitas

Metode publisitas menempatkan atau mengirimkan simbol-simbol *branding* melalui konsep obyektivasi.

b. Metode periklanan (*advertising*)

Metode periklanan menempatkan pemilik *branding* secara aktif untuk mengkampanyekan simbol *branding* ke masyarakat luas..¹³

4. Manfaat *Brand*

Akhir – akhir ini, hampir segala produk di beri *brand*. *Brand* sangat diperlukan oleh suatu produk, karena selain *brand* memiliki nilai yang kuat *brand* juga bermanfaat bagi konsumen, produsen, publik seperti yang dikemukakan oleh Bilson Simamora, yaitu:

a. Bagi konsumen

- 1) *Brand* dapat menceritakan sesuatu kepada pembeli tentang mutu.
- 2) *Brand* membantu menarik perhatian pembeli terhadap produk-produk baru yang mungkin bermanfaat bagi mereka.

b. Bagi Produsen

¹¹ Ibid., 351-357.

¹² Novri Susan, *Tahapan Branding*, dalam <http://novrisusan.com> diakses pada 29 November 2016

¹³ Novri Susan, *Metode Branding*, dalam <http://membranding.com> diakses pada 29 November 2016.

- 1) *Brand* memudahkan penjual mengolah pesanan dan menelusuri masalah – masalah yang timbul.
 - 2) *Brand* memberikan perlindungan hukum atas keistimewaan atau ciri khas produk.
 - 3) *Brand* memungkinkan menarik sekelompok pembeli yang setia dan menguntungkan.
 - 4) *Brand* membantu penjual melakukan segmentasi pasar.
- c. Bagi publik
- 1) Pemberian *brand* memungkinkan mutu produk lebih terjamin dan lebih konsisten.
 - 2) *Brand* meningkatkan efisiensi pembeli karena *brand* dapat menyediakan informasi tentang produk dan dimana membelinya.
 - 3) Meningkatkan inovasi produk baru.

DATA PENELITIAN

A. Profil Pondok Pesantren Sunan Drajat

1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Sunan Drajat

Pondok pesantren Sunan Drajat didirikan pada tanggal 7 September 1977 oleh K.H Abdul Ghofur. Pondok pesantren Sunan Drajat merupakan satu – satunya pesantren peninggalan wali di tanah Jawa yang masih tersisa, sedangkan delapan wali lainnya hanya menyisakan makam. Dianggap satu – satunya peninggalan wali karena Pondok Pesantren Sunan Drajat memiliki ikatan historis, psikologis, filosofis dengan Sunan Drajat.¹⁴

2. Visi Pondok Pesantren Sunan Drajat

Adapun yang menjadi visi dari Pondok Pesantren Sunan Drajat adalah :

Menjadi sebuah pondok pesantren yang mampu melakukan perubahan bagi masyarakat untuk menjadi masyarakat yang madani, dan meneruskan cita – cita sembilan wali. Serta membentuk insan yang berbudi luhur, berakhlakul karimah, bertaqwa kepada Allah SWT, berpengetahuan luas dan bertanggung jawab terhadap agama, nusa dan bangsa.¹⁵

¹⁴ Pidato K.H Abdul Ghofur dalam acara pengukuhan Pengurus Aswaja Nu Center Dauroh Aswaja.

¹⁵ Profil Pondok Pesantren Sunan Drajat

B. Biografi Pengasuh Pondok Pesantren Sunan Drajat (PPSD)

Prof. Dr. KH. Abdul Ghofur adalah pendiri, sekaligus pengasuh Pondok Pesantren Sunan Drajat. Beliau lahir pada Tanggal 12 Februari Tahun 1951 di dusun Banjaranyar Desa Banjarwati, dari pasangan H. Maftukhan (biasa di panggil Martokan) dan Hj. Kasiyami. Beliau anak yang ke- 4 dari 10 bersaudara.¹⁶

1. Riwayat Pendidikan K.H Abdul Ghofur

Pendidikan K.H Abdul Ghofur terdiri dari dua pendekatan, yakni *dhohir* dan *batin*. Sebelum memulai pemaparan tentang pendidikan batin K.H Abdul Ghofur terlebih dahulu akan dikemukakan fatwa Sunan Drajat. Beliau berkata “Barang siapa diantara kalian anak cucu saya yang bersedia untuk meneruskan cita-cita (memperjuangkan agama Allah) maka, aku bersedia untuk membantunya dhohir maupun bathin meskipun aku sudah meninggal”.¹⁷

2. Aktivitas K. H Abdul Ghofur

a. Sebagai Ulama' dan Pengasuh Pondok Pesantren

Ulama (Arab: العلماء, al-Ulamā, tunggal عالم alim) adalah pemuka agama atau pemimpin agama yang bertugas untuk mengayomi, membina dan membimbing umat Islam baik dari sisi keagamaan maupun sosial kemasyarakatan. Makna sebenarnya dalam Bahasa Arab adalah ilmuwan atau peneliti, kemudian arti Ulama tersebut berubah ketika diserap kedalam Bahasa Indonesia, yang maknanya adalah sebagai orang yang ahli dalam ilmu agama Islam.¹⁸

b. Sebagai Seorang Pengusaha

K.H Abdul Ghofur sangat aktif dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan, hal itu terlihat dari keinginan beliau untuk memenuhi pendidikan anak-anak kurang mampu yang ada di Pondok Pesantren Sunan Drajat. K.H Abdul Ghofur memiliki skill dalam bidang *enterpreuner* dan memiliki kemampuan dalam bidang sosial, oleh karena itu beliau dapat dengan mudah bersosialisasi dengan orang terutama orang-orang yang

¹⁶ Aguk Irawan, *Sang Pendidik (Novel Biografi KH. Abdul Ghofur)*, (Yogyakarta : Qalam Nusantara, 2015), 156.

¹⁷ <http://visit-ppsd.blogspot.co.id> Diakses pada tanggal 27 November 2016.

¹⁸ Risalah Islam, *Pengertian Ulama' Yang Sebenarnya*, dalam <http://www.risalahislam.com/2014/02/pengertian-ulama-yang-scsungguhnya.html> Diakses pada tanggal 24 September 2016.

memiliki peran dalam dunia bisnis. Dalam waktu yang singkat beliau menjadi kepercayaan beberapa pejabat Malaysia. Peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh beliau untuk menanam saham di beberapa perusahaan di Malaysia. Dari kemampuan berbisnis inilah yang secara tidak langsung menjadi faktor pendukung untuk mengembangkan pondok pesantren Sunan Drajat.¹⁹

C. Unit Pendidikan Pondok Pesantren Sunan Drajat

Pondok pesantren Sunan Drajat memiliki 2 pola pengajaran yakni, pendidikan formal dan non formal.

1. Pendidikan formal di Pondok Pesantren Sunan Drajat

Pendidikan formal di Pondok pesantren Sunan Drajat di antaranya adalah: MI Mu'awanah, Madrasah Tsanawiyah (MTS) Sunan Drajat, SMPN 2 Paciran, MMA (Madrasah Mu'alimin Mu'alimat) Sunan Drajat, MA Sunan Drajat, SMK Sunan Drajat, Institut Pondok Pesantren Sunan drajat dan Ma'had Aly Sunan Drajat. Pendidikan non Formal Pondok Pesantren Sunan Drajat

2. Pendidikan non formal di Pondok Pesantren Sunan Drajat diantaranya adalah :

Pendidikan non formal di Pondok pesantren Sunan Drajat di antaranya adalah: Madrasah Diniyah Sunan Drajat, LPBA (Lembaga Pengembangan Bahasa Asing)

D. Pesantren Wirausaha

1. Latar Belakang Berdirinya Wirausaha Di Pondok Pesantren Sunan Drajat

Seiring dengan perkembangan zaman yang kian majemuk, pondok pesantren merupakan lembaga yang bisa eksis sampai saat ini. Lembaga tersebut bisa *survive* sampai saat ini bukan karena kekuatan finansial, tetapi pada watak kemandirian yang selama ini menjadi bagian dari kehidupan pesantren. Salah satu pondok pesantren yang memiliki kemandirian tersebut adalah pondok pesantren Sunan Drajat.

K. H Abdul Ghofur merupakan pendiri Pondok Pesantren Sunan Drajat sekaligus sebagai pencetus ide wirausaha di pondok pesantren yang telah dibangunnya.

¹⁹ Aguk Irawan, *Sang Pendidik...*, 293.

2. Langkah – Langkah Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam Membangun Pondok Wirausaha.

Usaha pertama kali yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sunan Drajat dimulai dari usaha penggilingan batu gamping dari peninggalan orang tuanya. Kemudian usaha itu dikembangkan ke usaha-usaha yang lain, salah satunya adalah pupuk dolomite dan fosfat.

Dalam membangun pondok wirausaha, langkah yang dilakukan oleh K.H Abdul Ghofur adalah dengan 2 cara yakni dengan membangun kemitraan dan dengan cara membangun usaha mandiri.

3. Unit Usaha Pondok Pesantren Sunan Drajat (PPSD)

Pondok Pesantren Sunan Drajat juga memiliki unit-unit usaha untuk menopang keuangan PPSD (Pondok Pesantren Sunan Drajat) antara lain : PT SDL (Sunan Drajat Lamongan), Pengembangan Jus Mengkudu “Sunan”, Radio Persada FM 97,2 MHz, Koperasi Pondok Pesantren Sunan Drajat, Toserba Sunan Drajat, Sunan Drajat Televisi (SD TV), Pembuatan Air Minum dalam Kemasan “Aidrat”, Peternakan Sapi & Kambing, Pembuatan Madu Asma’ “Tawon Bunga”, Pembuatan Minyak Kayu Putih “Bintang Cobra”, Bordir dan Konveksi Sunan Drajat, Penggergajian dan Pengolahan Kayu Sunan Drajat, Pembuatan Pakan Ikan dan Ternak, Garam Samudra, Pabrik Pembuatan Kapal “Santosa Marine”, Persada Tour & Travel.

E. Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam Mengimplementasikan *Branding* Sebagai Pondok Kewirausahaan dan Implikasinya dalam Jiwa Kewirausahaan Santri.

Pondok Pesantren Sunan Drajat mendapatkan *brand* sebagai pondok kewirausahaan pada tahun 2004, brand tersebut didapat Pondok Pesantren Sunan Drajat dari Kementerian Pertanian.²⁰

Strategi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Pengintegrasian kedalam lembaga formal (kurikulum)

²⁰ Ir. Hilal Sularso (ketua LM3 Pondok Pesantren Sunan Drajat), wawancara, Lamongan 12 Januari 2107.

Dalam pendidikan formal, strategi yang digunakan oleh pondok pesantren adalah dengan cara pengintegrasian dengan kurikulum pendidikan, dimana di dalam Pondok Pesantren Sunan Drajat terdapat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang mana penerapan kurikulum berbasis *enterpreuner* dapat ditemukan dalam jurusan- jurusan yang terdapat dalam sekolah SMK tersebut. Misalnya, terdapat jurusan akuntansi, pemasaran. Selain itu pondok pesantren Sunan Drajat juga memiliki Institut Pondok Pesantren Sunan Drajat (INSUD) yang dimana integrasi kurikulum juga terdapat dapat lembaga tersebut, yakni adanya Program Studi Ekonomi Syari'ah didalamnya.

b. Pengintegrasian ke dalam Lembaga non Formal (Pengajian)

Dalam pendidikan non formal, strategi yang dilakukan oleh pondok pesantren Sunan Drajat adalah dengan menyisipkan materi *enterpreuner* kedalam pengajian yang dilakukan langsung oleh K.H Abdul Ghofur. Materi *enterpreuner* terkadang dikemas kedalam cerita, materi, nasihat yang bisa memotivasi santri.

c. Pelatihan

Semangat wirausaha yang digagas oleh K.H Abdul Ghofur selaku pengasuh pondok pesantren Sunan Drajat sepatutnya perlu ditularkan kepada para santri. Hal ini disebabkan para santri selayaknya perlu mempunyai ketrampilan lain selain ketrampilan dalam bidang agama yang nantinya bisa berguna di masyarakat.

d. Praktik Lapangan

Praktik lapangan merupakan kesempatan bagi santri dalam mengimplementasikan secara riil teori yang berkaitan dengan kewirausahaan yang didapat di dalam pelatihan maupun lembaga formal dan non formal. Keterampilan yang diperoleh santri pada saat program pelatihan maupun teori harus benar- benar diaplikasikan dengan baik ketika berada di lapangan. Dalam hal praktek lapangan ini pondok pesantren Sunan Drajat mengikutsertakan santri dalam usaha yang dikelola oleh pesantren.

Dari kelima strategi yang paling berpengaruh dalam jiwa kewirausahaan santri adalah pengajian yang dilakukan oleh kiai, hal tersebut dapat dibuktikan dari 10 Informan yang telah dikumpulkan oleh peneliti 7 diantaranya termotivasi untuk membuka usaha dari nasehat, motivasi yang diberikan oleh kiai. Faktor

yang membuat pengajian yang dilakukan oleh kiai menjadi sangat berpengaruh dikarenakan keberadaan kiai yang menjadi sentral pondok pesantren dan juga seringnya pengajian yang dilakukan oleh kiai berbeda dengan strategi yang lain

F. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengimplementasian *Branding* Sebagai Pondok Wirausaha

Adapun faktor pendukung yang dihadapi oleh pondok pesantren adalah sebagai berikut :

1. Terdapatnya berbagai macam usaha dengan berbagai bidang yang berbeda dalam pondok pesantren.
2. Terlibatnya santri dalam unit usaha pondok pesantren
3. Dukungan yang penuh dari pengasuh pondok pesantren.

Sedangkan faktor penghambatnya anatara lain

1. Kurangnya kesadaran santri mengenai enterpreuner.
2. Padatnya jadwal kegiatan santri.
3. Minimnya SDM.

ANALISIS DATA

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

Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa agama dan ekonomi merupakan dua hal yang berbeda, jika berbicara tentang ekonomi maka tidak bisa digabungkan dengan membicarakan agama. Padahal dua masalah ini adalah dua mata uang yang tidak bisa dipisahkan, Seperti hadist rasulullah yang berbunyi :

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: كَادَ الْفَقْرُ أَنْ يَكُونَ كُفْرًا

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

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

Dengan berbagai jenis usaha yang dimiliki, menjadikan Pondok Pesantren Sunan Drajat mendapatkan *brand* sebagai pondok kewirausahaan dari Menteri Pertanian pada tahun 2004. Secara garis besar ada empat tahapan pada *branding* diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi obyek *branding*.

Menurut Zamakhsyari Dhofier unsur – unsur yang terdapat di dalam pesantren yakni : kyai, santri dan pendidikan,²¹

2. Pengukuran potensi popularitas awal obyek *branding*

a. Kiai

Dalam tradisi kita, kiai-ulama bertindak sebagai figur sentral yang dijadikan soko guru oleh umat. Dengan demikian keunikan kepemimpinan kiai-ulama Pondok Pesantren Sunan Drajat dapat dipandang sebagai potensi yang bernilai ekonomis.

Setidaknya ada tiga hal yang dapat dijadikan kelebihan dari kiai-ulama' melalui personal *branding* yang dimiliki oleh kiai-ulama

b. Santri

Santri sering mempunyai potensi / bakat bawa'an yang dapat dikembangkan, dibina kemudian dilatih.

c. Pendidikan

Keunikan pondok pesantren terletak pada sistem pendidikannya yang integral, dimana model pendidikan khas pondok pesantren dipadukan dengan model pendidikan modern.

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

a. Kiai

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

²¹Zamakhsari Dhofier, *Tradisi Pesantren (Studi Pandangan Hidup tentang Kiai)*, (Jakarta : LP3ES, 1994), 44-55.

b. Santri

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

c. Pendidikan

Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan Pondok Pesantren Sunan Drajat dengan cara pengintegrasian kedalam kurikulum pendidikan.

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

Dalam hal ini Pondok Pesantren Sunan Drajat memilih metode publisitas, yang mana metode publisitas.

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

Analisis faktor pendukung dan penghambat bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengimplementasian *branding* sebagai pondok kewirausahaan dan implikasinya terhadap jiwa kewirausahaan santri, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan metode SWOT.

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

$$x = \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan}$$

$$= 1,025 - 0,375$$

$$= 0,65$$

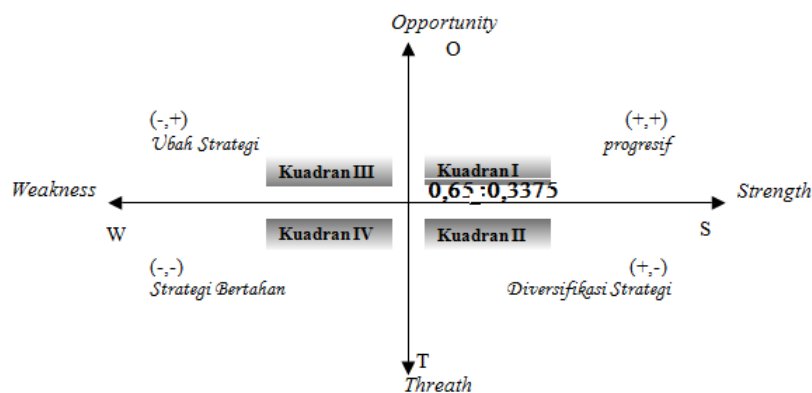
$$y = \text{Peluang} - \text{Ancaman}$$

$$= 0,375 - 0,0375 = 0,3375$$

$$= 0,3375$$

Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar:

Gambar 4.1 Diagram SWOT



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

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sunan drajat dalam mengimplementasikan *branding* sebagai pondok kewirausahaan dilakukan dengan cara sebagai berikut : Pengintegrasian ke dalam lembaga formal (kurikulum) , Pengintegrasian ke dalam Lembaga non Formal (Pengajian), Pelatihan dan Praktik Lapangan.
2. Dari 10 Informan yang telah dikumpulkan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa dari kesepuluh informan tersebut memiliki jiwa kewirausahaan dan hal yang memotivasi mereka untuk membuka usaha dikarenakan kalimat-kalimat nasihat yang diucapkan oleh pengasuh saat pengajian .
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengimplementasian *Branding* Sebagai Pondok Wirausaha, terdapatnya berbagai macam usaha dengan berbagai bidang yang berbeda dalam pondok pesantren, terlibatnya santri dalam unit usaha pondok pesantren, dukungan yang penuh dari pengasuh pondok

pesantren. Sedangkan faktor penghambatnya antara lain : Kurangnya kesadaran santri mengenai enterpreuner, padatnya jadwal kegiatan santri, dan Minimnya SDM.

B. Saran – Saran

Bagi Pondok Pesantren Sunan Drajat, untuk lebih memaksimalkan strategi *branding* kewirausahaan yang tidak hanya terpusat pada pengasuh dan ustadz tetapi juga pada kurikulum lembaga formal. Hendaknya pengintegrasian kurikulum kewirausahaan kedalam lembaga formal melibatkan semua lembaga formal yang ada di Pondok pesantren Sunan Drajat.

DARTAR PUSTAKA

- Alvi, Zukhrufin , *Eksistensi Pesantren Dalam Memenuhi Kebutuhan dan Tuntutan Masyarakat dalam Bidang pendidikan dan Ekonomi Sosial*, Skripsi—IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2011.
- Dhofier, Zamakhsari , *Tradisi Pesantren (Studi Pandangan Hidup tentang Kiai)*, (Jakarta : LP3ES, 1994.
- Irawan, Aguk, *Sang Pendidik Novel Biografi KH. Abdul Ghofur*, Yogyakarta : Qalam Nusantara, 2015.
- Jalil, Abdul , *Spiritual Enterpreunership*, Yogyakarta : Lkis Yogyakarta, 2013.
- Saimab, Leonardus, *Kewirausahaan (Teori Praktek, kasus-kasus)*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Dokumentasi Pondok Pesantren Sunan Drajat.
- Hilal Sularso (ketua LM3 Pondok Pesantren Sunan Drajat), *wawancara*, Lamongan 12 Januari 2017.
- Pidato K.H Abdul Ghofur dalam acara pengukuhan Pengurus Aswaja Nu Center Dauroh Aswaja.
- Drajat, Santri, *Kiai Seribu Solusi*, dalam <http://blog.santridrajat.com> diakses pada 29 September 2016.
- Islam, Risalah , *Pengertian Ulama’ Yang Sesungguhnya*, dalam <http://www.risalahislam.com/2014/02/pengertian-ulama-yang-sesungguhnya.html> Diakses pada tanggal 24 September 2016.
- Susan, Novr, *Tahapan Branding*, dalam <http://novrisusan.com> diakses pada 29 November 2016.
- Tempo, “Pengangguran Terbuka di Indonesia Capai 7,2 Juta Orang, dalam <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/04/173768481/bps-pengangguran-terbuka-di-indonesia-capai-7-02-juta-orang> , diakses pada 17 September 2016.