

## **Optimalisasi Strategi Pengembangan Usaha Unit-Unit Usaha Di Pesantren Gontor Putri Kampus 2**

**Andi Triyawan**

Universitas Darussalam Gontor  
andisurabaya85@gmail.com

**Nabila Nizar**

Universitas Darussalam Gontor

**Anugrah Mustika**

Universitas Darussalam Gontor

### **Abstrak**

Business Unit is a source of income for modern huts Gontor Putri Campus 2, where the main capital is obtained from the hut and returned for the welfare of the cottage community. So it takes development of the business unit to be more advanced than before, as well as a strategy in marketing that can increase the appeal of Gontor Putri Campus 2 to the business units in Gontor Putri Campus 2. The purpose of this research is to know the opportunities, threats, strengths, and weaknesses in running the business unit in Gontor Putri Campus 2. Knowing the business development that business units run, and help analyze the right strategy to increase sales volume. For the above problem, research in Participatory Action Research approach is done by various approaches. Thus, some participatory measures carried out include raising awareness of the importance of the product, facilitating business development variables, and holding a Focus Group Discussion in search of problems and solutions along with business unit actors in Gontor Putri Campus 2.

**Keywords:** Business Unit, business development, SWOT analysis

### **Pendahuluan**

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan. Unit usaha di Gontor Putri Kampus 2 merupakan bentuk usaha yang sudah beroperasi dan berkembang secara berkala, namun perkembangan yang terjadi begitu lambat sehingga hasil yang dicapai belum terlihat secara jelas. Padahal unit usaha ini memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang

lebih maju, karena telah memiliki konsumen tetap yaitu santriwati Gontor Putri Kampus 2.

Unit usaha di Gontor Putri Kampus 2 berbasis ekonomi protektif, yaitu dari santri, oleh santri dan untuk santri. Oleh karena itu, sangat penting perannya dalam pembangunan ekonomi pesantren karena memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat pondok Gontor Putri Kampus 2, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan pondok, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas perekonomian pondok.

Unit usaha sebagai sumber pendapatan bagi pondok modern Gontor Putri Kampus 2, sekaligus tempat atau media bagi para pengurus untuk berlatih bisnis dari level mikro. Tetapi ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengurus unit usaha, diantaranya masih minimnya pekerja yang bekerja sebagai tenaga kerja produksi, masih belum tersedianya fasilitas produksi yang lengkap, dan tidak hanya berhenti sampai disitu. Selain unit usaha yang baru berkembang, minimnya pengetahuan akan hal pengelolaan unit usaha masih menjadi masalah tersendiri.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menganalisa suatu *gap* (celah) yang terjadi antara pengurus unit usaha dengan unit usaha yang dijalaninya. Dalam tulisan ini, akan membahas tentang beberapa unit usaha yang telah kami amati aktifitasnya selama ini, diantaranya Mie Ayam, Ice Cream, dan Tailor.

## **Pembahasan**

### **1. Manajemen Strategi**

Manajemen Strategi didefinisikan sebagai kerangka atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan dan tindakan atau program organisasi (Rienna Oktarinas: 2008). Disamping itu, strategi juga diartikan sebagai rencana tentang apa yang ingin dicapai suatu organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang ingin dicapai tersebut. Sejalan dengan pendapat diatas menurut David (Imron Rosyadi: 2013, 111–22)., strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan dan menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang. Selain itu, Marrus dalam Umar menyebutkan bahwa strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Tujuan suatu strategi adalah untuk

mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan pihak pesaing. Sebagaimana yang telah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya; Vembri (Helia Vembri Noor: 2014, 18), Yosua (Yosua Halomoan and Iulando Siregar: 2017, 36–45), Alfi (Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, and Agung Budiarmo, 1–12)., Ariani, Sutrisna, Agus (Santoso Agus: 2008)., Arief, Adhe (Adhe Anggreini Saragi: 2017)., Eni, Budi, Iqbal (Iqbal Fauzi: 2018)., dan Alyas (Alyas dan Muhammad Rakib: 2017. 114–20).

Pemahaman mengenai konsep strategi sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing.
- b. *Competitive Advantages* adalah kegiatan spesifik yang dilambungkan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.

Sementara itu Manajemen Strategi didefinisikan sebagai suatu proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan sesuai dengan lingkungannya. David mendefinisikan manajemen strategi sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi (pemasaran, keuangan, SDM, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, sistem informasi) yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Senada dengan definisi di atas, Pierce dan Robinson dalam Wardhana mengartikan manajemen strategi sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Manajemen Strategi memiliki beberapa tahapan, mengidentifikasi visi, misi dan tujuan merupakan tahap awal yang harus dilakukan. Tahap kedua adalah mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang melalui perumusan strategi yang tepat dan evaluasi strategi sebagai tahap terakhir.

Tripomo dan Udan berpendapat bahwa manfaat yang diperoleh dari serangkaian proses yang dilakukan dalam rangka merumuskan suatu strategi ini adalah:

- a. Mendorong Pemahaman Terhadap Situasi

Organisasi secara tidak langsung akan mengidentifikasi lingkungan yang ada (internal dan eksternal) sehingga dapat lebih memahami situasi yang ada dan mungkin akan terjadi di masa depan.

b. Mengatasi Konflik

Strategi dapat digunakan sebagai alat koordinasi antara tujuan utama yang ingin dicapai oleh divisi dalam perusahaan dengan kegiatan masing-masing divisi, walaupun setiap divisi memiliki prioritas dan tujuan spesifik.

c. Alokasi Sumberdaya yang Terbatas

Strategi dirumuskan untuk menggunakan berbagai sumber daya organisasi yang terbatas untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga tercapai prinsip efisiensi.

d. Memenangkan Persaingan

Strategi digunakan dalam bertahan dan atau berkembang dalam menghadapi persaingan yang ketat.

e. Mencapai Tujuan dan Memecahkan Masalah

Perumusan strategi dengan memusatkan perhatian terhadap tujuan utama organisasi akan dapat mencapai tujuannya dan memecahkan masalah yang akan dihadapi dengan baik.

**Participatory Action Research (PAR)**

McKernan dalam CIFOR menyatakan bahwa penelitian aksi sebagai sebuah metode yang berkembang semenjak abad ke-19 dan kajian yang mendalam terhadap sejumlah literatur menunjukkan dengan jelas bahwa penelitian aksi adalah sebuah turunan dari metode ilmiah yang menjadi dasar gerakan perubahan dalam ilmu pendidikan di akhir abad ke-19. Kurt Lewin di pertengahan tahun 1940-an membangun suatu teori penelitian aksi, yang menjelaskan penelitian aksi sebagai proses yang berlangsung secara spiral dan bertahap yang masing-masing terdiri dari perencanaan, aksi dan evaluasi hasil dari aksi tersebut. Kontruksi teori penelitian aksi yang dibangun oleh Lewin tersebut menjadikan penelitian aksi sebuah metode penelitian yang dapat diterima.

Penelitian Aksi merupakan suatu penelitian sistematis yang dilaksanakan bersama (kolektif), saling bekerja sama (kolaboratif), merupakan refleksi diri, bersifat kritis dan dilaksanakan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut. Kemmis dan McTaggart, menyatakan penelitian aksi merupakan suatu bentuk refleksi diri bersama (kolektif) oleh pihak-pihak yang terlibat dalam suatu

situasi sosial dengan tujuan memperbaiki rasionalitas dan rasa keadilan dalam kehidupan sosial atau dalam pelaksanaan pendidikan mereka sendiri, sebagaimana pemahaman mereka terhadap praktek sosial itu sendiri dan situasi dimana praktek sosial itu dilakukan.

Sejalan dengan itu, Rapoport yang dikutip McKernan dalam CIFOR berpendapat bahwa penelitian aksi bertujuan membantu baik pada kepedulian orang-orang yang berada dalam situasi menghadapi permasalahan yang mendesak, maupun pada tujuan dari ilmu sosial itu sendiri melalui kerja sama dalam sebuah kerangka kerja yang saling menguntungkan dan secara etis dapat diterima.

Satu gambaran yang membedakan *action research* (penelitian aksi) adalah adanya keterlibatan dari peneliti secara aktif dan secara sengaja dalam konteks penyelidikannya. Tidak seperti dalam penelitian konvensional di mana peneliti merupakan penonton yang netral dalam konteks penelitian. Peneliti dalam penelitian aksi dipandang sebagai partisipan kunci di dalam proses penelitian, bekerja secara bersama-sama dengan pihak yang mempunyai kepentingan atau dengan pihak yang dipengaruhi untuk menghasilkan perubahan. Kerja sama antara peneliti dan pemilik masalah (*problem owner*) adalah sangat penting untuk kesuksesan proses penelitian aksi.

Sebagaimana telah diteliti oleh penelitian sebelumnya diantaranya; Laksana, Muhammad (Muhammad Muhib Alwi: 2018, 963–74)., Ivo, Brian (Brian L Djumaty, Nina Putri, and Hayam Dey: 2016, 25–31)., Lubna (Lubna: 2013, 1–22)., dan Cathy (Cathy Macdonald: 2012, 34–50)..

### **Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, kriteria usaha kecil dilihat dari segi keuangan dan modal yang dimilikinya adalah:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau
2. Memiliki hasil penjualan paling banyak 1 milyar rupiah per tahun.

Untuk kriteria usaha menengah:

1. Untuk sektor industri, memiliki total aset paling banyak 5 milyar rupiah
2. Untuk sektor nonindustri, memiliki kekayaan bersih paling banyak 600 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 3 milyar rupiah.

Sedangkan INPRES No. 10 Tahun 1999 mendefinisikan usaha menengah adalah unit kegiatan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari 200 juta rupiah sampai maksimal 10 milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).

Menurut Departemen Keuangan yang tercantum dalam keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 40/KMK.06/2003, menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan warga negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak 100 juta per tahun.

Pengertian UKM dilihat dari kriteria jumlah tenaga kerja yang dimiliki berbeda antara negara yang satu dengan yang lain. Di Indonesia, Biro Statistik mempunyai kriteria usaha kecil jika karyawannya 5 sampai 19 orang dan jika kurang dari 5 orang digolongkan usaha rumah tangga, serta usaha menengah terdiri atas 20 sampai 99 orang.

Partomo dan Soedjoedono menyebutkan bahwa kriteria umum UKM dilihat dari ciri-cirinya pada dasarnya bisa dianggap sama, yaitu sebagai berikut:

1. Struktur organisasi yang sangat sederhana.
2. Tanpa staf yang berlebihan.
3. Pembagian kerja yang “kendur”.
4. Memiliki hirarki manajerial yang pendek.
5. Aktivitas sedikit yang formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan.
6. Kurang membedakan aset pribadi dari aset perusahaan.

Menurut Gaedeke dan Tootelian dalam Partomo dan Soedjoedono, UKM memiliki 4 karakteristik, yaitu: (1) kepemilikan, (2) operasinya terbatas pada lingkungan atau kumpulan pemodal, (3) wilayah operasinya terbatas pada lingkungan sekitarnya, meskipun pemasaran dapat melampaui wilayah lokalnya, dan (4) ukuran dari perusahaan dalam industri bersangkutan lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan lainnya dalam bidang usaha yang sama. Sedangkan menurut Balton dalam Partomo dan Soedjoedono, menyatakan bahwa pimpinan atau pengurus perusahaan skala kecil-menengah pada umumnya kurang atau tidak mengenyam pendidikan formal atau mempunyai pendapat yang lemah terhadap perlunya pendidikan dalam pelatihan.

Sejarah perekonomian di dunia menunjukkan bahwa UKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang

sangat cepat di Jepang, dikaitkan dengan besaran sektor usaha kecil. Kedua, dalam penciptaan lapangan pekerjaan di Amerika Serikat setelah perang dunia II, sumbangan UKM ternyata tidak bisa diabaikan.

Sebagaimana penelitian terdahulu telah membahas tentang Unit Usaha Kecil Menengah diantaranya; Vembri, Dedi, Alfi, Ariani, Santi, Mas'ud, Prihatin, dan Sri. Walaupun UKM dipandang sebelah mata oleh para pesaing dari perusahaan skala besar, tetapi UKM memiliki beberapa keunggulan bila dibandingkan dengan usaha besar, antara lain:

1. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
4. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya memiliki birokrasi.
5. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

Partomo dan Soedjoedono berpendapat, pada kenyataannya UKM memiliki kendala-kendala dalam mempertahankan dan pengembangan usaha (bisnis), antara lain kurangnya pengetahuan pengelolaan usaha, kurang modal, dan lemah di bidang pemasaran. Untuk mengatasinya UKM harus memiliki strategi bisnis yang tepat yang perlu diambil, diantaranya adalah:

1. Untuk dapat mengembangkan UKM perlu dipelajari terlebih dahulu tentang ciri-ciri kelemahan serta potensi-potensi yang tersedia serta perundang-undangan yang mengaturnya.
2. Diperlukan bantuan manajerial agar tumbuh inovasi-inovasi mengelola UKM berdampingan dengan usaha-usaha besar.
3. Secara vertikal dalam sistem gugus usaha, UKM bisa menjadikan diri komplemen-komplemen usaha bagi industri perusahaan produsen utama. Maka diperlukan suatu strategi UKM menjalin kerja komplementer dengan usaha-usaha besar.
4. Kerja sama bisa berbentuk koperasi dan secara bersama-sama beroperasi masuk dalam usaha tertentu. Di Indonesia kemitraan usaha yang berbentuk koperasi merupakan strategi bisnis yang sangat penting, sehingga

pemerintah menganggap perlu membentuk departemen khusus untuk menangani UKM dan koperasi.

### **Alasan Memilih Subyek Dampungan**

Beberapa alasan yang mendasari pemilihan subyek pengembangan usaha unit usaha di Gontor Putri Kampus 2 adalah sebagai berikut:

1. Unit usaha merupakan tempat yang bermodal utama dari kuangan pondok untuk dikelola dan dikembangkan demi kesejahteraan pondok, maka dibutuhkan pemberdayaan, penyuluhan dan strategi pengembang unit usaha agar lebih baik.
2. Minimnya pengetahuan tentang kewirausahaan menjadikan unit usaha bergerak lamban dan terkadang statis
3. Tersedianya konsumen tetap dari santriwati Gontor Putri Kampus 2 yang menjadi peuang besar bagi barang produksi
4. Pengurus unit usaha memiliki latar belakang yang berbeda-beda walaupun semua alumni pondok pesantren, latar belakang pengalaman yang berbeda-beda memberikan banyak ambaran dan pengalaman yang banyak.
5. Besarnya potensi dan peluang yang ada, dikarenakan tidak memiliki pesaing yang berarti dalam mengembangkan unit usaha

### **Kondisi Subyek Dampungan Saat Ini**

Bagi Warga Darussalam, baik Santriwati maupun Asatidzah yang ada di dalamnya, Unit-Unit Usaha yang meliputi Mie Ayam, Ice Cream, dan Tailor merupakan pusat perbelanjaan serta pemenuhan sandang dan pangan. Unit-Unit Usaha tersebut termasuk salah satu fasilitas pondok yang membantu Warga Darussalam dalam memenuhi kebutuhannya. Unit-Unit Usaha yang ada tersebut tidak lain “Oleh Pondok, Dari Pondok, dan Untuk Pondok”, hal ini berarti modal utama dari Pondok, di gunakan oleh Warga Pondok atau Warga Darussalam dan semua itu tidak lain untuk kesejahteraan pondok dan yang ada di dalamnya.

Bagi para asatidzah, Unit-Unit Usaha tersebut tidak hanya sebagai pusat pemenuhan kebutuhan sandang dan pangan, melainkan sebagai tempat pembelajaran bisnis islami sehingga dapat menimbulkan ruh menjadi *muslimahpreneur* yang siap menghadapi tantangan zaman, khususnya di era digital ini. Hal itu dapat dilihat dari sektor-sektor unit usaha tersebut yang dikelola secara mandiri oleh para asatidzah, mulai dari produksi, pengemasan, hingga pemasarannya.

Unit-Unit Usaha di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 2 ini sudah mulai berkembang. Mengingat bahwasanya Unit-Unit Usaha tersebut belum lama didirikan yaitu sekitar 1,5 tahun, namun hasil dari masing-masing unit usaha tersebut cukup memuaskan. Meskipun, dapat dilihat beberapa sektor unit usaha Tailor misalnya, masih belum dapat mengembalikan modal utama, bahkan masih memiliki hutang dengan Toko. Hal tersebut tidak bisa dipungkiri, karena berbagai banyak faktor, antara lain penjahit sudah menjahit stok kerudung dan seragam sekolah, namun belum terjual banyak, dikarenakan menunggu waktu penerimaan calon santriwati baru, dan lain sebagainya.

Seperti yang kita lihat, bahwasanya Unit-Unit Usaha saat ini kurang optimal dalam mengembangkan usahanya. Diantaranya masalah produksi yang masih kurang atau terlalu banyak, model pemasaran yang kurang variatif, pengemasan atau *packaging* yang kurang menarik, desain kedai yang kurang rapi dan menarik antusias perhatian konsumen, dan lain sebagainya. Kondisi yang sudah berjalan saat ini sudah berkembang, namun akan lebih maksimal dan memuaskan lagi jika lebih memperhatikan pada strategi perkembangan usaha tersebut, yang meliputi produksi, model pemasaran, *packaging*, desain kedai, dan lain sebagainya.

#### **Kondisi Subyek Dampungan yang Di Harapkan**

Sektor Unit-Unit Usaha yang telah berkembang di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2 ini, diharapkan selalu optimal dan maksimal dalam menjalankan usahanya. Hal ini bermaksud Unit-Unit Usaha yang ada harus memiliki target yang maksimal untuk dicapai, meskipun semua hasil usaha akan kembali ke pondok. Karena, tidak hasil yang dilihat, melainkan ijhtihad yang dilakukan, karena didalamnya terdapat pembelajaran yang akan menjadi bekal ketika bersosialisasi di masyarakat luar nanti.

Target yang maksimal ini berarti setiap Unit-Unit Usaha tersebut harus membuat target seberapa banyak produksi yang akan terjual, setiap harinya diharapkan meningkat sedikit demi sedikit yang kemudian akan menjadi bukit, tidak hanya meningkat drastis namun di kemudian hari *drop out* atau merugi.

Faktanya, sampai detik ini Unit-Unit Usaha masih kurang variatif atau monoton dalam melakukan ijhtihadnya, itu saja masih berjalan dan terus berkembang di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 2 ini. Namun, kenyatannya tidak akan bisa mencapai target maksimal yang diharapkan, yang

selalu meningkat setiap harinya, bahkan kebalikannya Unit-Unit Usaha tersebut akan stagnan berada di target yang sekedarnya saja.

Maka dari itu, adanya strategi perkembangan usaha di Unit-Unit Usaha Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2 ini lah yang diharapkan, sehinggakan lebih menarik antusias dan perhatian konsumen setiap harinya, serta membuat konsumen selalu ketagihan ingin membeli, yang terpenting adalah optimalisasi usaha yang dilakukan untk mencapai target maksimal.

### **Strategi yang Dilakukan**

Strategi yang dilakukan dalam melakukan program ini adalah dengan strategi *Participatory Action Research*. Metode PAR merupakan suatu teknik untuk menyusun dan mengembangkan program operasional dan pemberdayaan. Metode ini ditempuh dengan sumber daya manusia dan potensi lokal, dalam hal ini Unit – Unit Usaha guna mencapai target yang maksimal dalam hal hasil produksi dan mengembangkan Unit-Unit Usaha yang masih baru ini menjadi optimal. Dengan strategi ini diharapkan dapat memecahkan problematika yang terjadi pada subyek dampingan. Demikian pula dengan alternatif pemecahan masalahnya akan dimusyawarahkan dan didiskusikan bersama-sama dengan Pengurus sektor masing Unit-Unit Usaha.

Adapun dalam implementasinya, program ini akan dilakukan melauai tahapan-tahapan berikut ini:

**Tahap Pertama:** Melakukan *Focus Group Discussion*, dan analisis masalah dengan Penanggung Jawab sektor Unit-Unit Usaha. Kegiatan ini dilakukan guna mencari permasalahan dan menemukan potensi Unit-Unit Usaha di Gontor Putri 2. Adapun hasil *Focus Group Discussion*, antara lain:

- a. Unit-Unit Usaha tersebut didirikan oleh pondok, modal utama berasal dari pondok, dan bermafaat untuk kesejahteraan pondok dan yang ada didalamnya
- b. Unit-Unit Usaha tersebut bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan sandang dan pangan Warga Darussalam
- c. Unit-Unit Usaha tersebut adalah fasilitas pondok sebagai tempat pembelajaran bisnis islami bagi para asatidzah
- d. Unit-Unit Usaha tersebut menumbuhkan jiwa berbisnis berbasis syariah dan ruh muslimahpreneur yang siap menghadapi tantangan zaman di era digital ini

- e. Dalam waktu 1,5 tahun Unit-Unit Usaha sudah berkembang, namun belum optimal
- f. Produksi, Pengelolaan, Pengemasan, dan Pemasaran yang dilakukan Unit-unit Usaha tersebut kurang variatif dan monoton
- g. Unit-Unit Usaha tersebut membutuhkan strategi perkembangan usaha seperti workshop untuk mencapai target maksimal

Dari hasil FGD pertama, dapat diketahui bahwa antara Pengurus sektor Unit-Unit Usaha dan Mahasiswi Ekonomi Islam yang ada di dalamnya bersikeras agar Unit-Unit Usaha tersebut, melakukan strategi pengembangan usaha guna mencapai target yang maksimal. Tanpa harus mengubah struktur dan kultur yang sudah dilakukan, namun hanya menambah variasi dan model agar menumbuhkan rasa ketertarikan lebih dibandingkan biasanya.

**Tahap Kedua:** Melakukan Workshop Pengembangan Usaha mengenai strategi pengembangan usaha yang meliputi cara membuat planning atau target hasil usaha, Variasi model pemasaran (bazar, diskon, woro-woro), Desain kedai (lampu cabe, ornamen, full color), Desain packaging (sablun tulisan, kemasan, stiker), dan lain sebagainya. Workshop ini diikuti oleh pelaku usaha atau pengurus sektor unit-unit usaha yang ada. Target dengan adanya kegiatan ini adalah Pengurus Sektor Unit-Unit Usaha diharapkan memiliki wawasan luas yang variatif dan inovatif dalam melakukan strategi pengembangan usaha. Adapun kesimpulan yang didapatkan dari pemaparan dan diskusi workshop bersama Pengurus Unit-Unit Usaha, adalah sebagai berikut:

- a. Adanya pengetahuan tentang mekanisme pembuatan planning atau target pencapaian maksimal setiap harinya, agar produsen selalu terpacu untuk berhasil menghabiskan total jumlah yang di targetkan, sehingga tidak ada kata rugi dan sisa.
- b. Adanya pengetahuan tentang pembuatan package yang menarik, dengan model sablon, model cup untuk ice cream, model styrofoam untuk tempat mie ayam, plastik warna-warni bersablun untuk plastik baju Tailor, dan lain sebagainya
- c. Adanya pengetahuan tentang model pemasaran dengan metode bazar keliling, metode beli 3 gratis 1, metode diskon, metode penyebaran woro-woro atau selebaran, dan lain sebagainya.

- d. Adanya pengetahuan tentang desain kedai, dengan hiasan lampu cabe, hiasan ornamen, hiasan grafiti, full color, dan lain-lain.

Workshop tersebut tidak lain bertujuan agar Unit-Unit Usaha tersebut dapat melakukan variasi strategi pengembangan usaha dengan optimal, sehingga diharapkan Unit-Unit Usaha akan lebih menarik perhatian konsumen, membuat konsumen menjadi nyaman dan tidak bosan untuk berkunjung ke Unit-Unit Usaha tersebut. Ketika semua itu sudah berjalan, tidak mustahil bahwa Unit-Unit Usaha akan mencapai target maksimal yaitu meningkat dan terus meningkat setiap harinya, tanpa ada kata rugi dan sisa.

**Tahap Ketiga:** Diskusi dan Refleksi bersama dengan Pengurus Sektor Unit-Unit Usaha. Kegiatan ini dilakukan untuk lebih mendalami dan memahami maksud dan keinginan Pengurus bersama dengan Mahasiswi Ekonomi Islam dalam pengelolaan Unit-Unit Usaha ini.

Adapun hasil dari diskusi dan refleksi ini antara lain, Pengurus Sektor Unit-Unit Usaha dan Mahasiswi Ekonomi Islam setuju dengan strategi pengembangan usaha yang dilakukan. Teknisi dari strategi yang akan dilakukan nanti bertahap atau *step by step*. Misalnya, pada minggu pertama fokus dalam strategi pengembangan produksi, yaitu mengenai cita rasa mie ayam, cita rasa ice cream, variasi warna mie pada mie ayam, bumbu atau resep yang digunakan harus stabil, mengamati proses jahit menjahit sehingga dipastikan tidak ada yang cacat jahitannya, dan lain sebagainya. Untuk minggu yang kedua difokuskan pada variasi kemasan, misalnya mie ayam akan dikemas menggunakan sterofom bersablonan Gontor Putri 2, Ice Cream akan dikemas menggunakan cup yang lebih besar sedikit kemudian bersablonan icon ice dan GP 2, Baju atau Busana Tailor dikemas tidak hanya dengan plastik putih melainkan plastik bersablon dan warna-warni, dan lain sebagainya. Untuk minggu ketiga fokus pada desain kedai, sehingga membuat pengunjung atau konsumen nyaman dan menikmati dalam memilih makanan atau barang yang dijual bisa dikreasikan dengan menambah sound sebagai pelengkap agar tidak menimbulkan rasa bosan. Dan tidak lupa, membuat target pencapaian setiap harinya, agar menjadi pemicu untuk meraih target maksimal agar Unit-Unit Usaha tersebut selalu meningkat penghasilannya.

#### **Analisis Potensi Unit Usaha**

Melakukan observasi ulang dan identifikasi masalah terhadap problem yang dihadapi unit usaha di pondok modern darussalam Gontor Putri Kampus 2,

selain itu juga dilakukan pemetaan peluang serta kekuatan yang diharapkan dapat dijadikan solusi alternatif terhadap permasalahan tersebut. Pemetaan dan identifikasi ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT bersama dengan pengurus unit usaha di Gontor Putri Kampus 2. Adapun hasil dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

01	STRENGTHS (KEKUATAN-KEKUATAN INTERNAL)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya tim yang solid sehingga memudahkan dalam penyaluran pengetahuan-pengetahuan baru</li> <li>2. Sumber daya manusia yang mumpuni</li> <li>3. Adanya semangat dan antusias yang tinggi terhadap pengembangan unit usaha</li> <li>4. Pengurus usaha yang multitalenta</li> </ol>
02	WEAKNESS (KELEMAHAN-KELEMAHAN INTERNAL)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. waktu terbatas untuk digunakan bermusyawarah perihal unit usaha</li> <li>2. Pemahaman atas pengembangan unit usaha yang masih minim</li> <li>3. Komunikasi antar pengurus yang kurang optimal</li> <li>4. Adanya egoisitas akibat dari pekerjaan yang lain</li> <li>5. Kurangnya kesadaran akan pentingnya meningkatkan produk</li> </ol>
03	OPPORTUNITIES (PELUANG-PELUANG YANG ADA)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya pesaing yang berarti</li> <li>2. Memiliki konsumen tetap yaitu santriwati</li> <li>3. Adanya modal yang dapat digunakan untuk biaya pengembangan</li> <li>4. Adanya sarana dan prasarana yang cukup, walaupun belum lengkap</li> </ol>
04	THREATS (HAMBATAN-HAMBATAN/TANTANGAN)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beberapa alat yang digunakan manual</li> <li>2. Kurangnya pekerja yang bekerja sebagai karyawan produksi</li> <li>3. Belum ada lambang resmi dalam produk</li> <li>4. Belum adanya <i>packaging</i> yang tetap atas produk</li> <li>5. Kurang optimalisasi waktu pengembangan, dikarenakan ada aktivitas lain yang harus ditunaikan</li> <li>6. Belum adanya takaran yang baku atas satu jenis produk</li> </ol>

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan bersama dengan pengurus dapat diketahui tentang kekuatan-kekuatan internal yang akan menjadi landasan dan pondasi yang solid, diantaranya adanya tim yang solid sehingga memudahkan pengurus unit saha dalam menyalurkan informasi baru serta pengetahuan mengenai unit usaha, sumber daya manusia yang mumouni karena para pengurus datang dari latar belakang yang beragam sehingga memiliki pengalaman serta pengetahuan yang beragam pula, adanya semangat dan antusias yang tinggi karen aorientasi dan tujuan akhir dari pengembangan unit usaha yang ada di Gontor Putri kampus 2 adalah kesejahteraan warga darussalam. Sesuai dengan landasan di awal dari santri, oleh santri untuk santri.

Namun kesolidan tim masih sangat kurang optimal, dikarenakan keterbatasan waktu dalam merencanakan dan memusyawarahkan program kerja jangka pendek maupun jangka panjang, minimnya pemahaman akan pentingnya pengembangan unit usaha beserta produknya, komunikasi antar penanggungjawab yang kurang optimal karena banyaknya tugas yang harus dikerjakan oleh masing-masing penanggungjawab sehingga waktu untuk bertatap muka secara langsung terasa sangat sempit.

Adapun peluang-peluang yang bisa dijadikan sebagai acuan pengembangan unit usaha di Gontor Putri kampus 2, diantaranya tidaka ada saingan antara unit usaha lain yang berarti karena setiap dari unit usaha hanya berdiri sendiri, memiliki konsumen tetap yaitu santriwati Gontor Putri Kampus 2 beserta staf pengajarnya, kenaikan penjualan bergatung kepada promosi dan kualitas produk yang dihasilkan, saat ingin mengembangkan unit usaha penannggungjawab unit usaha dapat mengajukan peminjaman modal kepada pondok sebagai wadah untuk dijadikan peluang, adanya beberapa alat yang telah disediakan pondok untuk pengembangan unit uaha walaupun belum lengkap dan belum secanggih di *home industry* yang telah maju.

Minimnya minat santriwati atas produk yang ditawarkan oleh unint usaha di Gontor Putri Kampus 2, dikarenakkan beberapa faktor diantaranya takaran dan kemasan yang kurang menarik perhatian santriwati, belum adanya takaran yang baku atas suatu produk, seperti contoh: rasa mie ayam dan *ice cream* yang selalu berubah-ubah, untuk produk tailor masih kurangnya model dengan *trend* terbaru. Tidak hanya bagi snatriwati kedala juga ada pada penanggungjawab unit saha diantaranya, masih manualnya alat yang digunakan untuk *packaging*, minimnya

alat yang digunakan untuk produksi, serta pekerja yang sedikit sehingga menghambat produksi dalam jumlah besar.

### **Partisipasi Optimalisasi Strategi Pengembangan Unit – Unit Usaha**

1. Membangun kesadaran penanggungjawab unit-unit usaha mengenai pentingnya pengembangan produk

Sebelum diadakannya *Participatory Action Research* dan memusyawarahkan strategi pengembangan unit usaha, belum teralu terlihat adanya kesadaran penuh dari penanggungjawab unit-unit usaha akan pentingnya pengembangan unit usaha guna kesejahteraan pondok. Namun, dengan diadakannya PAR, penanggungjawab dan mahasiswi Ekonomi Islam berperan aktif dalam merumuskan strategi pengembangan tersebut, sehingga kesadaran penuh akan tercipta dengan sendirinya. Dengan begitu, target untuk mengembangkan unit-unit usaha guna mencapai kesejahteraan umat di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2, akan sangat mudah terealisasikan.

2. Menciptakan keantusiasan penanggungjawab atas diadakannya program *Participatory Aaction Research*
3. Menumbuhkan kreativitas penanggungjawab terhadap produk

Dengan adanya musyawarah untuk mencapai mufakat tersebut, sangatlah bermanfaat baik untuk pondok maupun diri penanggungjawab itu sendiri. Karena, setelah memiliki kesadaran penuh, penanggungjawab akan memiliki banyak kreativitas untuk membuat produk semakin menarik.

Namun, waktu yang kurang memadai sangatlah menghalangi penanggungjawab untuk berkarya dalam mengembangkan kreativitasnya. Hal ini terjadi di unit-unit usaha Gontor Putri 2 ini, baik di sektor *ice cream*, mie ayam, atau tailor. Sehingga, strategi yang direncanakan sector ice cream dan mie ayam di awal belum bisa dilaksanakan secara maksimal, di karenakan waktu yang kurang memadai dan tenaga kerja yang sedikit sedangkan harus memproduksi dalam jumlah yang cukup banyak. Begitu halnya dengan sektor tailor, strategi yang dilakukan belum begitu optimal, karena tenaga kerja yang sedikit dan modal belum kembali utuh masih ada utang dengan grosir.

Maka dari itu, mahasiswi Ekonomi Islam akan mencoba untuk terus melakukan dampingan guna mengoptimalkan strategi yang telah terumuskan, dan terus menstimulasi para penanggungjawab agar tetap tumbuh kreativitas dan

kesadaran penuh. Upaya ini dilakukan oleh mahasiswa Ekonomi Islam agar ada kesadaran dan pengoptimalan strategi yang sudah terbentuk.

### **Kesimpulan**

Berbagai upaya pengembangan dalam unit-unit usaha memiliki kendala yang berbeda-beda, namun bisa jadi kita dapatkan kendala yang sama. Setiap upaya pengembangan yang dilakukan akan berjalan dengan baik jika ada kerjasama yang optimal dari semua pihak yang terlibat. Banyak faktor yang menyebabkan suatu upaya pengembangan dapat berjalan dengan maksimal atau tidak di antaranya adalah ketersediaan dana atau modal, keterlibatan secara aktif para partisipan, adanya penggerak yang progresif, dan semua unsur yang dibutuhkan dalam tindakan pengembangan tersebut.

Dari beberapa tindakan partisipatif yang dilaksanakan, ada yang maksimal dan ada yang kurang maksimal. Salah satunya adalah upaya membuat *package* atau kemasan baru dengan sablon, hal tersebut dikarenakan waktu yang kurang memadai membuat terhambatnya strategi tersebut, karena faktor tanggung jawab lain yang dimiliki penanggungjawab masing-masing sektor ini. Selain itu, beberapa sektor seperti tailor memiliki kendala dalam hal modal, dikarenakan masih banyak utang grosir yang belum terbayar, membuat sektor ini belum balik modal, sehingga untuk mengeluarkan modal untuk *packaging* yang bervariasi belum terlalu diprioritaskan.

Belajar dari beberapa pengalaman yang kurang baik di lokasi penelitian, maka kami berusaha terus-menerus memperbaiki komunikasi dan melakukan persiapan semaksimal mungkin dari setiap tindakan yang akan dilaksanakan. Kami selalu berkoordinasi dan melakukan pengkajian kembali secara mendalam terhadap setiap tindakan yang akan dilaksanakan, sehingga semuanya dapat terlaksana dengan maksimal. Sebagai tambahan tindakan partisipatif, kami melakukan pendampingan terhadap proses pengembangan unit-unit usaha. Mulai dari keterlibatan dalam beberapa kali diskusi kecil, serta memberikan masukan berupa inovasi baru untuk memperbaiki tampilan produk untuk memperbaiki daya tarik konsumen.

Setiap evaluasi dilakukan untuk melakukan perbaikan. Dari evaluasi kami ada beberapa hal yang harus diperbaiki, diantaranya Penanggungjawab sektor unit usaha di Gontor Putri 2 ini adalah suatu komunitas atau keluarga yang sangat

ramah dan baik hati. Kami terjun beberapa kali ke sektor mereka, terlibat dalam beberapa kegiatan dan berkomunikasi serta mengganggu waktu mereka. Kami merepotkan dan mengganggu aktivitas mereka, namun mereka menerima kami dengan terbuka dan ramah. Selama kegiatan ini, kami memiliki banyak pengalaman dan pelajaran. Mengerti banyak karakter dan sifat satu sama lain dari para penanggungjawab sektor unit usaha tersebut. Hal ini memberi pengalaman tersendiri pada kami untuk belajar bagaimana bersosialisasi, mengatur sistem organisasi, serta bagaimana menjadi pengusaha atau pekerja (misalnya menjadi pengusaha butik tailor, mie ayam, dan ice cream) yang terkuras tenaga dan pikirannya namun tanpa mengharapkan imbalan gaji. Selanjutnya, kami berharap apa yang kami lakukan di sektor unit-unit usaha bisa bermanfaat dan dapat ditindak lanjuti dengan sebaik-baiknya. Beberapa kegiatan pendampingan yang kami lakukan, hanya untuk kebaikan warga Darussalam Gontor Putri Kampus 2. Semoga Unit-Unit Usaha yang ada selalu terus berkembang, maju, dan selalu lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.

### **Daftar Pustaka**

- agus, Santoso. “Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Di UKM Kambing Desa Cikarawang Kecamatan Darmaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat),” 2008.
- Alwi, Muhammad Muhib. “Optimalisasi Fungsi Masjid Melalui Baitul Maal Wa Tamwil ( BMT ) Pada Masjid Al Falah Perumahan Tegal Besar Permai I Jember,” 2018, 963–74.
- Amalia, Alfi, Wahyu Hidayat, and Agung Budiarmo. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik,” n.d., 1–12.
- Andi Triyawan, Mastura, Pengaruh Pengelolaan Unit-unit Usaha Pondok Terhadap Pembentukan Jiwa Wirausaha Santri (Studi Kasus Unit-unit Usaha Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 2), *Islamic Economics Journal* vol 2 no. 2, 2016
- ariani. “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Tarakan,” n.d.
- Bayu, Utama Laksana. “Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing Melalui Pendekatan Participatory Action Research,” 2007.
- Di, Kasus, U K M Asri, Rotan Desa, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo, Kecamatan Gatak, and Kabupaten Sukoharjo. “Action Research ) Studi Kasus Di Ukm Asri Rotan Desa,” no. March (2017).

<https://doi.org/10.20885/ajie.vol2.iss1.art2>.

- Djumaty, Brian L, Nina Putri, and Hayam Dey. "Ruang Virtual Dan Ruang Nyata" 5, no. 2 (2016): 25–31.
- Fauzi, Iqbal. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro , Kecil Dan Menengah ( UMKM ) (Studi Kasus Pada UD . Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas) Skripsi," 2018.
- Halomoan, Yosua, and Iulando Siregar. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor ( Studi Pada Perusahaan Pt Kaltim Prima Coal )" 42, no. 1 (2017): 36–45.
- Helia Vembri Noor. "Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Halal Pada Usaha Kecil Menengah Produk Wedang Uwuh Dan Tepung Bebas," 2014, 609–18.
- Lubna. "Pengembangan Masyarakat Melalui Participatory Action Research." *Anggitan* 9 (2013): 1–22.
- Macdonald, Cathy. "Understanding Participatory Action Research : A Qualitative Research Methodology Option" 13, no. 2 (2012): 34–50.
- Mas, Mochamad. "Pemanfaatan Teknologi Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Penjualan Hasil Produk UMKM Logam Di Kota Pasuruan" 1, no. 2 (n.d.): 185–97.
- Oktarinas, Rienna. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan," no. 2006 (2008).
- Pengantar, Kata. "Dengan Metode Swot Analysis Eni Dewi Saputri I 0304032 Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik," 2011.
- Rahadi, Dedi Rianto. "Analisis Sektor Usaha Kecil & Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif," n.d.
- Rakib, Alyas dan Muhammad. "Micro, Small And Medium Enterprise Development Strategy In Power Economic Development (Case Study on Maros Bread Enterprise in Maros District)" 19, no. 2 (2017): 114–20.
- Rosyadi, Imron, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Milik Mahasiswa" 17, no. 3 (2013): 111–22.
- Santi, Susanti. "Marketing Communication Of Local Commodities Products With Community- Based Through Media Usage (Case Study of FruitsUp, UMKM in Jatinangor)" 20, no. 3 (2018): 277–81. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.15590>.

- Saragi, Adhe Anggreini. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT," 2017.
- Setiawan, Budi, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, and Kesatuan Bogor. "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Bambu Di Wilayah Kampung Pajeleran Sukahati Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor," no. August 2010 (2016). <https://doi.org/10.29244/jmo.v1i2.14158>.
- Sri Lestari Triyaningsih, "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta," n.d., 37–46.
- Studi, Program, Pendidikan Ekonomi, Bidang Keahlian, Khusus Pendidikan, Jurusan Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, Fakultas Keguruan, D A N Ilmu, and Universitas Sanata Dharma. "Sektor Industri Kerajinan Batu Bata," 2016.
- Sudirman, Deden, Seasonal Calender, Diagram Venn, and Pembelajaran Nilai. "Mahasiswa Berbasis Participatory Action Research Sebagai Upaya Mewujudkan Kepedulian Sosial," n.d.
- Usaha, Pengembangan, Mikro Kecil, D A N Menengah, Prihatin Lumbanraja, Arlina Nurbaity Lubis, Sitti Raha, and Agoes Salim. "kerajinan menjahit dan bordir di kecamatan Abstrak" 2, no. 4 (2017): 41–47.
- Usaha, Strategi Pengembangan, Mira Nurmagribah, Universitas Islam, and Negeri Syarif. "10/Lf. M/1.117 T1," n.d.
- Wibawa, Sutrisna. "Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Analisis SWOT," n.d.