

**STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
IBNU AZIZ AL IKHSAN
NIM. 1717201097

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ibnu aziz Al Ikhsan
NIM : 1717201097
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Purwokerto, 19 November 2022

Yang menyatakan



Ibnu Aziz Al Ikhsan

NIM. 1717201097



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam
Dukuhwaluh Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Ibnu Aziz Al Ikhsan NIM 1717201097** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **11 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 24 Januari 2023



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari saudara Ibnu Aziz Al Ikhsan 1717201097 yang berjudul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh
Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 19 November 2022

Pembimbing



H. Sochimin, Lc., M.Si

NIP. 19691009 200312 1 001

MOTTO

Rahasia untuk maju adalah memulai



**STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh
Purwokerto)**

**Ibnu Aziz Al Ikhsan
NIM 1717201097**

Email: ibnuazizalikhsan@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto merupakan bentuk usaha yang sudah beroperasi dan masih berkembang secara berkala. Unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto memiliki peluang besar untuk berkembang lebih maju lagi, sebab memiliki konsumen tetap yaitu masyarakat Pondok Pesantren. Maka dari itu untuk dapat mengatasi kendala dan hambatan yang ada perlu memformulasikan strategi dalam mengembangkan unit usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dimiliki dan bagaimana Strategi Pengembangan Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto dalam meningkatkan volume penjualan berdasarkan analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan diagram SWOT menunjukkan bahwa unit-unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh purwokerto yaitu DS Mart, Warung Pojok Santri dan depot air minum Arwa ketiganya berada pada kuadran I, yang mana pada kuadran I ini mendukung strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*) dimana posisi ini menunjukan bahwa situasi menguntungkan. Sementara itu untuk unit usaha DS Laundry berada kuadran II posisi ini menunjukan bahwa DS Laundry menghadapi berbagai ancaman perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Volume Penjualan, Analisis SWOT

***BUSINESS UNIT DEVELOPMENT STRATEGY IN INCREASING SALES
VOLUME
(Case Study at Darussalam Islamic Boarding School Dukuhwaluh Purwokerto
Business Unit)***

**Ibnu Aziz Al Ikhsan
NIM 1717201097**

Email: ibnuazizalikhsan@gmail.com

*Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

The business unit at Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto is a form of business that has been operating and is still developing regularly. The business unit at Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto has a great opportunity to develop even further, because it has regular consumers, namely the Pondok Pesantren community . Therefore, to be able to overcome existing obstacles and obstacles, it is necessary to formulate a strategy in developing business units. This study aims to determine the internal and external factors owned and how the Business Unit Development Strategy of Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto Islamic Boarding School in increasing sales volume based on SWOT analysis.

This research is a field research using a qualitative approach. Collecting data in this study through observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used data reduction, data presentation, and conclusion drawing using SWOT analysis.

The results of this study indicate that based on the SWOT diagram it shows that the business units in Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto Islamic Boarding School, namely DS Mart, Santri Corner Warung and the Arwa drinking water depot are all three in quadrant I, which in quadrant I supports an Aggressive strategy (Growth Oriented Strategy) where this position indicates that the situation is profitable. Meanwhile, the DS Laundry business unit is in quadrant II, this position shows that DS Laundry is facing various threats, this company still has internal strength. The strategy that must be implemented is one that uses strength to take advantage of long-term opportunities by way of a diversification strategy (product/market).

Keywords: Development Strategy, Sales Volume, SWOT Analysis

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	es(dengantitikdi atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	ha(dengangaris dibawah)
خ	kha'	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	ze(dengantitikdiatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdanye
ص	Ṣad	Ṣ	es(dengangarisdibawah)
ض	d'ad	Ḍ	de(dengangarisdibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te(dengangarisdibawah)
ظ	Ḍa	Ḍ	zet(dengangarisdibawah)
ع	'ain	‘	Komaterbalikdi atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karenasyaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al " serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولايا	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
---------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة فطر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
----------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

ó'	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ó,	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ó°	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah+alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah +ya' mati	Ditulis	ā
	تانس	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah +ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah+wawumati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furuḍ</i>

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah +ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah+wawumati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokalpendek yangberurutan dalamsatu katayangdipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

8. Katasandangalif+lam

a. Biladiikutihurufqomariyyah

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Biladiikutihurufsyamsiyahdiikutidenganmenggunakanhurufsyamsiyahyangmengikutinya,sertamenggunakanhuruf/el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
--------	---------	-----------------

الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>
-------	---------	------------------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذو النوروز	Ditulis	<i>zawīal-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahlas-Sunnah</i>



PERSEMBAHAN

Tidak ada kata selain rasa syukur yang diucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran seluruh proses skripsi penulis sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat berharga. Yang saya cintai dan saya sayangi yaitu Bapak Supriyatno dan Ibu Samsiyah. Terima kasih selalu menjaga saya dalam doa-doa yang selalu bapak dan ibu panjatkan serta selalu memberikan yang terbaik untuk masa depan saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan umur yang panjang kepada bapak dan ibu, kesehatan dan kelancaran rezeki serta limpahan kebahagiaan yang terus menerus. Aamiin.
2. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta do'a.
3. Hormat ta'dzim kepada dosen-dosen saya atas semua bekal ilmu yang telah diberikan selama di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Almamater saya yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto terutama untuk teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah C Angkatan 2017, yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan, dan melewati setiap suka dan duka selama menuntut ilmu, terimakasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto) ”, untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan pada sang pemimpin legendaris dunia Nabi Muhammad SAW, pengukir peradaban terbaik sepanjang sejarah hidup manusia. Atas perjuangan beliau, sahabat-sahabat beliau dan pejuang Islam lainnya, pada detik ini kita umat-Nya masih bisa merasakan indahnya persaudaraan antar sesama. Pada detik ini pun masih bisa menikmati indahnya perjuangan, pergerakan dan totalitas. Perjuangan dan pergerakan untuk terus bisa bermanfaat untuk orang lain. Totalitas dalam berkarya dan menjalankan segala amanah yang telah di tanggungjawabkan kepada kita selaku umat-Nya.

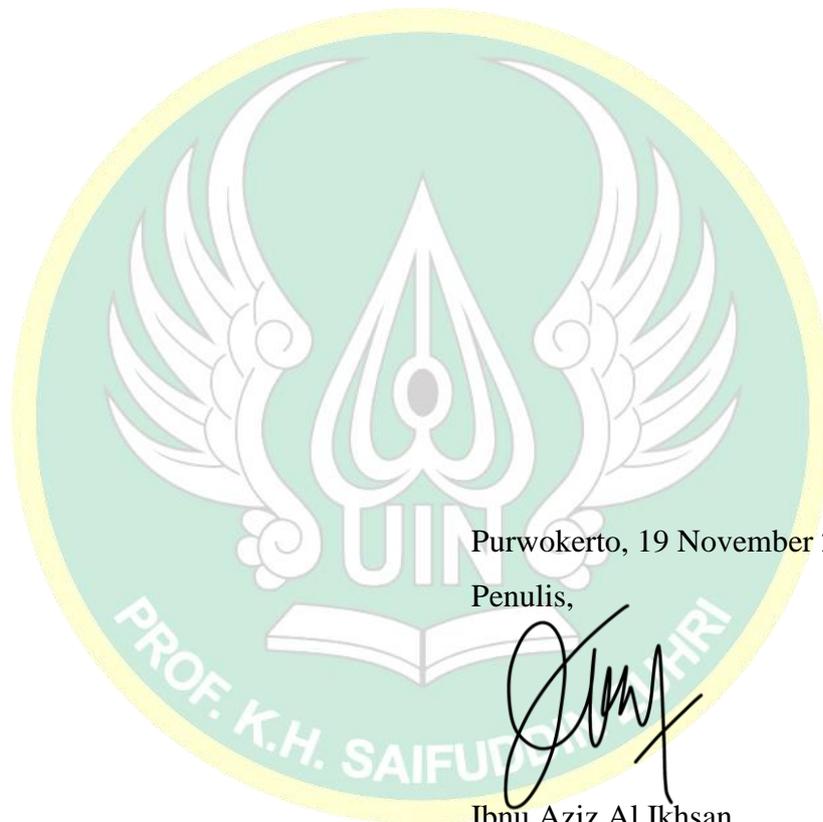
Dengan selesainya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag, M.M. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Mahardika Cipta Raharja, S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. H. Sochim, Lc., M.Si selaku Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kedua orang tua tercinta Bapak Supriyatno dan Ibu Samsiyah yang selalu memberikan motivasi, kasih sayang, perhatian, nasehat dan juga do'a yang senantiasa mengiringi penulis dalam menyelesaikan studi. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga Bapak dan Ibu selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
12. Pengurus unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto yang telah membantu dalam hal informasi maupun kesediaan dalam penyusunan skripsi ini.
13. Keluarga Besar PonPes Darussalam. Salam takdzim, wabil khusus teruntuk Alm. Dr. KH. Chariri Shofa, M.Ag. dan Ny. Dra. Hj. Umi Afifah, M.S.I. Terimakasih atas do'a dan bimbingannya.
14. Sahabat tercinta Moh. Nursidik, Manarul Hidayat, Safingi Nurhidayat, Moh. Maulana Rizqi, Gogo Asgar terimakasih sudah menemani selama mencari ilmu di dunia perkuliahan.
15. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Cangkatan 2017, yang selalu membantu dan memberikan motivasi serta berbagai keceriaan.
16. Dan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dan tidak

bisadisebutkansatu persatu.

Semoga semua partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangannya. Oleh karena itu juga penulis terbuka dengan kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, Aamiin.



Purwokerto, 19 November 2022

Penulis,

Ibnu Aziz Al Ikhsan

NIM. 1717201097

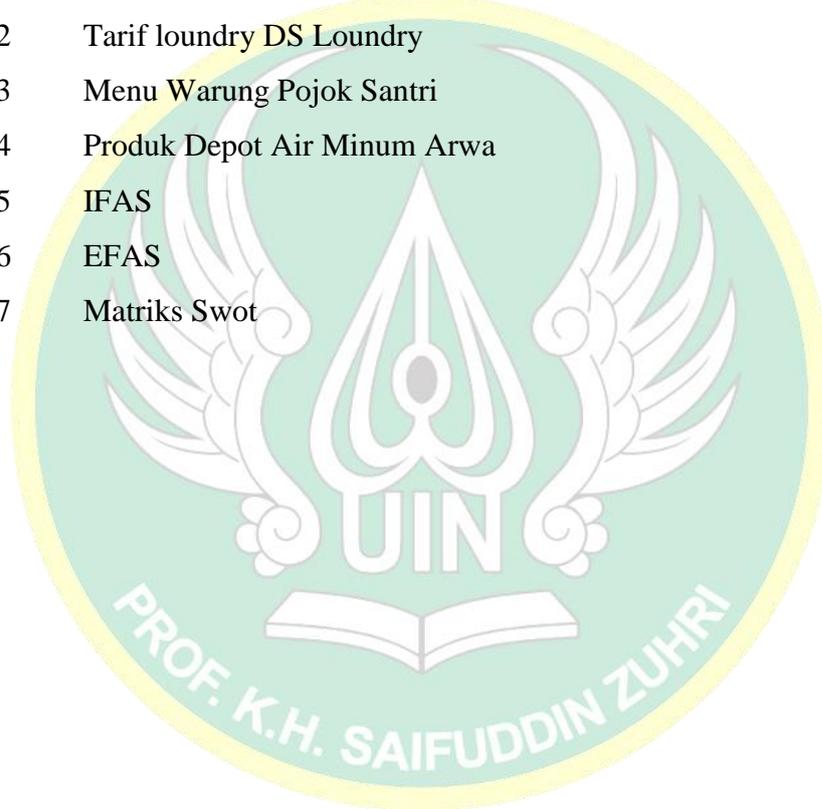
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Setrategi Pengembangan Unit Usaha.....	19
B. Pondok Pesantren.....	26
C. Analisis SWOT	28
D. Volume Penjualan.....	30
E. Landasan Teologis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Sumber Data.....	38

D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Teknik Analisis Data.....	40
F. Uji Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwalu Purwokerto.....	44
1. Sejarah.....	44
2. Struktur Organisasi	48
3. Produk dari Unit Usaha.....	49
B. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal	51
1. Analisis Lingkungan Internal.....	51
2. Analisis Lingkungan Eksternal	59
C. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Meningkatkan Volume penjualan.....	63
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	109

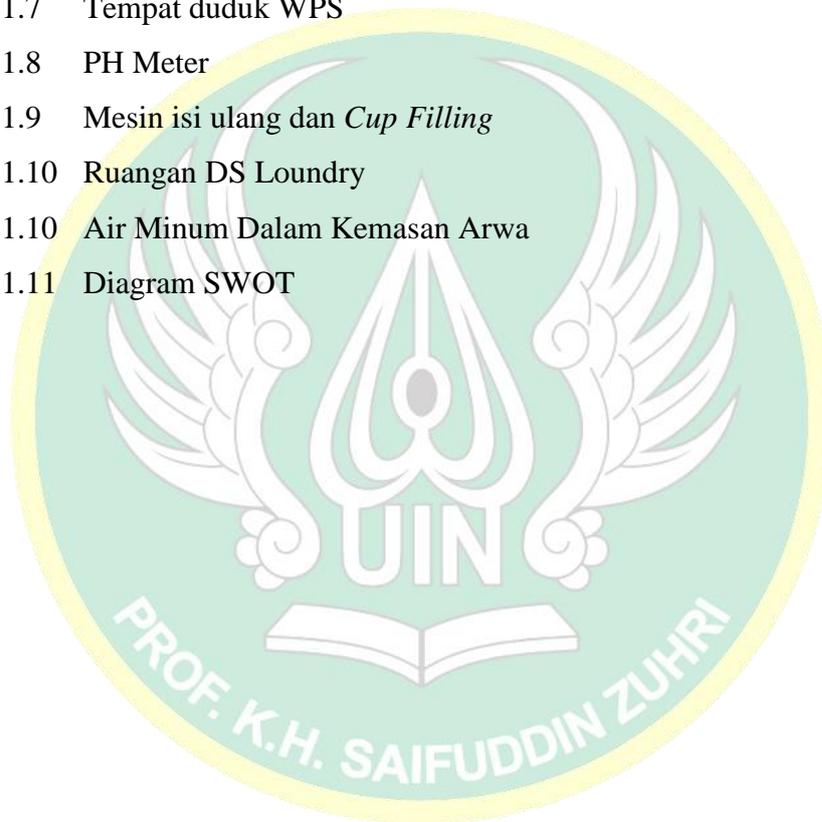
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Omset Penjualan Unit Usaha DS Mart Tahun 2021
Tabel 1.2	Omset Penjualan Unit Usaha DS Laundry Tahun 2021
Tabel 1.3	Omset Penjualan Unit Usaha Depot Air Minum Tahun 2021
Tabel 1.4	Omset Penjualan Unit Usaha Warung Pojok Santri Tahun 2021
Tabel 1.5	Penelitian Terdahulu
Tabel 2.1	Matrik SWOT
Tabel 4.1	Daftar Produk dan harga di DS Mart
Tabel 4.2	Tarif laundry DS Laundry
Tabel 4.3	Menu Warung Pojok Santri
Tabel 4.4	Produk Depot Air Minum Arwa
Tabel 4.5	IFAS
Tabel 4.6	EFAS
Tabel 4.7	Matriks Swot



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 DS Mart
Gambar 1.2 DS Laundry
Gambar 1.3 Warung Pojok Santri (WPS)
Gambar 1.4 Depot Air Minum Arwa
Gambar 1.5 Produk DS Mart
Gambar 1.6 Rak tempat produk
Gambar 1.7 Tempat duduk WPS
Gambar 1.8 PH Meter
Gambar 1.9 Mesin isi ulang dan *Cup Filling*
Gambar 1.10 Ruangan DS Laundry
Gambar 1.10 Air Minum Dalam Kemasan Arwa
Gambar 1.11 Diagram SWOT



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 : Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 4 : Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 5 :Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 6 :Sertifikat Aplikom
- Lampiran 7 :Sertifikat PPL
- Lampiran 8 :Sertifikat PBM
- Lampiran 9 :Sertifikat KKN
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan non formal yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat, pesantren merupakan salah satu bentuk pendidikan agama islam tertua di Indonesia yang terprakarsai dan dibawa oleh para walisongo. Pesantren memiliki ciri khas dengan Kyai sebagai pemilik pesantren dan dibantu oleh para Asatidz sebagai tenaga pengajar bagi para santri yang sedang memperdalam ilmu agama (Fatony dkk, 2021). Sejak awal berdirinya Pondok pesantren memiliki peranan yang begitu besar dalam perjuangan bangsa Indonesia Pondok Pesantren menjadi basis penggerak masyarakat dengan semangat islami untuk mengusir para penjajah. Pondok Pesantren telah membuktikan eksistensi serta kiprahnya menjadi dinamisator dalam setiap proses perjuangan serta pembangunan bangsa, kiprahnya tidak hanya sebatas lembaga pendidikan, namun juga merupakan lembaga perjuangan sosial, ekonomi, keagamaan, budaya dan dakwah (Azizah, 2016).

Sejarah mencatat bahwa awal berdirinya pesantren adalah mengenai kemandirian ekonomi, dengan memanfaatkan potensi ekonomi yang dimiliki pesantren untuk memenuhi kebutuhan penghuni pesantren. Bahkan belakangan ini beberapa pesantren telah mampu menjadi pelaku ekonomi serta memberdayakan ekonomi dan mampu berperan dalam kegiatan dalam kegiatan perekonomian dengan tujuan mengembangkan serta memajukan pesantren agar mampu bersaing (Lami, 2019).

Keberadaan pesantren menjadikan daya tarik tersendiri untuk masyarakat, baik tokoh kyai atau sistem pembelajaran yang diterapkan di dalamnya. Hal ini menjadikan pondok pesantren memiliki corak pendidikan tersendiri yang membedakan dengan lembaga pendidikan lain di luar pondok pesantren. Sehingga patut di apresiasi lebih baik dari sebelumnya karena pesantren mampu bersaing dengan dunia luar pesantren. Dengan begitu Pondok Pesantren dituntut untuk relevan dengan perkembangan zaman agar

mampu bersaing dengan dunia luar pesantren, Pondok Pesantren tidak hanya sebatas pendidikan yang hanya berfokus pada pendalaman ilmu agama saja, tetapi juga memiliki potensi pengembangan ekonomi. Adapun potensi yang dimiliki oleh pesantren meliputi asset-aset ekonomi, ajaran agama dan ikatan antara kyai, santri, keluarga santri, dan masyarakat sekitar menjadi modal sosial yang ada dalam sebuah kegiatan perekonomian (Lami, 2019).

Seiring kemajuan zaman pondok pesantren mengalami banyak kemajuan, yang mana pondok pesantren tidak berfokus hanya pada lembaga pendidikan saja. Pesantren kemudian mencoba berinovasi dengan mengembangkan potensi pesantren dengan mendirikan unit-unit usaha dengan harapan para santri dan alumni tidak hanya mahir dalam ilmu agama saja, tetapi juga mampu bersaing dan mempunyai keterampilan dan kemandirian serta jiwa kewirausahaan (Fatony dkk, 2021).

Pondok pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto merupakan salah satu pondok pesantren yang memberikan perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat pesantren melalui unit usaha. Unit usaha tersebut didirikan sebagai upaya pengembangan ekonomi serta kemandirian pesantren, unit usaha Pondok Pesantren yang dimaksud adalah merupakan seluruh unit usaha yang dibentuk di dalam Pondok Pesantren serta berfungsi memenuhi kebutuhan konsumen yaitu para santri. Pengelola dari unit usaha itu sendiri terdiri dari mereka para santri yang memiliki keinginan untuk belajar berwirausaha serta kordinator unit usaha. Pondok pesantren dituntut untuk lebih meningkatkan mutu dengan mengembangkan kegiatan kurikuler serta ikut berpartisipasi aktif dalam pembangunan masyarakat sekitar, tentunya hal-hal tersebut tidak dapat terlaksana dengan baik apabila tidak didukung melalui dana-dana tradisional, baik itu wakaf, bantuan insidental dari pihak wali santri, alumni, pemerintah, swasta serta masyarakat atau donatur lainnya, Untuk menanggulangi hal yang seperti ini maka penting untuk keberadaan unit usaha sebagai upaya dalam membantu pembiayaan penyelenggaraan kegiatan pesantren serta pemeliharaan infrastruktur Pondok Pesantren (Lugina, 2018).

Sadar atas peluang bahwa masyarakat Pondok Pesantren merupakan konsumen primer maka Pondok Pesantren membentuk unit usaha untuk dapat memaksimalkan peluang tersebut. Tidak sedikit penelitian yang mengatakan bahwa lembaga pendidikan islam yang maju adalah lembaga pendidikan islam yang ditopang oleh unit usaha yang dimiliki mereka (Prasetyo, 2017). Sangat penting adanya sebuah unit usaha untuk menunjang kemajuan Pondok Pesantren. Diantara unit usaha yang dapat di jalankan adalah dengan memperhatikan potensi lahan tempat serta budaya (Triyawan dkk, 2019).

Salah satu pesantren yang mulai berinovasi mengembangkan potensi ekonomi melalui unit usaha yaitu Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto, dengan mendirikan unit usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat memungkinkan untuk lebih maju lagi antara lain adalah : DS Mart, DS Laundry Depot air minum dan Warung Pojok Santri. Menurut (Triyawan dkk, 2019) perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha itu sendiri agar dapat lebih berkembang menjadi lebih baik lagi dan mampu mencapai pada puncak kesuksesan. perkembangan usaha merupakan suatu keadaan dimana terjadinya peningkatan omzet penjualan, unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto merupakan bentuk usaha yang sudah beroperasi dan masih berkembang secara berkala, namun perkembangan yang terjadi dirasa begitu lambat sehingga hasil yang dicapai belum begitu jelas. Padahal unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto memiliki peluang yang begitu besar untuk berkembang lebih maju lagi, karena memiliki konsumen tetap yaitu masyarakat Pondok Pesantren

Unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto adalah berbasis ekonomi Protktif, yaitu dari santri, oleh santri dan untuk santri (Triyawan dkk, 2019). Untuk lebih rincinya dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 1.1**Omset Penjualan Unit Usaha DS Mart Tahun 2021**

Bulan	Omset Penjualan
Agustus	Rp. 5.207.500
September	Rp. 2.780.500
Oktober	Rp. 1.037.500
November	Rp.1. 241.200

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Tabel 1.2**Omset Penjualan Unit Usaha DS Laundry Tahun 2021**

Bulan	Omset Penjualan
Agustus	Rp. 1.108.000
September	Rp. 1.090.000
Oktober	Rp. 1.030.000
November	Rp. 1.201.000

Tabel 1.3**Omset Penjualan Unit Usaha Depot Air Minum Tahun 2021**

Bulan	Omset Penjualan
November	Rp. 1.655.000
Desember	Rp. 1.620.000

Sumber : Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Tabel 1.4**Omset Penjualan Unit Usaha (WPS) Warung Pojok Santri Tahun 2021**

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp. 5.571.240
Februari	Rp. 5.560.000
Maret	Rp. 6.005.037
April	Rp. 6.809.500
Mei	Rp. 2.450.000
Juni	Rp. 2.583.500

Juli	Rp. 9.682.000
Agustus	Rp. 8.050.000
September	Rp. 7.128.000
Oktober	Rp. 8.880.000
November	Rp. 4.888.537

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Berdasarkan data tabel diatas dapat dikatakan jumlah hasil pendapatan penjualan Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto mengalami pasang surut tiap bulanya, hal tersebut dapat terjadi diakibatkan berbagai faktor baik internal maupun faktor eksternal. Maka dari itu untuk dapat mengatasi kendala dan hambatan yang ada perlu memformulasikan strategi pengembangan usaha yang tepat. Strategi adalah suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan, serta tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif (Budio, 2019).

Strategi pengembangan yaitu tindakan menuntut suatu keputusan manajemen dalam pengembangan usaha dan untuk merealisasikannya. Selain itu, strategi pengembanganpun mempengaruhi berjalannya suatu organisasi pada jangka panjang. Sifat yang dimiliki strategi pengembangan yaitu berorientasi ke masa depan. Fungsi strategi pengembangan yakni: perumusan dalam mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan juga faktor-faktor internal yang dihadapi perusahaan. Strategi pengembangan usaha yaitu suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi daripada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga serta badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Safitri & Maryanti, 2019: 112).

Sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam usahanya apabila penerapan strategi pengembangannya mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Semakin banyak konsumen yang merasa puas akan sebuah produk

maka strategi yang dijalankan cukup berhasil. Hal ini dapat meningkatkan volume penjualan serta omset yang lebih besar (Hidayati, 2018).

Agar dapat mengidentifikasi permasalahan tersebut, penulis menggunakan teori Analisis SWOT yaitu analisis data yang digunakan untuk merumuskan strategi usaha yang ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT adalah merupakan akronim atau singkatan 4 kata yaitu: Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*opportunities*), dan Ancaman (*Threats*).

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT, matriks SWOT adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk menyusun serta mengembangkan strategi meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Sulasih, 2019). Meski terlihat begitu sederhana Analisis SWOT dapat memberikan identifikasi yang lengkap, hal ini dapat dimengerti karena pijakan Analisis SWOT adalah berhubungan dengan masalah internal dan masalah eksternal (Wardoyo, 2011: 9). Analisis SWOT dilakukan agar unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto memiliki strategi atau langkah-langkah dalam mengembangkan unit usaha tersebut dalam meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan uraian pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang apa yang menjadi faktor internal serta faktor eksternal dalam mengembangkan unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto. Setelah data-data terkumpul, kemudian dilakukan dengan menggunakan Analisis SWOT yang nantinya diharapkan dapat menemukan strategi yang tepat dalam mengembangkan unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto dalam meningkatkan volume penjualan, karena itu penulis akan mengkaji lebih lanjut informasi yang ada melalui penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto)”

B. Definisi Operasional

Untuk memperjelas pembahasan serta menghindari kesalah pahaman yang mungkin terjadi terkait judul penelitian yang penulis buat, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan judul penelitian sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, dapat diartikan juga sebagai suatu rencana yang di susun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan rencana ini meliputi: tujuan, kebijakan dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi serta memenangkan persaingan terutama perusahaan atau organisasi yang harus memiliki keunggulan kompetitif (Budiono, 2019).

Pengembangan dalam arti yang sederhana adalah suatu proses atau pembuatan. Sedangkan menurut arti secara luas Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang atau yang akan datang dengan memberikan informasi memengaruhi sikap atau kecukupan. Dengan kata lain pengembangan adalah setiap kegiatan untuk merubah perilaku yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan, dan sikap. Pengembangan merupakan proses perubahan ke arah yang lebih baik (Istiqomah & Andriyanto, 2017).

2. Unit Usaha

Adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha, usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. Usaha merupakan kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud: pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan

distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan (Sochimim, 2017: 5).

3. Volume Penjualan

Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba. Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dan dapat dinyatakan dalam bentuk satuan. (Karim, 2014).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. apa faktor internal serta faktor eksternal yang terdapat pada unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto dalam meningkatkan volume penjualan berdasarkan analisis SWOT ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Sebagaimana rumusan masalah yang telah di ajukan oleh penulis, maka dengan adanya penelitian mengenai Strategi Pengembangan Unit Usaha dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto). Maka akan diperoleh tujuan penelitian yaitu :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang terdapat pada unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto
2. untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto dalam upaya meningkatkan volume penjualan berdasarkan analisis SWOT.

2. Manfaat

Adapun manfaat penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi mada masyarakat luas, khususnya kepada:

a. Penulis

Menambah wawasan mengenai strategi pengembangan unit usaha dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto).

b. Pembaca

Penulis berharap penelitian ini bisa memberikan informasi terhadap masyarakat luas, khususnya kepada para pelajar dan pengusaha yang membutuhkan penyelesaian suatu permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Unit Usaha Pondok pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto

Penulis berharap penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk mengembangkan unit usaha dan untuk bahan evaluasi unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu bagian yang memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, dengan melakukan penelaahan kembali terhadap penelitian yang hampir sama dan mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Oleh karena itu untuk mengetahui sejauh mana persoalan ini dibahas dan juga menggambarkan apa yang telah dilakukan para ilmuwan lainnya, baik ahli ekonomi islam atau para pebisnis. Peneliti juga akan melakukan penelaahan terhadap terhadap penelitian-penelitian relevan, lalu melihat sisi lain dari arah yang berbeda dengan penelitian sebelumnya untuk mengkaji beberapa aspek yang berkaitan dengan strategi pengembangan

Pertama Jurnal yang ditulis oleh Nur Hidayati dan Linta Saptaria yang berjudul Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Hotel Muslim Kediri dalam Jurnal Dialektika. Hasil penelitian menjelaskan Berdasarkan

analisis SWOT diperoleh beberapa hasil strategi pemasaran islami Hotel Muslim Kediri sebagai berikut, strategi SO yaitu dengan meningkatkan varian produk, menetapkan harga yang terjangkau serta meningkatkan pelayanan yang lebih baik. Strategi WO, yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM yang lebih kompeten sehingga ada peningkatan skill bagi karyawan. Strategi TO, yakni mempertahankan ciri khas produk yang berbasis ekonomi syariah. Strategi WT, melakukan upaya pengembangan promosi di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar (Hidayati & Saptaria, 2020).

Kedua yang ditulis oleh Yosep Hermawan yang berjudul Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT di Perkebunan Kopi Palasari Kabupaten Bandung Dalam Jurnal *Business Inovation dan Entrepreneurship* hasil dari penelitian ini menjelaskan kekuatan masih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahannya. Sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai modal berharga untuk terus berkembang. Keadaan lingkungan eksternal pun masih ada dalam posisi menguntungkan, karena peluang yang hadir masih lebih besar dibandingkan ancaman. Akan tetapi hal positif tersebut tetap membutuhkan pengembangan dan penerapan strategi yang tepat, agar potensi kopi palasari dapat optimal diberdayakan. Hal ini sesuai dengan posisi kopi palasari yang berada di kuadran 1 yaitu kuadran pertumbuhan (*growth*), dimana kuadran ini akan tetap jika ditindaklanjuti dengan strategi-strategi *ofensif* dan *agresif*, seperti strategi penetrasi pasar yang sudah sesuai dengan strategi-strategi utama yang tertuang di matriks SWOT kopi palasari (yosep hermawan, 2020).

Ketiga Jurnal yang ditulis oleh Riyanthi idayu, Mohamad Husni dan Suhandi. Yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten dalam Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada setiap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Nembol seperti: permodalan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan

prasarana, pengenalan teknologi, sosial dan ekonomi, sehingga pengembangan UMKM di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi belum bisa terlaksana dengan baik. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan UMKM yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Pandeglang adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO (Growth) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya (Idayua dkk, 2021).

Keempat jurnal yang ditulis oleh Riif Maftahah, Bayu Wijayantini, dan Wahyu Eko Setianingsih yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dalam Inovator Jurnal Manajemen hasil dari penelitian ini dari hasil analisis didapat beberapa alternatif strategi pengembangan usaha budidaya jamur BUMDES Pesat Ambulu yang dipilih melalui pendekatan BMC dan diskusi bersama pihak usaha budidaya jamur BUMDES Pesat Ambulu yaitu *Customer Segments* dengan cara memperluas segmen pelanggan melalui penjualan ke warung makan, swalayan dan penjual snack jamur, *Channels* melalui jasa *delivery* dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, *Revenue Streams* dengan cara diversifikasi jamur menjadi olahan yang bernilai jual tinggi, dan *Customer Relationships* melalui pembuatan grup whatsapp dan facebook sebagai wadah untuk menyebarkan informasi dan menjalin kedekatan dengan konsumen (Maftahah dkk, 2022).

Kelima jurnal yang ditulis oleh Ernawati, Ratih Hurriyati dan Puspo Dewi Dirgantari yang berjudul Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing dalam Jurnal Ekonomi Modernisasi hasil dari penelitian ini menemukan bahwa kerajinan anyaman Purun pada Kampung Purun Kota Banjarbaru mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena merupakan produk unggulan. Peningkatan aspek produksi, tenaga kerja, pemasaran, modal, manajemen usaha, dan organisasi merupakan aspek yang penting dalam manajemen pengembangan usaha kerajinan anyaman Purun. Sedangkan aspek politik dan regulasi, sosial dan budaya serta teknologi merupakan aspek yang dapat menjadi peluang untuk

perkembangan usaha kerajinan anyaman Purun. Strategi pengembangan untuk menjadikan kerajinan anyaman Purun menjadi produk unggulan dan bisa bersaing di pasar adalah dengan strategi insentif yaitu strategi penetrasi pasar, strategi penguatan usaha dan strategi pengembangan produk (Ernawati dkk, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa adanya persamaan terhadap penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan. Adapun perbedaannya terletak pada penelitian ini yang lebih fokus pada strategi pengembangan unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto dalam meningkatkan volume penjualan.

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Nur Hidayati, Linta Saptaria Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Hotel Muslim Kediri dalam Jurnal Dialektika Vol 5, No. 1, 2020 39 – 51	Berdasarkan analisis SWOT diperoleh beberapa hasil strategi pemasaran islami Hotel Muslim Kediri sebagai berikut, strategi SO yaitu dengan meningkatkan varian produk, menetapkan harga yang terjangkau serta meningkatkan pelayanan yang lebih baik. Strategi WO, yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM yang lebih kompetense hingga ada peningkatan	Jurnal tersebut mengambil objek Hotel Muslim di Kediri Sedangkan penelitian penulis mengambil objek unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto	Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan

		<p>skil bagi karyawan. Strategi TO, yakni memepertahankan ciri khas produk yang berbasis ekonomi syariah. Strategi WT, melakukan upaya pengembangan promosi disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar.</p>		
2.	<p>Yosep Hermawan Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT di Perkebunan Kopi Palasari Kabupaten Bandung Dalam Jurnal Busness Inovation dan Enteterpreunersh ip Vol 2 No.1 2020 54-60</p>	<p>Dari hasil pengolahan data dan analisis data, didapatkan bahwa keadaan internal berupa faktor kekuatan masih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahannya. Sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai modal berharga untuk terus berkembang. Keadaan lingkungan eksternalpun masih ada dalam posisi menguntungkan, karena peluang yang hadir masih lebih besar dibandingkan ancaman. Akan tetapi hal positif tersebut tetap membutuhkan pengembangan dan penerapan strategi yang tepat,</p>	<p>Jurnal tersebut mengambil objek kawasan Perkebunan Kopi Palasari Kabupaten Bandung. Sedangkan penelitian penulis mengambil objek unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto</p>	<p>Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan.</p>

		<p>agar potensi kopi palasari dapat optimal diberdayakan. Hali ini sesuai dengan posisi kopi palasari yang berada di kuadran 1 yaitu kuadran pertumbuhan (<i>growth</i>), dimana kuadran ini akan tepat jika ditindaklanjuti dengan strategi-strategi ofensif dan agresif, seperti strategi penetrasi pasar yang sudah sesuai dengan strategi-strategi utama yang tertuang di matriks SWOT kopi palasari.</p>		
3.	<p>Riyanthi idayu, Mohamad Husni dan Suhandi. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten dalam Jurnal Manajemen</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada setiap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Nambol seperti: permodalan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, pengenalan teknologi, sosial dan ekonomi, sehingga pengembangan</p>	<p>Jurnal tersebut mengambil objek Usaha Mirko Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Pandeglang, sedangkan penelitian penulis mengambil objek unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto</p>	<p>Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan.</p>

	<p>STIE Muhammadiyah Palopo Vol.7 No.1 2021 73-83</p>	<p>UMKM di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi belum bisa terlaksana dengan baik. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan UMKM yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Pandeglang adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO (Growth) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.</p>		
4.	<p>Riif Maftahah, Bayu Wijayantini, dan Wahyu Eko Setianingsih Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dalam Inovator Jurnal Manajemen Vol.11 No.2 300-310</p>	<p>Dari hasil analisis didapat beberapa alternatif strategi pengembangan usaha budi- daya jamur BUMDES Pesat Ambulu yang dipilih melalui pendekatan BMC dan diskusi bersama pihak usaha budidaya jamur BUMDES Pesat Ambulu yaitu <i>Customer Segments</i> dengan cara memperluas segmen pelanggan melalui penjualan ke warung makan,</p>	<p>Jurnal tersebut mengambil objek BUMDES Pesat Ambuluserta menggunakan pendekatan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) yang dilengkapi Analisis SWOT sedangkan penelitian penulis mengambil objek unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto dan hanya menggunakan analisis SWOT</p>	<p>sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha.</p>

		<p>swalayan dan penjual snack jamur, <i>Channels</i> melalui jasa <i>delivery</i> dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, <i>Revenue Streams</i> dengan cara diversifikasi jamur menjadi olahan yang bernilai jual tinggi, dan <i>Customer Relationships</i> melalui pembuatan grup whatsapp dan facebook sebagai wadah untuk menyebarkan informasi dan menjalin kedekatan dengan konsumen</p>		
5.	<p>Ernawat, Ratih Hurriyati dan Puspo Dewi Dirgantari Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing dalam Jurnal Ekonomi Modernisasi Vol.17 No.1 2021 27-40</p>	<p>Hasil riset menemukan bahwa kerajinan anyaman Purun pada Kampung Purun Kota Banjarbaru mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena merupakan produk unggulan. Peningkatan aspek produksi, tenaga kerja, pemasaran, modal, manajemen usaha, dan organisasi merupakan aspek yang penting dalam manajemen pengembangan usaha kerajinan</p>	<p>Jurnal tersebut mengambil objek pengrajin anyaman Purun di Kampung Purun Kota Banjarbaru Sedangkan penelitian penulis mengambil objek unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto</p>	<p>Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan.</p>

		<p>anyaman Purun. Sedangkan aspek politik dan regulasi, sosial dan budaya serta teknologi merupakan aspek yang dapat menjadi peluang untuk perkembangan usaha kerajinan anyaman Purun. Strategi pengembangan untuk menjadikan kerajinan anyaman Purun menjadi produk unggulan dan bisa bersaing di pasar adalah dengan strategi insentif yaitu strategi penetrasi pasar, strategi penguatan usaha dan strategi pengembangan produk.</p>		
--	--	---	--	--

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi judul penelitian, latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dibuat kerangka pemikiran dan juga menjadi dasar dalam pembentukan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Menjelaskan tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan penyusun dalam menulis penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif obyek penelitian, analisis data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian. Pada bagian akhir penelitian ini akan dicantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan, lampiran-lampiran yang mendukung.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Setrategi Pengembangan Unit Usaha

1. Strategi

Awalnya kata strategi digunakan dalam lingkungan militer yang berasal dari kata Yunani yakni “*Strategos*” yang diartikan suatu upaya mencapai kemenangan dalam suatu peperangan namun kini istilah strategi digunakan dalam berbagai bidang yang memiliki esensi situasi relatif sama (Yatminiwati, 2019: 3).

Sementara itu, strategi adalah rencana terperinci untuk memilih tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Di tengah persaingan perusahaan yang ketat, strategi yang dilakukan adalah memperkuat posisi persaingan perusahaan. Dengan kata lain, strategi adalah semua tindakan yang perlu diambil perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini adalah solusi untuk pertanyaan bagaimana sebuah perusahaan dapat mencapai tujuan yang ditentukan. Sementara itu, strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang telah ditentukan sebelumnya yang jika dipenuhi dapat memberikan keunggulan kompetitif yang diinginkan. Tujuan dan rencana aksi ini harus ditentukan dan dilaksanakan dengan menggunakan strategi. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat keputusan strategi yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran dan hal lain yang bersifat jangka panjang (Yatminiwati, 2019: 3).

Freddy Rangkuti menjelaskan definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan

sumber daya dan usaha suatu organisasi. Strategi bisnis memperhatikan dengan sungguh-sungguh kesesuaian kapasitas internal perusahaan dan lingkungan eksternal (Rangkuti, 2005: 7)

Menurut Yunus (2016:133) di dalam organisasi atau perusahaan bisnis terdapat tiga tingkatan strategi yaitu:

- a. Strategi korporat yang menjelaskan arah keseluruhan perusahaan dalam hal sikap perusahaan terhadap pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis perusahaan serta lini produk.
- b. Strategi bisnis yang biasanya berlangsung di dalam unit bisnis atau level produk dan menekankan pada pengembangan dari posisi kompetitif sebuah produk atau jasa perusahaan dalam segmen pasar yang dilayani oleh unit bisnis perusahaan tersebut.
- c. Strategi fungsional adalah sebuah pendekatan yang dilakukan oleh manajemen fungsional untuk mendapatkan sasaran perusahaan dan unit bisnis dan sebuah strategi untuk memaksimalkan produktivitas sumber daya.

Beberapa definisi yang diberikan di atas mengarah pada kesimpulan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

2. Pengembangan Unit Usaha

Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung dari kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan,

dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja (Maulidah & Oktafia, 2020).

Pengembangan adalah sebagai suatu pembangunan, yaitu merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi. Dengan demikian juga mengandung makna sebagai pembaharuan yaitu melakukan usaha-usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih sesuai atau cocok dengan kebutuhan, menjadi lebih baik atau bermanfaat. Dalam memudahkan konsep pengembangan maka pengembangan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memajukan atau meningkatkan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada. Atau dapat dikatakan juga sebagai proses yang dilakukan dalam meningkatkan sesuatu sehingga memiliki nilai yang lebih tinggi (Gumelardkk, 2015). Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri (Surepidkk, 2021).

Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, usaha adalah kegiatan dengan menggunakan tenaga pikiran atau badan untuk menyatakan suatu maksud (KBBI, 2016).

Unit usaha Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) unit usaha adalah unit yang melaksanakan kegiatan yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga atau suatu badan yang mempunyai kewenangan yang di tentukan berdasarkan kebenaran lokasi bangunan fisik, dan wilayah oprasinya (Purnamawati & Khoirudin, 2019).

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha(Purnamawati & Khoirudin, 2019).

3. Strategi Pengembangan Unit Usaha

Sebelum mengetahui strategi pengembangan usaha, yang harus dilakukan, seorang pengusaha harus mengetahui lingkungan bisnisnya terlebih dahulu. Lingkungan merupakan faktor yang sangat berperan terhadap kondisi usaha karena faktor-faktor ini sangat menentukan strategi yang akan dijalankan sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan strategi usaha ditentukan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan(Gunawan, dkk, 2020).

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks usaha merupakan suatu upaya melakukan analisis kondisi pasar kawasan internal meliputi kelemahan dan kekuatan serta kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif strategi yang akan dilakukan. Pengembangan pasar memasarkan produk atau jasa saat ini terhadap konsumen pada segmen pasar yang baru atau wilayah geografis pasar yang baru. Pengembangan produk perusahaan bertahan memperkuat posisi serta memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru. Inovasi merupakan strategi untuk memperoleh margin berkaitan dengan penciptaan serta penerimaan konsumen produk dan jasa baru(Rozarie, 2019: 14).

Analisis lingkungan eksternal perlu dilakukan untuk mengidentifikasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman besar yang dihadapi suatu organisasi terhadap perubahan lingkungan eksternal perusahaan sehingga manajer dapat merumuskan strategi guna mengambil keuntungan dari berbagai peluang tersebut dan menghindar atau meminimalkan dampak dari ancaman potensial yang muncul. Kedua, analisis lingkungan internal perusahaan bertujuan untuk mengidentifikasi sejumlah kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada sumber dan proses bisnis internal yang dimiliki perusahaan (Rengkuti, 2009: 7).

4. Tahap-Tahap Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut (Syahidin & Ramadhan, 2022):

a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang

dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usahayang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

5. Unsur-unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yaitu(Muttalib, 2017):

- a. Unsur yang berasal dari dalam perusahaan (pihak internal)
 - 1) Adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
 - 2) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain-lain.
 - 3) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
- b. Unsur yang berasal dai luar (pihak Eksternal)
 - 1) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha. 2) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar. 3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/kondusif untuk usaha. 4) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan

untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula. 5) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi yang memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja. Hal ini juga bisa mendorong perekonomian yang pada gilirannya akan memberi untung pada konsumen. Namun sebaliknya, sebuah jajaran produk yang sedikit memungkinkan untuk menggali potensi produk tersebut dengan lebih dalam, mungkin termasuk banyak alternative untuk jenis produk yang sama. Variasi produk yang sedikit juga bisa dibandingkan dengan keahlian yang seksama.

Sedangkan kreativitas merupakan salah satu unsur penting yang perlu dijadikan sebagai salah satu karakter dalam mengelola bisnis. Kreativitas akan memberikan banyak kontribusi bagi pengembangan sebuah bisnis usaha. Usaha bisnis sangat perlu dikelola secara kreatif oleh pemiliknya dalam segala aspek, mulai dari ide dan produksi. Dalam artian, kreatif berarti menginovasi. Inovasi sangat penting dalam pengembangan usaha untuk pembaharuan produk agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

6. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Sebagaimana dikutip oleh Husein Umar dalam Fred R. David, strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok yaitu (Sari & Ali, 2019):

a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujungujungnya adalah kebangkrutan

B. Pondok Pesantren

Menurut etimologi, istilah pondok pesantren merupakan berasal dari kata santri yang mendapat awalan pe- dan akhiran -an sehingga menjadi pesantria-an yang bermakna kata “shastri” yang artinya murid. Sedang C.C. Berg. berpendapat bahwa istilah pesantren berasal dari kata *shastri* yang dalam bahasa India berarti orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab-kitab suci agama Hindu. Kata *shastri* berasal dari kata *shastra* yang berarti buku-buku suci, buku-buku suci agama atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan. Pendapat lain mengatakan, kata santri berasal dari kata *Cantrik* (bahasa Sansekerta, atau mungkin jawa) yang berarti orang yang selalu mengikuti guru, yang kemudian dikembangkan oleh Perguruan Taman Siswa dalam sistem asrama yang disebut Pawiyatan. Istilah santri juga ada dalam bahasa Tamil, yang berarti guru mengaji. Terkadang juga dianggap sebagai gabungan kata *saint* (manusia baik) dengan suku kata *tra* (suka menolong), sehingga kata pesantren dapat berarti tempat pendidikan manusia baik-baik(Kahfi & Kasanova, 2020).

Menurut pendapat para ilmuwan, istilah pondok pesantren merupakan dua istilah yang mengandung satu arti. Orang Jawa menyebutnya “pondok” atau “pesantren”. Sering pula menyebut sebagai pondok pesantren. Istilah pondok barangkali berasal dari pengertian asrama-asrama para santri yang disebut pondok atau tempat tinggal yang terbuat dari bambu atau barangkali berasal dari bahasa Arab “*funduq*” artinya asrama besar yang disediakan

untuk persinggahan. Sekarang lebih dikenal dengan nama pondok pesantren. Di Sumatra Barat dikenal dengan nama surau, sedangkan di Aceh dikenal dengan nama *rangkang*. Dari pengertian tersebut berarti antara pondok dan pesantren jelas merupakan dua kata yang identik (memiliki kesamaan arti), yakni asrama tempat santri, tempat murid atau santri mengaji (Kahfi & Kasanova, 2020).

Sedangkan secara terminologi pengertian pondok pesantren dapat penulis kemukakan dari pendapat para ahli antara lain (Kahfi & Kasanova, 2020):

- a. M. Dawam Rahardjo memberikan pengertian pesantren sebagai sebuah lembaga pendidikan dan penyiaran agama Islam, itulah identitas pesantren pada awal perkembangannya. Sekarang setelah terjadi banyak perubahan di masyarakat, sebagai akibat pengaruhnya, definisi di atas tidak lagi memadai, walaupun pada intinya nanti pesantren tetap berada pada fungsinya yang asli, yang selalu dipelihara di tengah-tengah perubahan yang deras. Bahkan karena menyadari arus perubahan yang kerap kali tak terkendali itulah, pihak luar justru melihat keunikannya sebagai wilayah sosial yang mengandung kekuatan resistensi terhadap dampak modernisasi.
- b. Abdurrahman Wahid, mendefinisikan pesantren secara teknis, pesantren adalah tempat di mana santri tinggal.
- c. Mahmud Yunus, mendefinisikan sebagai tempat santri belajar agama Islam.
- d. Abdurrahman Mas'ud, mendefinisikan pesantren refers to a place where the santri devotes most of his or her time to live in and acquire knowledge. mengacu pada tempat di mana para santri mencurahkan sebagian besar waktunya untuk hidup dan memperoleh pengetahuan
- e. Imam Zarkasyi, secara definitif mengartikan pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam dengan sistem asrama atau pondok, di mana kyai sebagai figur sentralnya, mesjid sebagai pusat kegiatan yang

menjiwainya, dan pengajaran agama Islam dibawah bimbingan kyai yang diikuti santri sebagai kegiatan utamanya.

Dengan demikian dapat dipahami, bahwa pondok pesantren adalah suatu wadah tempat membina insan-insan, dan berfungsi sebagai lembaga Pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, dan menghayati ajaran agama Islam. Iklim keilmuan pesantren begitu terlihat dengan keberadaan pondok sebagai tempat tinggal. Seluruh aktifitas santri diatur melalui jadwal mulai bangun tidur sampai tidur lagi. Santri diawasi oleh pengurus pondok sebagai badal dari Kiai.

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. SWOT adalah akronim dari kata *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor internal, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Istiqomah., 2017).

Metode Analisis SWOT merupakan suatu metodologi guna mencari hubungan antara peluang dan ancaman eksternal perusahaan, dengan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kelemahan, kekuatan dan keunggulan kompetitif yang dimiliki suatu usaha atau perusahaan, yang dilakukan melalui analisis terhadap kondisi internal, dan dilakukan melalui analisis terhadap kondisi eksternal perusahaan mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan (Gunawan, dkk, 2020).

Analisis SWOT menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi serta mampu memberikan solusi permasalahan yang sedang dihadapi. Komponen analisis SWOT ada 4 yaitu:

1. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal perusahaan yang dimiliki saat ini kekuatan dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani ancaman.
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal perusahaan dimana bisa menjadi kendala dalam mencapai sasaran organisasi dan menghadapi persaingan.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal perusahaan yang berpotensi memberikan peluang organisasi untuk berkembang di masa depan.
4. Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang menggambarkan tantangan atau ancaman yang harus dihadapi organisasi. Ancaman ini berasal dari berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dan dapat menyebabkan kemunduran (Istiqomah & Andriyanto, 2017).

Keempat komponen di atas dituangkan dalam matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman (faktor eksternal) yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi.

Tabel I
Diagram Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Faktor-faktor kekuatan	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor kelemahan
OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor peluang	STRATEGI SO Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Faktor-faktor ancaman	Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Menciptakan Strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : (Hidayati & Saptaria, 2020)

1. Strategi SO Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
2. Strategi WO Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
3. Strategi ST Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
4. Strategi WT Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman(Hidayati & Saptaria, 2020)

D. Volume Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Setiap perusahaan memiliki orientasi mencapai laba maksimal. Laba maksimal tersebut banyak diharapkan dari volume penjualan yang kian hari kian meningkat. Penjualan bisa dikatakan puncak dari kegiatan dalam seluruh kegiatan yang ada di sebuah perusahaan.

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa memiliki tujuan akhir yaitu menjual barang atau jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat terjual sehingga dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Basu Swastha DH (2004 : 403) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan

uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama(Syahidin & Ramadhan, 2022).

Volume penjualan merupakan jumlah unit produk yang mampu dijual oleh perusahaan. Semakin tinggi volume penjualan maka perusahaan tersebut memiliki strategi pemasaran yang baik. Volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi volume penjualan adalah hasil dari penjualan yang diukur menggunakan satuan. Volume penjualan merupakan total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan(Rengkuti, 2009: 57).

2. Tujuan Penjualan

Pada umumnya, perusahaan memiliki tujuan mendapatkan laba tertentu, dan mempertahankan untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan sesuai apa yang direncanakan. Bagi perusahaan, pada umumnya mempunyai tujuan umum dalam penjualannya, yaitu(Arisandy & Satriawan, 2018):

a. Meningkatkan Volume Penjualan

Penetapan harga di beberapa perusahaan difokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya 1 tahun atau 3 tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penetapan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.

b. Mempertahankan dan Meningkatkan Pangsa Pasar

Beberapa perusahaan, besar dan kecil, menetapkan harga dengan tujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Misalnya, ketika mata uang Jepang, Yen, nilainya melebihi nilai dolar A.S, produk Jepang diadakan pada prospek berkurangnya pangsa pasar. Untuk mempertahankan pangsa pasar, perusahaan Jepang menerima margin laba yang lebih kecil dan

mengurangi biaya sehingga dapat menjual produk dengan harga di bawah harga jual yang seharusnya.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Di dalam aktivitas penjualan terdapat banyak faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, maka dari itu manajer penjualan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan. faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan yaitu sebagai berikut (Arisandy & Satriawan, 2018):

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau memindahkan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembelisebagai pihak kedua. Di sini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- 1) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- 2) Harga produk atau jasa
- 3) Syarat penjualan, contoh : pembayaran dan pengiriman

b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai sekelompok orang pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yakni : jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan

usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

d. **Kondisi Organisasi Perusahaan**

Pada perusahaan pasar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi seta sasaran yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e. **Faktor-faktor lain**

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

E. Landasan Teologis

1. Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Islam

Dalam bisnis seringkali mengabaikan nilai-nilai Islam karena dalam berbisnis sering menjumpai banyak mitra dan konsumen dimana mereka mempunyai pedoman sendiri dalam berbisnis. Islam memang sangat mengatur hubungan yang kuat antara akhlaq , akidah, ibadah dan muamalat. Aspek muammalah merupakan aturan main bagi manusia dalam menjalankan kehidupan sosial, sekaligus merupakan dasar untuk membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ajaran Islam menahan manusia dari menghalalkan segala cara untuk mencari rezeki. Muammalah mengajarkan manusia untuk mencari rezeki secara halal dan baik (Riyadi, 2015: 75)

Islam memiliki pedoman untuk mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis, yakni Al-Quran dan sunnah sebagai sumber ajaran islam. Setidaknya dapat menawarkan nilai serta prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu (Latifah, 2020).

Seperti dalam firman Allah SWT dalam Q.S Al-Jumu'ah [62]:10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

Artinya: “Apabila telah dilaksanakan shalat, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyakbanyak agar kamu beruntung.” dalam (Q.S Al-Jumu'ah [62]:10)

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S. Al Qhashash [28]: 77).

Kedua ayat di atas mengisyaratkan bahwa manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan usaha dan bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan namun bukan materi semata melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang tidak lepas dari aktifitas produksi, pembelian, penjualan atau pertukaran barang dan jasa yang melibatkan oran atau perusahaan untuk mendapat profit. Sedangkan bisnis dalam islam pelaksanaan oprasional kegiatannya tidak boleh hanya mencari laba maksima semata, dengan arti bahwa keuntungan ya diperoleh harus proporsional dengan tidak memberikan dampak kerugian bagi orang lain(Latifah, 2020: 76).

Nabi Muhamad SAW telah memberikan contoh terhadap umatnya mengenai bisnis. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah serta menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh (Surepidkk, 2021)..

a. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen atau pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Ketika konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan yang didapat akan kian meningkat.

b. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi memperhitungkan juga keuntungan non materil (mendapat ridha dari Alloh SWT)

c. Profesional

Profesional yang didukung dengan sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhamad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional memiliki sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindari dari resiko.

d. Silaturahmi

Silaturrahim merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (*future market*), dan bahkan dengan kompetitornya.

e. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

f. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kualitatif, yakni penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawanya yakni eksperimen), dimana penulis adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan juga hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dimana penelitian akan dilakukan langsung di lapangan. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke ‘lapangan’ untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam keadaan alamiah. Penelitian lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara (Sugiyono, 2016: 9).

Penelitian ini ditandai dengan objek secara langsung mendatangi atau berkunjung langsung untuk mendapatkan hasil yang maksimal terhadap aktivitas unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto mengenai strategi pengembangan usaha, lalu mencari data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Dalam hal ini penulis akan memfokuskan pada bagaimana analisis strategi pengembangan dalam meningkatkan volume penjualan studi kasus pada unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto, Jalan Sunan Bonang No. 37 Rt.03 Rw.06, Desa Dukuhwaluh, Kecamatan, Kembaran, Kabupaten Banyumas. Adapun peneliti melakukan penelitian ini pada bulan Agustus - Oktober 2022.

C. Sumber Data

Sesuai dengan jenis penelitiannya, teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui sebab seperti, bagaimana dan mengapa suatu permasalahan terjadi dalam suatu penelitian.

Jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian kualitatif ini adalah sumber data primer dan sumber data skunder. Berikut penjelasan data primer dan data skunder (Arikunto & Suharsimi, 2019: 22):

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari subjek penelitian dalam bentuk verbal atau ucapan lisan dan perilaku subjek (narasumber penelitian) yang berkaitan dengan relevansi kompeten. Data ini juga disebut sebagai data yang asli atau baru dan mempunyai sifat yang *up to date*.

Sumber data primer ini diperoleh dari penelitian langsung di lapangan dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara kepada masing-masing pengurus unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto yaitu DS Mart, DS Laundry, Warung Pojok Santri dan Depot Air Minum Arwa.

2. Sumber data skunder

Sumber data skunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari serta memahami melalui media lain, yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumen dan catatan lain yang dapat dipakai sebagai data untuk mendukung data primer.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian sendiri adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data

yang ditetapkan. Di dalam penelitian ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis (Creswell, 2019: 253-256):

1. Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui sebuah observasi. Data tersebut dikumpulkan dan dibantu dengan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dan dapat diobservasi secara jelas. Observasi dapat juga diartikan sebagai sebuah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti.

Observasi yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh data-data terkait strategi pengembangan unit usaha dan pelaksanaannya tersebut di lokasi unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto yaitu Warung Pojok Santri, DS Mart, DS Laundry dan Depot Air Minum.

2. Wawancara

Wawancara yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara di dalam penelitian digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam lagi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendasar diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Susan Stainback (1988) mengungkapkan bahwa dengan wawancara, maka seorang peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang

terjadi, di mana hal ini tidak dapat ditemukan melalui observasi. Dalam penelitian kualitatif, sering untuk menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam.

Wawancara yang dimaksud dalam penelitian ini dilakukan kepada kepala unit usaha, pengurus masing-masing unit usaha serta konsumen unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumen merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar saat wawancara yang berguna untuk meningkatkan tingkat kredibilitas atau kepercayaan dari proses observasi atau wawancara, serta data-data yang relevan mengenai unit usaha dan konsumen unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Tahapantahapan yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang telah diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu untuk dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, lalu memfokuskan pada hal-hal yang penting dan juga dicari tema dan polanya. Dengan demikian maka data yang sudah direduksi akan memberikan sebuah gambaran yang lebih jelas dan juga mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila dibutuhkan.

Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti membuat catatan, merangkum, memilih hal yang penting, dan memfokuskan pada hal yang penting sehingga memperoleh kesimpulan yang jelas.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, kemudian langkah selanjutnya yaitu mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan juga sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka dapat mempermudah dalam memahami apa yang terjadi, lalu melakukan rencana kerja selanjutnya dengan apa yang sudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam

penelitian kualitatif mungkin dapat untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin saja tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan . Selama penelitian berlangsung, kesimpulan sementara dalam penelitian perlu diverifikasi agar data tersebut dapat diterima selama masa pengujiannya(Sugiono, 2016: 248-252).

Setelah dilakukan reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi, langkah berikutnya yaitu melakukan analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang serta ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.

F. Uji Keabsahan Data

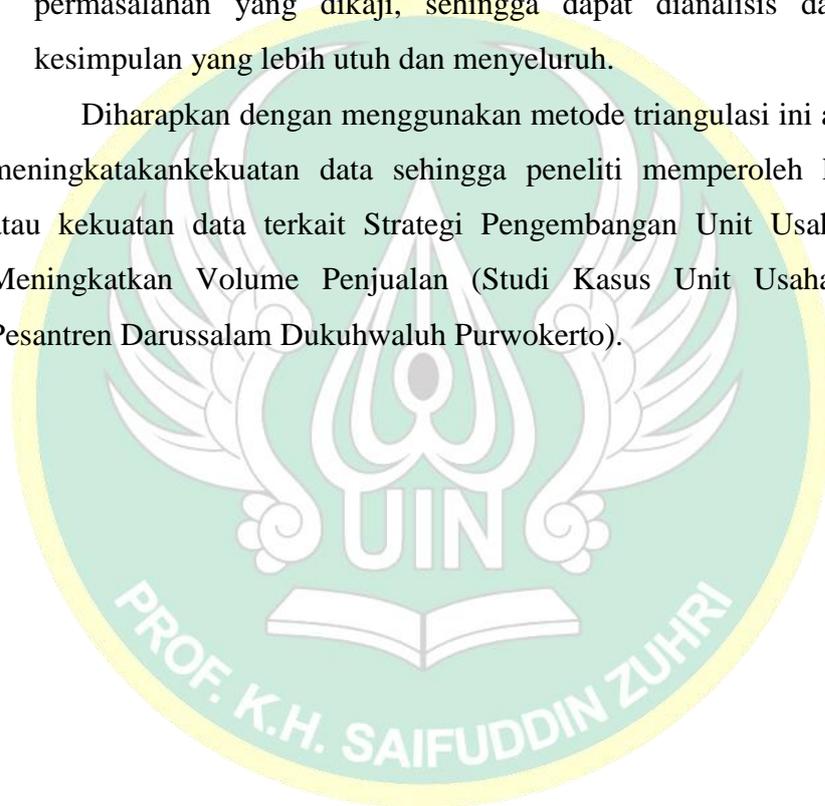
Pada penelitian ini, uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Teknik Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Nilai dari teknik pengumpulan dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Maka dari itu dengan menggunakan triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti (Sugiono, 2016: 225).

Teknik triangulasi merupakan cara yang paling umum bagi peningkatan validitas dalam penelitian kualitatif. Ada empat macam teknik triangulasi yaitu:

1. Triangulasi data yaitu peneliti dalam mengumpulkan data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda.

2. Triangulasi metode yaitu cara peneliti menguji keabsahan data dengan mengumpulkan data sejenis tetapi dengan menggunakan teknik atau metode pengumpulan data yang berbeda.
3. Triangulasi peneliti yaitu hasil penelitian baik data ataupun simpulan mengenai bagian tertentu atau keseluruhannya bisa diuji validitasnya dari beberapa peneliti.
4. Triangulasi teori yaitu dalam menguji keabsahan data menggunakan pespektif lebih dari satu teori dalam membahas permasalahan-permasalahan yang dikaji, sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh.

Diharapkan dengan menggunakan metode triangulasi ini akan lebih meningkatkan kekuatan data sehingga peneliti memperoleh keyakinan atau kekuatan data terkait Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto

1. Sejarah

Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto sendiri memiliki lembaga yang bernama Darussalam Bisnis Center (DBC) yang di dalamnya membawahi unit-unit usaha yang terdapat di Pondok Pesantren Darussalam dengan tujuan kemandirian pesantren serta pengembangan kemampuan santri dalam berwirausaha dan membaca peluang bisnis. yang seluruhnya berlokasi di lingkungan Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto, Jalan Sunan Bonang No 57, RT 03/06, Dusun Dukuwulung, Desa Dukuwaluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas. Adapun unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto:

a. DS Mart

Yang pertama berdiri adalah DS Mart, DS Mart awalnya merupakan sebuah Koperasi yang berdiri sekitar tahun 2011 kemudian diberi nama Koperasi Darussalam dengan menunjuk beberapa santri untuk mengelola, Koperasi Darussalam saat itu hanya menyediakan alat tulis dan makanan ringan atau cemilan dengan tujuan untuk memudahkan para santri dalam berbelanja. Awal mula koperasi Pondok Pesantren ini hanya berupa sebuah kantin yang sangat sederhana dan produk yang dijual sangat kekurangan yang mengharuskan santri pada saat itu harus keluar Pondok jika produk yang diinginkan tidak tersedia di koperasi

seiring berjalanya waktu Koperasi menjadi terbengkalai serta kurang berkembang. kemudian Pada tahun 2019 dibentuk sebuah lembaga yang bernama Darussalam Bisnis Center (DBC) Di bawah kepengurusan Darussalam Bisnis Center Koperasi

Darussalam mulai bangkit kembali selanjutnya beralih nama menjadi DS Mart agar lebih kekinian serta desain ruangan juga dirubah menjadi lebih modern dengan menggunakan rak yang biasa digunakan di minimarket.

Gambar 1.1
DS Mart



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha DS Mart

b. DS Laundry

Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto Memiliki sekitar 500an santri dengan fasilitas tempat jemuran pakaian yang hanya ada 5 tempat ternyata 5 tempat tersebut tidak mampu menampung jemuran yang menumpuk terutama pada musim penghujan. Maka santri memilih untuk melaundry pakaian mereka di luar pondok. Disaat mereka sudah terbiasa melaundry di luar pondok pesantren lalu terjadi wabah covid-19 yang mengakibatkan PSBB. Sememntara pesantren juga membatasi para santrinya untuk keluar pesantren sehingga santri yang melaundry pakaian mereka di luar pondok merasa kebingungan.

Lalu para pengasuh mereka mempunyai ide membuka jasa laundry namun untuk saat ini masih untuk masyarakat pondok pesantren. Ds Laundry sendiri di resmikan pada tanggal 03 Maret 2021. Harga laundry di dalam pondok pesantren juga menyesuaikan dengan laundry yang ada di luar pondok pesantren.

Gambar 1.2
DS Laundry



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha DS Laundry

c. Warung Pojok Santri (WPS)

Pada tanggal 17 Agustus 2019 Darussalam Bisnis Center kembali mendirikan unit usaha yang menyediakan berbagai macam makanan berat, dengan tujuan memudahkan santri mendapat makanan berat ketika malam hari karena jatah makan sudah habis dan mempermudah santri dalam mendapatkan tambahan lauk. Hal tersebut menjadikan ide untuk membangun Warung Pojok Santri.

yang awalnya para santri ketika menginginkan tambahan lauk harus keluar pesantren dengan berdirinya Warung Pojok Santri, akhirnya para santri tidak perlu lagi membeli tambahan lauk dari luar Pondok. Menu yang tersedia di Warung Pojok

Santri ini mengadopsi menu-menu yang ada di Warung Warmindo seperti magelangan mie instan serta minuman seperti kopi dan nutrisari.

Gambar 1.3
Warung Pojok Santri (WPS)



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha Warung Pojok Santri

d. Depot Air minum Arwa

Depot air minum berdiri pada tanggal 28 November 2021 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan air minum bagi para santridengan nama Arwa dengan slogan Lebih Segar, Higienis Dan Berkah. Karean depot air minum Arwa berlokasi dilingkungan Pondok Pesantren Sehingga ketika santri kehabisan air bisa langsung mengisi tanpa harus menu ggu karena pesan jauh dari luar.

Depot Air minum Arwa menyediakan dua varian isi ulang yakni isi ulang biasa, isi ulang *Reverse Osmosis* (RO) dan air minum dalam kemasan. Isi ualng biasa dan isi ulang RO memiliki perbedaan yakni dari sisi penyaringan. Untuk isi ulang biasa dilakukan proses filterisasi atau penyaringan yang standar sehingga jika ada empat liter air yang akan disaring, hasilnya akan didapatkan empat liter air mineral. Berbeda dengan air RO

dimana air akan mengalami proses penyaringan dengan alat atau mesin RO bernama Membran RO sehingga jika ada dua liter air yang disaring, hasilnya hanya satu liter air RO.

Gambar 1.4
Depot Air Minum Arwa



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha Depot Air Minum Arwa

2. Struktur Organisasi

Struktur Kepengurusan Darussalam Bisnis Center

Pelindung : Dra. Hj. Umi Afifah, M.S.I.

Pengawas : H. Imam Labib Hibaurrahman, Lc., M.S.I.

Ketua : Dewi Laela Hilayatin, S.E., M.S.I.

Bendahara : Arini Rufaida, M.H.I.

Sekretaris : Sofa Mei Ika Sari

Unit-unit Usaha DBC :

- a. Ds Mart : Vivi Fatimah (Koordinator)
Melania Fajarwati
- b. DS Merchandise : Siti Nur Fajriati (Koordinator)
- c. Warung Pojok santri : Ibnu Mukti (Koordinator)
Haryanto
- d. Depot Air Arwa : Badrul Falah (Koordinator)

Gufron Wahid Atmaja

- e. Ds Laundry : Ni'matul Baridah (Koordinator)
Maulida Pangestu

3. Produk dari Unit Usaha Pondok Pesantren darussalam Dukuwaluh Purwokerto

a. Daftar Produk dan harga di DS Mart

Tabel 4.1
Daftar Produk DS Mart

NO.	Produk	Harga
1.	Minuman Dingin	Rp. 1.000 – Rp. 10.000
2.	Sabun-sabun	Rp. 2.000 – Rp. 25.000
3.	Parfum	Rp. 10.000 – Rp. 20.000
4.	Snack Kecil	Rp. 500 – Rp. 3.000
5.	Snack Besar	Rp. 4.000 – Rp. 12.000
6.	Rokok	Rp. 13.000 – Rp. 25.000
7.	Saos dan Sambal	Rp. 1.000 - Rp. 15.000
8.	Es Krim	Rp. 1.000 - Rp. 10.000
9.	Pop Mie	Rp. 6.000
10.	Tissue	Rp. 5.000 - Rp. 30.000
11.	Handbody Lotion	Rp. 5.000 - Rp. 45.000
12.	Kitab-Kitab	Rp. 5.000 - Rp. 100.000
13.	Masker	Rp. 10.000 - Rp.40.000
Dan Lain-Lain		

Sumber: Data Unit Usaha DS Mart

b. Tarif laundry DS Laundry

Tabel 4.2
Daftar Tarif Laundry DS Laundry

NO	Tarif Laundry	Harga
1.	Tarif cuci kering	Rp.3.100/Kg

2.	Tarif cuci dan setrika	Rp.4.100/Kg
3.	Selimut	Rp.8.000/Pcs
4.	Handuk dan sajadah	Rp.4.000/Pcs
5.	Sprei	Rp.6.700/Pcs
6.	Bed cover	Rp.10.000/Pcs
7.	Sepatu	Rp.10.000/Pcs
8.	Tas	Rp.7.000/Pcs
9.	Jaket	Rp.7.000/Pcs
10.	Paket 1 bulan	Rp97.000/25Kg

Sumber: Data Unit Usaha DS Laundry

c. Menu Warung Pojok Santri

Tabel 4.3
Daftar Menu Warung Pojok Santri

NO	Makanan	Harga
1.	Nasi Goreng	Rp.8.000
2.	Magelangan	Rp.9.000
3.	Mie Nyemek	Rp.8.500
4.	Mie Rebus	Rp.5.500
5.	Mie Goreng	Rp.5.500
6.	Mie Rebus + Telor	Rp.8.500
7.	Mie Goreng + Telor	Rp.8.500
	Minuman	
1.	Kopi Panas	Rp.3.000
2.	Es Kopi	Rp.4.000
3.	Susu Panas	Rp.3.000
4.	Es Susu	Rp.5.000
5.	Es Nutrisari	Rp.3.000
6.	Pop Ice	Rp.4.000

Sumber: Data Unit Usaha Warung Pojok Santri

d. Produk Depot Air Minum Arwa

Tabel 4.4
Daftar Produk Depot Air Minum Arwa

NO.	Produk	Harga
1.	Isi Ulang Biasa	Rp.5.000
2.	Isi Ulang <i>Reverse Osmosis</i> (RO)	Rp.7.000
3.	Arwa Gelas	Rp.18.000

Sumber: Data Unit Usaha Depot Air Minum Arwa

B. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

1. Analisis Lingkungan Internal

Aspek-aspek yang di analisis dari faktor internal adalah meliputi, produksi, manajemen, pemasaran dan keuangan. Yang mana hal ini dapat digunakan untuk mengetahui kelemahan serta kekuatan untuk pengembangan unit usaha dalam meningkatkan volume penjualan inilah faktor-faktor kekuatan dan kelemahan Unit Usaha Pondok Pesantren Dukuhwalu Purwokerto:

a. Kekuatan

Kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Dalam hal ini unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto memiliki kekuatan sebagai berikut:

1) DS Mart

a) Lokasi yang Strategis

Lokasi DS Mart yang berada di tengah lingkungan Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto yang memiliki sekitar 500 santri sehingga mampu menjadi pasar yang kuat dari para santri.

b) Produk

Dalam bisnis minimarket terdapat beberapa kriteria produk yang harus dipenuhi yaitu kualitas produk, variasi produk dan ketersediaan. Produk yang dijual DS Mart jika dilihat dari:

1. Kualitas produk

Produk yang dijual di DS Mart sangat selektif dalam pemilihannya, produk yang dijual harus dipastikan baik dan tidak bermasalah. Hal tersebut terbukti dari produk-produk yang dijual sudah memiliki label halal dan BPOM dari Kemenkes RI.

2. Variasi Produk

Produk yang dijual pada DS Mart dapat dikatakan dapat bersaing, hal ini dapat dilihat dari jenis dan merk produk yang dijual hampir sama dengan para pesaingnya

3. Ketersediaan Produk

Petugas rutin mengecek ketersediaan produk pada setiap rak agar ketika produk yang dijual sudah mulai menipis maka segera langsung untuk berbelanja sehingga tidak sampai kehabisan stok.

Gambar 1.5
Produk DS Mart



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha DS Mart

c) Tata ruang

DS Mart menggunakan desain tata letak ruangan seperti minimarket modern dengan produk yang dikelompokkan sesuai jenisnya sehingga barang tertata rapi dan memudahkan pengunjung ketika mencari barang atau produk yang diinginkan.

Gambar 1.6
Rak tempat produk



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha DS Mart

2) **DS Laundry**

a) Lokasi

Lokasi dari DS Laundry berada di tengah lingkungan pesantren dengan jarak yang dekat memudahkan masyarakat Pondok Pesantren dalam menjangkaunya

b) Pelayanan

Memberikan pelayanan yang maksimal dengan menyapa ketika pelanggan datang menyesuaikan dengan keinginan pelanggan agar pelanggan merasa puas dan nyaman.

c) Harga

Harga yang diberikan relatif murah karena menyesuaikan pangsa pasar yaitu para santri maka harga yang diberikan harga pelajar.

3) Warung Pojok Santri (WPS)

a) Harga

Karena konsumen utama para santri maka harga menu makanan yang dipatok di Warung Pojok Santri relatif murah menyesuaikan harga pelajar.

b) Kualitas Menu dan Pelayanan

Kualitas bahan baku makanan selalu segar karena hanya menyetok bahan baku untuk sehari dan setiap harinya selalu berbelanja juga menggunakan freezer sebagai tempat bahan baku sehingga bahan baku yang ada selalu segar. Serta pralatan masak selalu terjaga kebersihannya agar makanan yang disajikan higienis dan sehat. Pelayanan order bisa menggunakan whatshap sehingga nanti ketika pesanan sudah siap akan dikabarkan melalui Whatshap jadi pengunjung tidak menunggu terlalau lama di tempat.

c) Tempat

Tempat yang disediakan Warung Pojok Santri cukup luas serta terdapat tempat duduk dan sebagai tempat pengunjung menyantap makanan serta sebagai tempat duduk kala menunggu pesanan siap. Kebersihan tempat pun selalu dijaga agar konsumen merasa nyaman ketika menyantap di tempat.

Gambar 1.7
Tempat duduk WPS



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha Warung Pojok Santri

4) Depot Air Minum Arwa

a) Bahan Baku yang Tersedia

Bahan baku dasar depot air minum tentunya adalah air depot air minum Arwa sendiri memiliki sumur air yang memiliki kualitas baik yang dapat dimanfaatkan menjadi bahan baku dasar. Sehingga tidak perlu membeli air dari luar yang tentunya menghemat biaya produksi..

b) Kualitas Produk Terjamin

Untuk menjaminkualitas produknya pengelola selalu melakukan proses pengendalian mutu distiap proses produksinya dengan menggunakan alat uji air sehingga kualitas air yang di produksi oleh depot air minum Arwa selalu terjaga kualitasnya dan tidak mengecewakan konsumen.

Gambar 1.8
PH Meter



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha Depot Air Minum Arwa

c) Alat Mesin Yang Memadai

Di depot air minum Arwa sendiri memiliki mesin isi ulang yang dapat menghasilkan dua jenis isi ulang yai tu isi ualang biasa dan isi ualang *Reverse Osmosis* (RO). Depot air minum arwa juga memiliki mesin *Cup Filling* dan *Sealing* yang dapat digunakan untuk memproduksi airminum dalam kemasan gelas.

Gambar 1.9
Mesin isi ulang dan *Cup Filling*



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha Depot Air Minum Arwa

b. Kelemahan

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan atau organisasi relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Melalui kelemahan ini diharapkan unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto untuk dapat mengatasi masalah yang sedang dihadapi agar tercapainya tujuan dari unit usaha yang didirikan. Kelemahan unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto diantaranya:

1) DS Mart

a) Harga relatif Mahal

Harga yang ditawarkan DS Mart relatif agak mahal karena pengambilan barang melalui grosir belum melalui suplayer barang langsung yang bisa memberikan harga lebih rendah dari grosir.

b) Sumber Daya Manusia

Karena petugas dari DS Mart adalah masih bersetatus pelajar semua ketika mereka sedang ada jam kuliah, mengakibatkan tidak ada yang bertugas menjaga terpaksa harus tutup, sehingga membuat jam buka DS Mart tidak Bisa maksimal.

c) Laporan Keuangan

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

2) DS Laundry

a) Tempat

Tempat dari DS Loundri berada satu atap dengang DS Mart sehingga ruangan dari DS Laundry kurang begitu luas sehingga agak sulit dalam menyimpan barang-barang.

Gambar 1.10
Ruangan DS Laundry



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha DS Laundry

b) Alat yang kurang lengkap

Belum memiliki mesin pengering sehingga masih harus menjemur pakaian agar pakaian dapat kering maksimal

c) Sumber Daya Manusia

Anggota dari DS Laundry masih kurang sehingga ketika banyak loundryan petugas agak kewalahan sehingga kadang kurang maksimal

3) Warung Pojok Santri (WPS)

a) *Skill* Yang Kurang

Varian menu yang ada di Warung Pojok Santri hanya sedikit karena kemampuan *Skill* memasak masih kurang sehingga tidak dapat membuat varian menu menarik lainnya yang dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

b) Sumber Daya Manusia

Pengurus dari Warung Pojok Santri tidak mau berinovasi dalam segi menu dan tempat sehingga menu yang disajikan hanya sebatas seperti itu tanpa ada perubahan. Dan kadang pengurus juga agak malas-malasan sehingga mengakibatkan jam buka tidak tentu terutama pada siang hari.

c) Bangunan

Bangunan yang digunakan Warung Pojok Santri masih menggunakan bangunan semi permanen sehingga seiring berjalanya waktu bangunan mulai lapuk tidak seperti bangunan permanen yang tahan lama. Dan ketika hujan deras datang disertai angin kadang air dapat membasahi tempat duduk dan meja pengunjung.

4) Depot Air Minum Arwa

a) Sumber Daya Manusia

Karean pengurus dan pengelola dari depot air minum hanya ada dua orang mengakibatkan ketika sedang banyak pembeli menjadi terhambat karena harus mencuci galon yang akan di isi kemudian mengisinya selanjutnya mengantar galon kelokasi

b) Belum memiliki Izizn BPOM dan SIUP

Pemasaran air ini hanya dilakukan dalam lingkungan Pondok Pesantren saja serta jika ada orang luar pesantren yang mengadakan acara di lingkungan Pondok pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto saja belum menyebar keluar Pondok Pesantren Karena belum memiliki badan hukum.

Gambar 1.10
Air Minum Dalam Kemasan Arwa



Sumber: Dokumentasi Unit Usaha Depot Air Minum Arwa

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Aspek-aspek Yang akan ditinjau dari faktor eksternal ini adalah, ekonomi, lingkungan dan kebijakan pesantren. Faktor-faktor eksternal dapat digunakan untuk mengetahui peluang serta ancaman dalam pengembangan unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh purwokerto. Inilah faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pengembangan unit usaha di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh purwokerto:

a. Peluang

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto memiliki potensi yang cukup bagus dalam mengembangkan unit usaha di lingkungan pesantren, berikut beberapa peluang yang dimiliki diantaranya:

1) DS Mart

a) Pangsa pasar

DS Mart berada di lingkungan Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto dimana terdapat pasar yang potensial karena terdapat sekitar 500 santri. Tentunya

mereka memiliki kebutuhan berbelanja sehingga dapat menjadi pangsa pasar yang kuat.

b) Memiliki Potensi kemitraan dengan para alumni

Banyaknya alumni pondok Pesantren Darussalam yang tentunya dapat diberdayakan menjadi mitra sehingga dapat mempermudah dalam mendapat pruduk yang bermacam-macam

c) Membuka cabang

DS Martsudah sangat bagus dijalankan dengan fasilitas dan manajemen yang ada. Dengan hal itu DS Mart memiliki peluang utuk membuka cabang diluar Pesantren dengan target para warga atau membuka cabang yang berdekatan dengan pusat keramaian.

2) DS Laundry

a) Pangsa pasar

memiliki pangsa pasar yang kuat yaitu masyarakat Pondok Pesantren yang bisa menjadi konsumen tetap dari DS Laundry sendiri.

b) Perubahan cuaca

Cuaca yang sering berubah membuat konsumen lebih memilih laundry apalagi ketika curah hujan tinggi maka banyak konsumen lebih memilih jasa laundry

c) Perkembangan santri

Setiap tahunnya santri Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto bertambah sehingga menjadi peluang DS Laundry karena para santri merupakan konsumen tetap.

3) Warung Pojok Santri (WPS)

a) Pangsa Pasar

Pangsa pasar dari Warung Pojok Santri tentunya adalah para santri penghuni Pondok Pesantren yang menginginkan menu lain selain menu jatah makan santri dan para santri yang membutuhkan tambahan lauk. Santri yang bermukim di Pondok

Pesantren sendiri sekitar 500 santri yang tentunya dapat menjadi pasar yang potensial.

- b) Banyaknya acara yang diadakan di lingkungan Pondok Pesantren Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto Memiliki beberapa aula yang mana aula tersebut sering diadakan acara seperti seminar atau workshop atau acara lain, tentunya hal tersebut menjadi peluang sangat besar untuk mengembangkan dan pemasaran Warung Pojok Santri Sendiri.

- c) Perkembangan santri

Target pasar Warung Pojok Santri untuk saat ini adalah masyarakat Pondok Pesantren. Seiring berjalanya waktu setiap tahunnya jumlah santri berkemabang tentunya menjadi peluang untuk mengemabangkan usaha untuk meningkatkan penjualan.

4) Depot Air Minum Arwa

- a) Pangsa pasar

Di Pondok Pesantren Drussalam Dukuhwaluh Purwokerto terdapat puluhan kamar di lingkungan pesantren yang disetiap kamar tersebut membutuhkan air minum untuk para santri, dimana hal tersebut menjadikan pasar yang potensial bagi unit usaha

- b) Kebijakan Pondok Pesantren Pesantren

Pesantren memiliki kebijakan setiap acara yang berlangsung di lingkungan Pondok Pesantren Drussalam Dukuhwaluh Purwokerto untuk menggunakan produk air minum dalam kemasan Arwa sehingga hal tersebut menjadi peluang besar.

- c) Tidak Adanya Pesaing

Tidak adanya pesaing di sekitar lingkungan Pondok Pesantren menjadikan peluang tersendiri bagi depot air minum karena para santri lebih memilih mengisi ulang galon mereka di tempat tersebut.

b. Ancaman

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Ancaman yang mungkin akan datang terhadap Unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto diantaranya:

1) DS Mart

a) Libur Pesantren

Karean DS Mart didirikan di dalam lingkungan Pondok Pesantren maka Konsumen tetap merupakan santri Pondok Pesantren Drussalam Dukuhwaluh Purwokerto sehingga ketika libur pesantren tiba santri banyak yang pulang sehingga mengurangi penjualan.

b) Kompetitor

Pesaing DS Mart adalah toko-toko kelontong yang berada di sekitar wilayah Pondok Pesantren yang kadang menjua dengan harga yang lebih murah sehingga membuat para santri lebih memilih membeli di luar.

2) DS Laundry

a) Tingkat persaingan usaha yang tinggi

Dapat dilihat dari banyaknya pesaing-pesaing laundry rumahan yang berada disekitar lingkungan Pondok Pesantren.

b) Harga dan kualitas yang saling bersaing

Harga dan kualitas dalam laundry saling bersaing. Banyak laundry yang menyediakan paket kilat karena memiliki alat yang cukup lengkap.

c) Libur Pesantren

Pendapatan DS Lounndry akan menurun ketika libur Pesantren karena konsumen utama adalah masyarakat Pondok Pesantren sendiri

3) Warung Pojok Santri

a) Libur pesantren

Konsumen tetap Warung Pojok Santri merupakan santri Pondok Pesantren Drussalam Dukuhwaluh Purwokerto sehingga ketika libur pesantren tiba santri banyak yang pulang sehingga mengurangi penjualan

b) Perubahan Gaya Hidup

Gaya hidup pada saat ini sangatlah berpengaruh kepada semua usaha dimana perusahaan yang tidak bisa mengikuti perkembangan zaman pada saat ini membuat perusahaan bisa tenggelam dari minat konsumen, seperti halnya produk makanan saat ini memiliki beberapa variasi yang dijual dengan harga murah di luar. Warung Pojok Santri saat ini belum mengikuti perkembangan zaman dimana masih menyediakan variasi menu yang kurang beragam.

4) Depot Air Minum Arwa

a) Libur Pesantren

Karena pemasaran dari depot air minum masih di dalam Pondok Pesantren karena belum Memiliki izin SIUP dan BPOM sehingga ketika libur pesantren tiba santri banyak yang pulang sehingga mengurangi penjualan.

b) Melonjaknya Harga Bahan Pembantu

Bahan pembantu dalam industri AMDK meliputi gelas, tutup galon, segel, kardus dan lain sebagainya. Ketika barang-barang tersebut naik tentunya Hal ini mengakibatkan masalah bagi unit usaha Depot Air Minum Arwa dalam hal meraih profit yang sudah direncanakan sehingga tidak stabilnya kondisi keuangan perusahaan

C. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Unit Usaha Dalam Meningkatkan Volume penjualan

Sebelum melakukan pengembangan unit usaha pemilik seharusnya melakukan identifikasi terhadap usahanya yang secara garis besar

mencakup kekuatan unit usaha. Setelah kegiatan usaha dirintis berjalan, maka hal lain yang tidak kalah pentingnya juga adalah bagaimana cara untuk mengembangkan usaha tersebut. Pengembangan usaha sangat dibutuhkan karena melihat banyaknya usaha yang gagal karena tidak memiliki strategi yang matang. Dalam melakukan pengembangan unit usaha diperlakukan beberapa alternatif strategi diantaranya adalah menggunakan analisis SWOT. Dalam analisis SWOT terdapat beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal dimana faktor-faktor ini dapat memacu dalam melakukan pengembangan Unit Usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto yang telah dikumpulkan dan dianalisis pada faktor internal dan eksternal kemudian digunakan untuk menentukan faktor strategis perusahaan dengan analisis SWOT. Hal ini menjadi sangat penting untuk mengembangkan unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto untuk dapat bersaing kedepannya.

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal itulah dapat diketahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Unit Usaha Pondok Pesantren Dukuhwalu Purwokerto. Menurut Fred R. analisis SWOT dapat mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT. Dalam hal ini, analisis SWOT dapat memberikan alternatif pilihan strategi untuk pengembangan unit usaha Berikut adalah analisis lingkungan internal dan eksternal dari Unit Usaha Pondok Pesantren Dukuhwalu Purwokerto.

Berdasarkan analisis data wawancara di atas, maka penilaian faktor internal dan eksternal dalam penerapan strategi pengembangan unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam dalam meningkatkan volume penjualan berdasarkan Analisis SWOT sebagai berikut :

1. DS Mart

- a. Analisis Matriks IFAS (Internal Faktor Analisis System)

Tabel 4.5
Matriks IFAS

NO.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Lokasi yang strategis	0,12	4,00	0,48
2.	Tempat yang cukup luas	0,16	3,00	0,48
3.	Produk yang ditawarkan bermacam-macam dan terjaga kualitasnya	0,06	4,50	0,27
4.	Desain ruangan yang modern	0,19	4,00	0,76
Jumlah		0,53		1,99
Kelemahan (W)				
1.	Harga yang relatif mahal	0,07	2,50	0,17
2.	Jam buka kurang maksimal	0,07	1,00	0,70
3.	Kasir belum menggunakan sistem	0,20	2,8	0,56
4.	Laporan keuangan masih manual	0,13	2,50	0,33
Jumlah		0,47		1,76
Sub Total		1,00		3,75

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai IFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 3,75 yang terdiri dari kekuatan sebesar 1,99 dan skor kelemahan sebesar 1,76.

b. Analisis Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analisis System)

Berdasarkan analisis data wawancara di atas, maka penilaian faktor eksternal dalam penerapa strategi pengembangan unit usaha DS Mart yang ada di Pondok Pesantren Darussalam dalam meningkatkan volume penjualan sebagai berikut :

Tabel 4.6
Matriks EFAS

NO.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Memiliki pasar yang potensial	0,21	4,00	0,84
2.	Alumni yang dapat dijadikan sebagai mitra	0,17	3,00	0,51
3.	Membuka cabang	0,07	3,00	0,21
4.	Santri yang berkembang setiap tahun	0,17	3,50	0,60

Jumlah		0,62		2,16
Ancaman (T)				
1.	Libur pondok pesantren	0,21	2,50	0,53
2.	Kompetitor warung-warung klontong sekitar	0,06	1,00	0,06
3.	Produk yang ditawarkan kompetitor lebih murah dan bervariasi	0,11	2,00	0,22
Jumlah		0,38		0,81
Sub Total		1,00		2,97

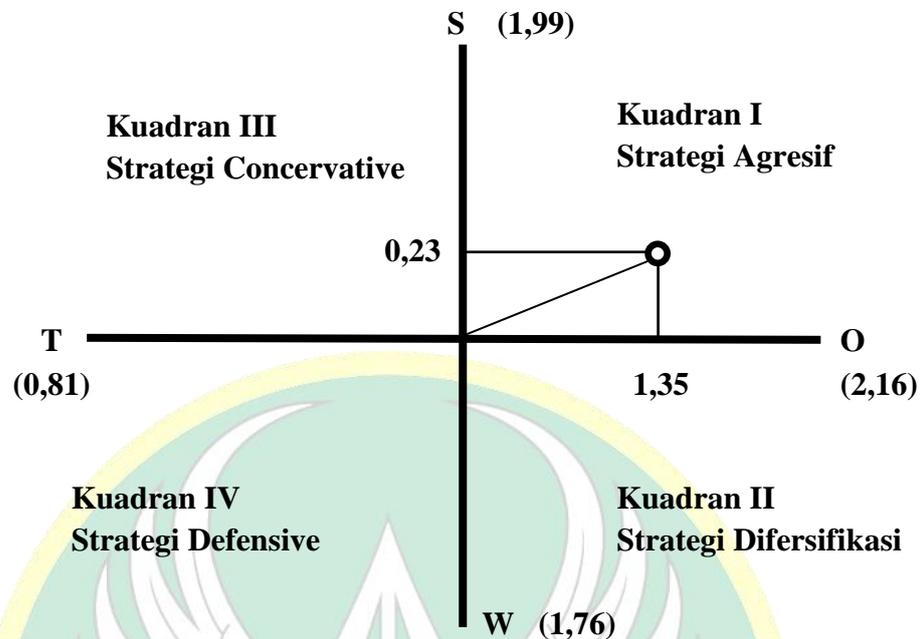
Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai EFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 2,97 yang terdiri dari peluang sebesar 2,16 dan skor ancaman sebesar 0,81

c. Kuadran SWOT

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total skor dari kekuatan adalah 1,99 dan kelemahan adalah 1,76, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara kekuatan dikurangi kelemahan yaitu $1,99 - 1,76 = 0,23$. Artinya disini kekuatan lebih besar dari kelemahan. Sementara untuk total skor dari peluang adalah 2,16 dan ancaman adalah 0,81, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara peluang dikurangi ancaman yaitu $2,16 - 0,81 = 1,35$, artinya disini peluang lebih besar dari ancaman. Berikut ini adalah Kuadran SWOT DS Mart dari hasil analisis tabel SWOT diatas dimana Kekuatan bernilai 0,23 dan Peluang bernilai 1,35 posisi titik kordinat dapat dilihat pada kordinat *cartesius* berikut ini:

Gambar 1.11
Diagram SWOT



Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada unit usah DS Mart untuk internal, bernilai 0,23 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 1,35 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Hasil ini menunjukan bahwa unit usaha DS Mart yang berada di Pondok Pesantren Darussalam Purwokerto ini pada daerah kuadran I Strategy Agresifini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan analisis di atas maka strategi yang yang dapat dikembangkan pada unit usaha DS Mart adalah :

- 1) Mempertahankan kualitas produk dengan melakukan pengontrolan secara periodik terhadap produk yang dijual agar mampu menghadapi pesaing, baik pesaing yang sudah ada maupun pesaing yang baru masuk.
- 2) Meningkatkan inovasi melalui riset dan pengembangan untuk memperbaiki kelemahan yang dimiliki saat ini.
- 3) Melakukan strategi perbikan harga dengan menawarkan produk-produk dengan harga yang bervariasi, atau mencari pemasok yang dapat diandalkan yang mampu menekan biaya produksi, sehingga harga produk yang ditawarkan tidak terasa mahal dibandingkan dengan pesaing lainnya.

d. Matriks Analisis SWOT

Tabel 4.7
Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Tempat yang cukup luas 3. Produk yang bermacam-macam dan terjaga kualitasnya 4. Desain ruangan yang modern 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga relatif mahal 2. Jam buka kurang Maksimal 3. Kasir belum menggunakan system 4. Laporan keuangan masih manual
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pasar potensial 2. Memiliki banyak alumni yang dapat dijadikan mitra 3. Membuka cabang 4. Santri yang berkembang setiap tahunnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terus mempertahankan tempat yang baik, agar konsumen tetap nyaman 2. Memperbanyak varian produk dengan melihat minat konsumen terutama para santri sebagai konsumen utama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas mitra kerja terutama dengan para alumni untuk mendapatkan produk dengan harga murah 2. Merekrut anggota baru untuk bergantian bertugas agar jam buka lebih maksimal

		3. Memperbarui kasir dengan memakai sistem <i>easy post</i>
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Libur Pondok pesantren 2. Kompetitor warung klontong sekitar 3. Produk yang ditawarkan kompetitor lebih murah dan bervariasi	1. Memperluas pangsa pasar ke luar lingkungan pesantren 2. Mempertahankan kualitas pelayanan serta menambah varian produk yang menjadi kebutuhan konsumen	1. Meningkatkan sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan 2. Memaksimalkan jam buka dan pelayanan

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

1) Strategi S-O

- a) Terus mempertahankan tempat yang baik, dengan menjaga kebersihan dan kerapihan tempat agar konsumen tetap merasa nyaman saat berbelanja.
- b) Memperbanyak varian produk dengan melihat permintaan kebutuhan konsumen terutama para santri sebagai konsumen utama

2) Strategi W-O

- a) Memperluas mitra kerja terutama dengan banyaknya alumni yang dimiliki untuk mendapatkan produk dengan harga murah
- b) Merekrut anggota baru serta menjadwal dengan lebih tertib lagi sehingga jam buka dapat lebih maksimal
- c) Memperbarui kasir dengan menggunakan *easy post*, sehingga memudahkan atas transaksi jual beli dan memudahkan secara administrasi serta pencatatan.

3) Strategi S-T

- a) Memperluas pangsa pasar keluar lingkungan pesantren agar ketika libur pesantren konsumen tidak begitu signifikan berkurang.
 - b) Mempertahankan kualitas pelayanan, kebersihan dan menambah varian produk yang menjadi kebutuhan serta minat konsumen
- 4) Strategi W-T
- a) Meningkatkan sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan terhadap pengurus anggota agar lebih berkembang dengan baik.
 - b) Memaksimalkan pelayanan dan jam buka sehingga ketika konsumen sewaktu waktu datang dapat terlayani dengan baik.

2. Warung Pojok Santri (WPS)

a. Analisis Matriks IFAS (Internal Faktor Analisis System)

Tabel 4.8
Matriks IFAS

NO.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Harga yang relatif murah	0,06	3,00	0,18
2.	Menjaga kualitas rasa	0,13	3,00	0,39
3.	Porsi makanan banyak	0,15	4,50	0,67
4.	Pemesanan bisa melalui Whatsap	0,18	4,00	0,72
5.	Fasilitas yang memadai	0,12	3,00	0,36
Jumlah		0,64		2,32
Kelemahan (W)				
1.	Varian menu hanya sedikit	0,12	2,50	0,30
2.	<i>Skill</i> dari petugas masak kurang dikembangkan	0,06	1,00	0,06
3.	Bangunan semi permanen	0,06	2,00	0,12
4.	Jam buka kurang maksimal	0,12	2,50	0,3
Jumlah		0,36		0,78
Sub Total		1,00		3,10

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai IFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 3,10 yang terdiri dari skor kekuatan sebesar 2,32 dan skor kelemahan sebesar 0,78.

b. Analisis Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analisis System)

Tabel 4.9
Matriks IFAS

NO.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Memiliki pasar yang potensial	0,28	3,00	0,84
2.	Pihak luar yang sering mengadakan acara di dalam Pesantren	0,19	3,00	0,57
3.	Santri yang terus berkembang	0,10	4,50	0,67
Jumlah		0,57		2,08
Ancaman (T)				
1.	Libur pondok pesantren	0,23	2,50	0,57
2.	Perubahan gaya hidup	0,10	1,00	0,10
3.	Ancaman bencana	0,10	2,00	0,20
Jumlah		0,43		0,87
Sub Total		1,00		2,95

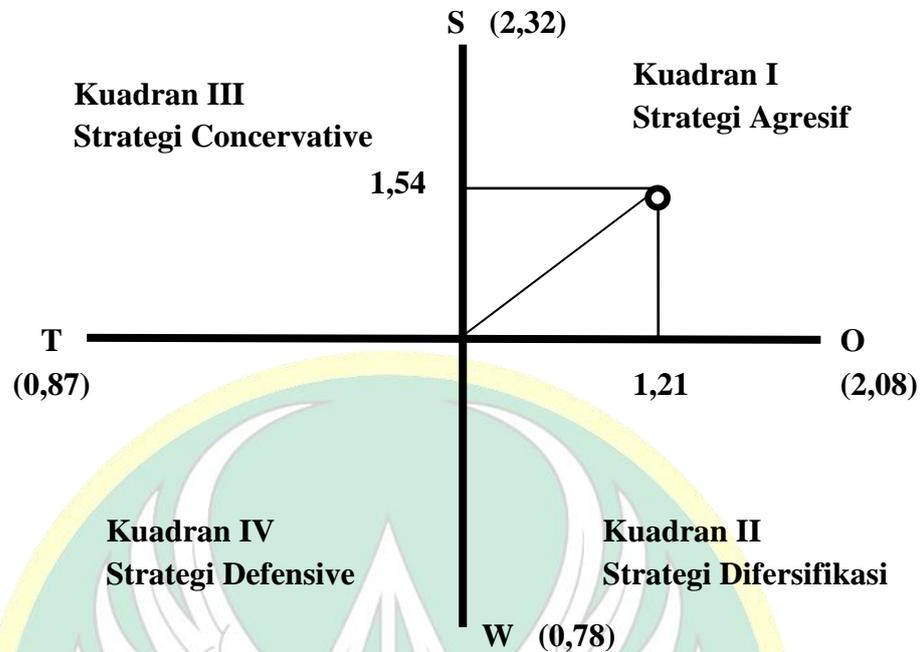
Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai EFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 2,95 yang terdiri dari skor peluang sebesar 2,08 dan skor ancaman sebesar 0,87

c. Kuadran SWOT

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total skor dari kekuatan adalah 2,32 dan kelemahan adalah 0,78, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara kekuatan dikurangi kelemahan yaitu $2,32 - 0,78 = 1,54$. Artinya disini kekuatan lebih besar dari kelemahan. Sementara untuk total skor dari peluang adalah 2,08 dan ancaman adalah 0,87, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara peluang dikurangi ancaman yaitu $2,08 - 0,87 = 1,21$, artinya disini peluang lebih besar dari ancaman. Berikut ini adalah Kuadran SWOT Warung Pojok Santri dari hasil analisis tabel SWOT diatas dimana Kekuatan bernilai 1,54 dan Peluang bernilai 1,21 posisi titik kordinat dapat dilihat pada kordinat *cartesius* berikut ini:

Gambar 1.12
Diagram SWOT



Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada unit usah Warung Pojok Santri untuk internal, bernilai 1,54 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 1,21 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Hasil ini menunjukan bahwa unit usaha Warung Pojok Santri yang berada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto ini pada daerah kuadran I Strategy Agresif ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan analisis di atas maka strategi yang dapat dikembangkan pada unit usaha Warung Pojok Santri adalah :

- 1) Mempertahankan kualitas produk dengan melakukan pengontrolan secara periodik terhadap bahan baku masakan agar kualitas dan rasa masakan tetap terjaga.
- 2) Meningkatkan inovasi melalui riset dan pengembangan dengan menambah variasi menu dengan melihat minat konsumen saat ini.
- 3) Rutin melakukan pengecekan dan perawatan bangunan agar kondisi bangunan yang semi permanen agar kebersihan tempat selalu terjaga dan masa bangunan bertahan lebih lama, atau melakukan pembaharuan tempat dengan melakukan renovasi menjadi bangunan permanen.

d. Matriks SWOT

Tabel 4.10
Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Harga yang relatif murah 2. Menjaga kualitas rasa 3. Porsi makanan banyak 4. Pemesanan bisa melalui Whatsap 5. Fasilitas Pngunjung memadai	1. Varian menu hanya sedikit 2. <i>Skill</i> dari petugas masak kurang dikembangkan 3. Bangunan semi permanen 4. Jam buka kurang maksimal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Memiliki pasar yang potensial 2. Pihak luar yang sering mengadakan acara di dalam Pesantren 3. Santri yang terus berkembang	1. Terus mempertahankan kualitas rasa masakan 2. Mengoptimalkan pelayanan untuk kepuasan konsumen	1. Menambah varian menu dengan melihat minat konsumen 2. Merekrut anggota baru dari kalangan para santri. 3. Rutin melakukan perawatan

		bangunan
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Libur pondok pesantren 2. Perubahan gaya hidup 3. Ancaman bencana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas promosi keluar lingkungan pesantren 2. Memodifikasi menu yang sudah ada dan menambah varian menu dengan melihat permintaan konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan skill anggota dengan memberikan pelatihan agar mampu bersaing.

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

1) Strategi S-O

- a) Terus menjaga kualitas masakan agar konsumen tidak beralih ke tempat lain
- b) Mengoptimalkan pelayanan agar konsumen yang datang merasa puas

2) Strategi W-O

- a) Menambah varian menu dengan melihat permintaan konsumen sehingga konsumen tidak merasa bosan.
- b) Merkrut anggota baru dari kalangan santri sehingga bisa membuat jadwal agaer lebih tertib lagi.
- c) Rutin melakukan pengecekan dan perawatan bangunan agar kondisi bangunan yang semi permanen dapat bertahan lebih lama.

3) Strategi S-T

- a) Memperluas promosi keluar pesantren sehingga ketika libur pesantren pengunjung tidak berkurang secara signifikan
 - b) Memodifikasi menu yang sudah ada dan menambah varian menu dengan melihat permintaan konsumen sebagai daya tarik
- 4) Strategi W-T
- a) Meningkatkan skill anggota dengan memberikan pelatihan agar mampu bersaing dengan kompetitor yang ada.

3. Depot Air Minum Arwa

- a. Analisis Matriks IFAS (Internal Faktor Analisis System)

Tabel 4.12
Matriks IFAS

NO.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Memiliki bahan baku sendiri	0,19	3,00	0,57
2.	Menjaga kualitas produk	0,12	3,00	0,36
3.	Alat dan mesin yang cukup memadai	0,07	4,50	0,31
4.	Memiliki produk AMDK	0,12	4,00	0,48
Jumlah		0,50		1,72
Kelemahan (W)				
1.	Kekurangan anggota	0,16	2,00	0,32
2.	Belum memiliki izin	0,07	2,90	0,20
3.	Pemasaran masih di dalam pesantren	0,20	2,00	0,40
4.	Jam buka kurang maksimal	0,50	2,50	0,17
Jumlah		1,00		1,09
Sub Total				2,81

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai IFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 2,81 yang terdiri dari skor kekuatan sebesar 1,72 dan skor kelemahan sebesar 1,09.

- b. Analisis Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analisis System)

Tabel 4.13
Matriks EFAS

NO.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Memiliki pasar yang	0,26	3,00	0,78

	potensial para santri			
2.	Kebijakan Pondok Pesantren	0,17	3,00	0,52
3.	Tidak adanya pesaing	0,09	4,50	0,40
4.	Santri yang terus berkembang	0,17	4,00	0,68
Jumlah		0,69		2,38
Ancaman (T)				
1.	Libur pesantren	0,21	2,50	0,53
2.	Melonjaknya harga bahan pembantu	0,10	1,00	0,10
Jumlah		0,31		0,63
Sub Total		1,00		3,01

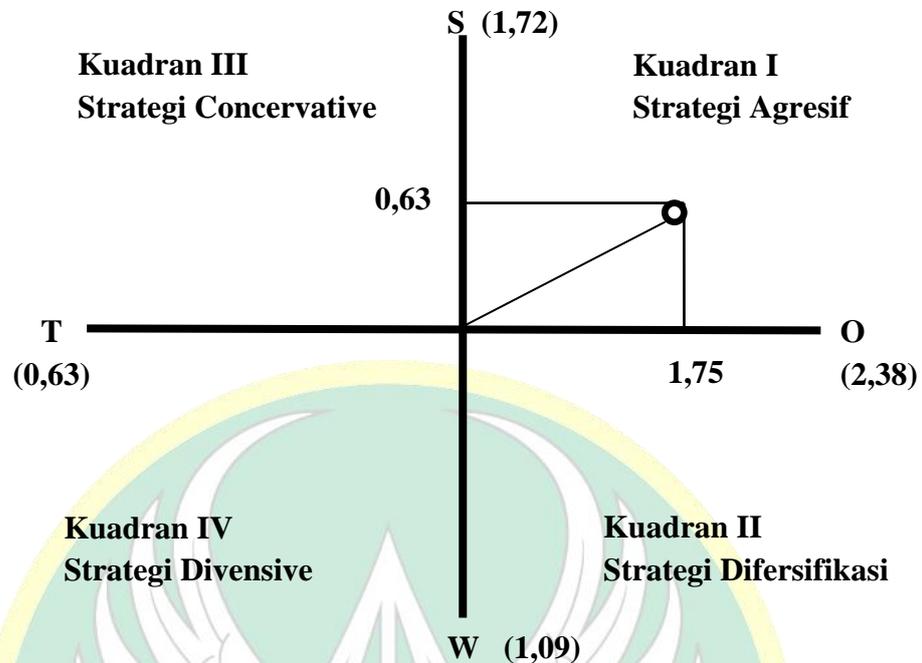
Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai EFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 3,01 yang terdiri dari skor peluang sebesar 2,38 dan skor ancaman sebesar 0,63

c. Kuadran SWOT

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total skor dari kekuatan adalah 1,72 dan kelemahan adalah 1,09, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara kekuatan dikurangi kelemahan yaitu $1,72 - 1,09 = 0,63$. Artinya disini kekuatan lebih besar dari kelemahan. Sementara untuk total skor dari peluang adalah 2,38 dan ancaman adalah 0,63, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara peluang dikurangi ancaman yaitu $2,38 - 0,63 = 1,75$, artinya disini peluang lebih besar dari ancaman. Berikut ini adalah Kuadran SWOT Warung Pojok Santri dari hasil analisis tabel SWOT diatas dimana Kekuatan bernilai 0,63 dan Peluang bernilai 1,75 posisi titik kordinat dapat dilihat pada kordinat *cartesius* berikut ini:

Gambar 1.13
Diagram SWOT



Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada unit usah depot air minum Arwa untuk internal, bernilai 0,63 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk faktor eksternal bernilai 1,75 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Hasil ini menunjukan bahwa unit usaha Warung Pojok Santri yang berada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto ini pada daerah kuadran I Strategy Agresif ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan analisis di atas maka strategi yang dapat dikembangkan pada unit usaha depot air minum Arwa adalah :

- 1) Mempertahankan kualitas produk dengan melakukan pengontrolan secara rutin agar kualitas produk terjaga kualitasnya.
- 2) Meningkatkan inovasi melalui riset dan pengembangan untuk memperbaiki kelemahan yang dimiliki saat ini seperti mendaftarkan produk ke SIUP dan BPOM agar dapat memperluas pangsa pasar hingga keluar pesantren.
- 3) Menambah varian produk untuk air minum dalam kemasan dengan membuat dalam kemasan botol dengan berbagai ukuran agar mampu bersaing dengan kompetitor lain.

d. Matriks SWOT

Tabel 4.14
Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki bahan baku sendiri 2. Menjaga kualitas produk 3. Alat dan mesin yang cukup memadai 4. Memiliki produk AMDK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekurangan anggota 2. Belum memiliki izin 3. Pemasaran masih di dalam pesantren 4. Jam buka kurang maksimal
EFAS	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pasar yang potensial para santri 2. Kebijakan Pondok Pesantren 3. Tidak adanya pesaing 4. Santri yang terus berkembang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas pelayanan dan produk untuk loyalitas pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melatih dan merekrut anggota baru 2. Mendaftarkan produk ke SIUP BPOM
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT

1. Libur pondok pesantren	1. Mempertahankan harga, pelayanan dan kualitas produk	1. Mengelolaan unit usaha secara profesional dan menjalin lebih banyak kerjasama dan kemitraan
2. Melonjaknya harga bahan pembantu	2. Membuat inovasi baru ukuran kemasan	

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

- 1) Strategi S-O
 - a) Mempertahankan kualitas pelayanan dan produk dengan rutin melakukan pengecekan untuk loyalitas pelanggan
- 2) Strategi W-O
 - a) Merekrut dan melatih anggota baru agar dapat dijadwalkan sehingga jam buka dapat maksimalserta manajemen menjadi lebih baik lagi
 - b) Mendaftarkan usaha ke-SIUP dan BPOM sehingga dapat memasarkan produk keluar lingkungan Pondok Pesantren
- 3) Strategi S-T
 - a) Mempertahankan harga, pelayanan dan kualitas produk sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lain
 - b) Membuat inovasi baru ukuran kemasan yang bervariasi sehingga lebih menarik dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan.
- 4) Strategi W-T
 - a) Mengelolaan unit usaha secara profesional dengan manajemen yang baik serta menjalin lebih banyak kerjasama dan kemitraan

4. DS Laundry

- a. Analisis Matriks IFAS (Internal Faktor Analisis System)

Tabel 4.15
Matriks IFAS

NO.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Lokasi yang strategis	0,16	2,00	0,32

2.	Memberikan peayanan maksimal	0,09	3,00	0,27
3.	Harga yang relatif murah	0,09	3,00	0,27
Jumlah		0,34		0,86
Kelemahan (W)				
1.	Tempat yang kurang luas	0,25	2,50	0,62
2.	Alat kurang lengkap	0,16	2,00	0,32
3.	Kekurangan anggota	0,25	2,00	0,50
Jumlah		0,06		1,44
Sub Total		1,00		2,30

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai IFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 2,30 yang terdiri dari skor kekuatan sebesar 0,86 dan skor kelemahan sebesar 1,44.

b. Analisis Matriks EFAS (Eksternal Faktor Analisis System)

Tabel 4.16
Matriks EFAS

NO.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Memiliki Pangsa pasar yang potensial	0,20	3,00	0,60
2.	Perubahan cuaca	0,20	4,50	0,90
3.	Perkembangan santri	0,10	3,00	0,30
Jumlah		0,50		1,80
Ancaman (T)				
1.	Tingkat persaingan tinggi	0,20	2,90	0,58
2.	Harga dan kualitas pesaing	0,10	2,00	0,20
3.	Libur pesantren	0,20	2,50	0,50
Jumlah		0,50		0,78
Sub Total		1,00		2,58

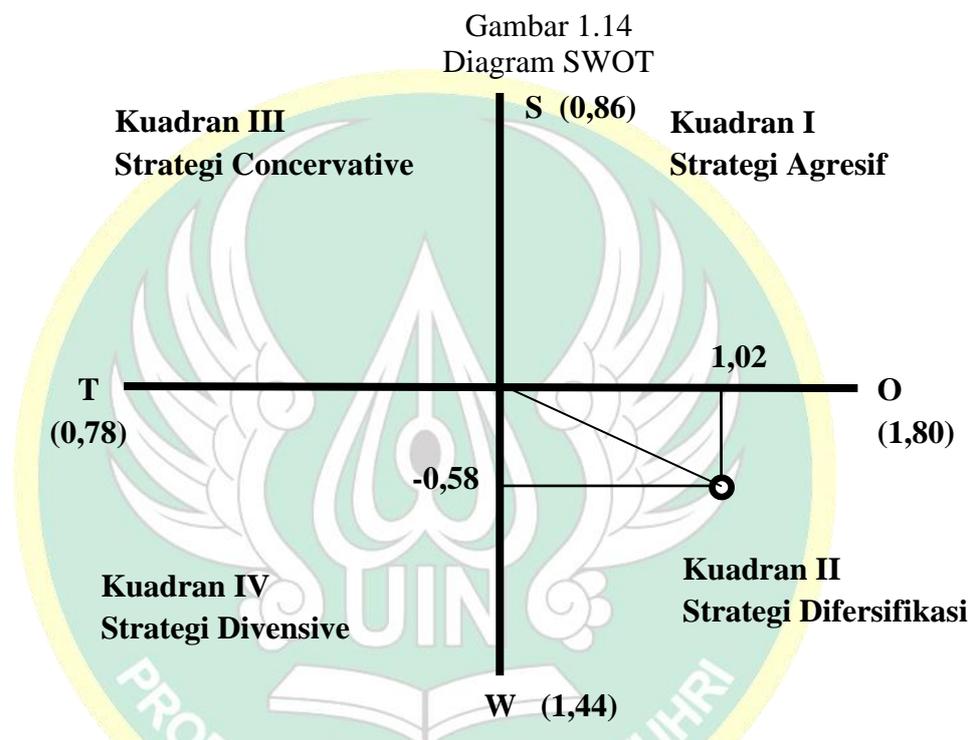
Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Bedasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai EFAS, untuk strategi yang di peroleh sebesar 2,58 yang terdiri dari skor peluang sebesar 1,80 dan skor ancaman sebesar 0,78

c. Kuadran SWOT

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total skor dari kekuatan adalah 0,86 dan kelemahan adalah 1,44, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara kekuatan dikurangi kelemahan yaitu $0,86 - 1,44 = -0,58$. Artinya disini kelemahan lebih besar dari kekuatan.

Sementara untuk total skor dari peluang adalah 1,80 dan ancaman adalah 0,78, kemudian dapat dikalkulasikan dengan cara peluang dikurangi ancaman yaitu $1,80 - 0,78 = 1,02$, artinya disini peluang lebih besar dari ancaman. Berikut ini adalah Kuadran SWOT Warung Pojok Santri dari hasil analisis tabel SWOT diatas dimana Kelemahan bernilai -0,58 dan Peluang bernilai 1,02 posisi titik kordinat dapat dilihat pada kordinat *cartesius* berikut ini:



Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

Dari hasil matriks internal-eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada unit usah DS Laundry untuk internal, bernilai -0,58 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kelemahan lebih besar dibandingkan dengan kekuatan. Untuk faktor eksternal bernilai 1,02 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dari pada ancaman. Hasil ini menunjukan bahwa unit usaha DS Laundry yang berada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto ini pada daerah kuadran II Strategy Difersifikasi ini merupakan situasi yang masih

bagus namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan akan mengalami kesulitan bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Unit usaha disarankan untuk memperbanyak ragam strategi.

Berdasarkan analisis di atas maka strategi yang dapat dikembangkan pada unit usaha depot air minum Arwa adalah :

- 1) Melakukan strategi dengan menambah varian paket laundry dengan harga yang bervariasi dengan melihat kebutuhan dan permintaan konsumen.
- 2) Menambah anggota baru agar pelayanan yang diberikan dapat maksimal dan pengerjaan dapat lebih cepat karena memiliki petugas yang cukup
- 3) Meningkatkan kinerja dan memperbaiki sistem untuk mengatasi kelemahan dan hambatan yang ada dengan melakukan riset dan inovasi.

d. Matriks SWOT

Tabel 4.17
Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	EFAS	1. Lokasi yang strategis 2. Memberikan pelayanan maksimal 3. Harga yang relatif murah
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO

1. Memiliki pangsa pasar yang potensial 2. Perubahan cuaca 3. Perkembangan santri	1. Mempertahankan kualitas pelayanan dan produk untuk loyalitas pelanggan 2. Meningkatkan pengawasan produksi untuk menjaga kualitas produk.	1. Merekrut anggota baru dari kalangan santri 2. Menambah alat penunjang agar dapat produksi lebih maksimal
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Tingkat persaingan tinggi 2. Harga dan kualitas pesaing 3. Libur pondok Pesantren	1. Mempertahankan harga, tetapi juga meningkatkan kualitas hasil 2. Mengembangkan daya saing	1. Memaksimalkan promosi untuk menghadapi pesaing 2. Mengembangkan fasilitas dan teknologi untuk pelayanan konsumen

Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Oleh Peneliti

1) Strategi S-O

- a) Mempertahankan kualitas pelayanan dan produk secara maksimal untuk menjaga loyalitas pelanggan
- b) Meningkatkan pengawasan dan ketelitian produksi untuk menjaga kualitas produk sehingga konsumen merasa puas.

2) Strategi W-O

- a) Merekrut anggota baru dari kalangan santri agar pelayanan dan produksi dapat maksimal
- b) Menambah alat penunjang sebagai pengembangan guna mempermudah pelayanan dan pengerjaan dalam segala kondisi

3) Strategi S-T

- a) Mempertahankan harga, tetapi juga meningkatkan kualitas yang bagus dan hasil maksimal.
- b) Mengembangkan daya saing dengan melihat kebutuhan dan permintaan konsumen.

- 4) Strategi W-T
- a) Memaksimalkan promosi untuk menghadapi pesaing sehingga dapat menjaring konsumen lebih banyak
Mengembangkan fasilitas dan teknologi untuk pelayanan konsumen secara maksimal



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui wawancara observasi dan pengumpulan data maka dapat disimpulkan bahwa unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh purwokerto memiliki faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan dalam usahanya sebagai berikut :

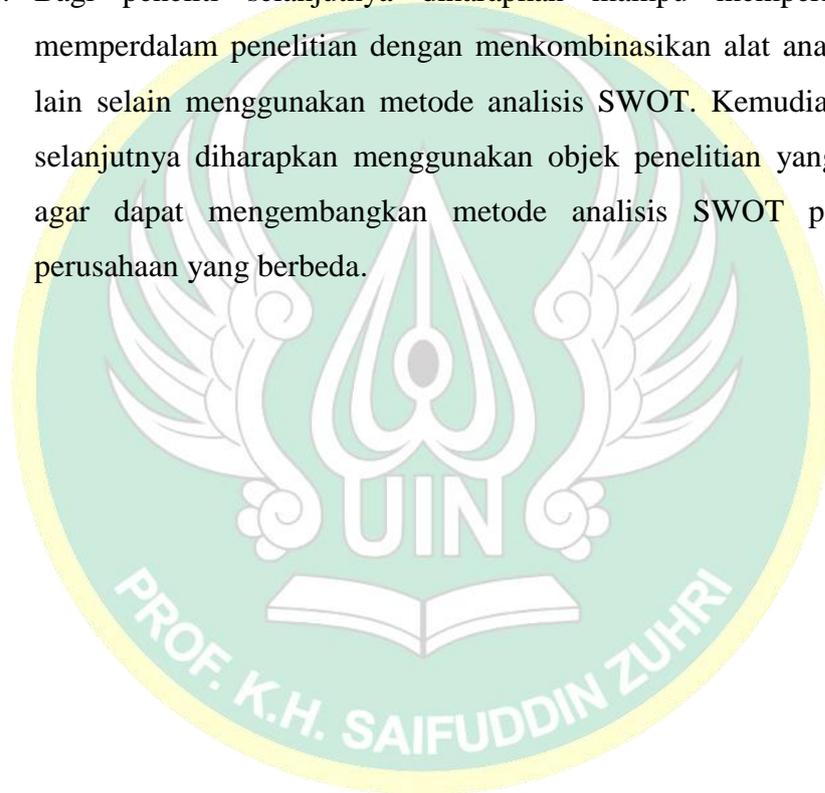
1. Faktor internal adalah kekuatan yang terdiri dari Lokasi yang Strategis, Produk yang dimiliki memiliki kualitas terjamin, fasilitas yang dimiliki cukup baik, harga yang ditawarkan relatif terjangkau pelayanan maksimal terhadap konsumen dan alat yang memadai, serta untuk kelemahan yang terdiri dari Sumber daya manusia, laporan keuangan, belum memiliki izin SIUP dan BPOM
2. Faktor eksternal adalah peluang yang terdiri dari memiliki pangsa pasar yang kuat dari para santri, memiliki potensi kemitraan dengan para alumni, perkembangan santri tiap tahunnya dan kebijakan pondok pesantren serta untuk ancaman terdiri dari libur pesantren, tingkat persaingan yang tinggi, dan harga yang saling bersaing dengan kompetitor.

Hasil dari analisis data pada diagram SWOT menunjukkan bahwa unit-unit usaha yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh purwokerto yaitu untuk DS Mart I, Warung Pojok Santri dan depot air minum Arwa berada pada kuadran I, yang mana pada kuadran I ini mendukung strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*) dimana posisi ini menunjukan bahwa situasi menguntungkan. Sementara itu untuk unit usaha DS Laundry berada kuadran II posisi ini menunjukan bahwa DS Laundry menghadapi berbagai ancaman perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dari penelitian ini penulis menyarankan beberapa hal berikut:

1. Untuk unit usaha Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh purwokerto untuk selalu mengembangkan usaha dengan melihat prospek kedepan dengan menjaga kualitas produk serta pelayanan dan agar dapat meningkatkan bisnisnya secara berkala dengan melakukan inovasi lain agar terus menjadi lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas atau memperdalam penelitian dengan mengkombinasikan alat analisis yang lain selain menggunakan metode analisis SWOT. Kemudian peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan objek penelitian yang berbeda agar dapat mengembangkan metode analisis SWOT pada jenis perusahaan yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, & Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisandy, Y., & Satriawan, R. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj*, 4 (1), 74-88.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Desighn*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gumelar, B., Pratiwi, R. N., & Riyanto. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe Di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi (Studi pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3 (1), 55-60.
- Gunawan, B., Shaleh, M., Anbar, N., & sanjaya, R. (2020). Sgstartegi Pengembangan Teknologi E-Commerce UMKM Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisi SWOT. *Teknologi dan Open Source*, 03 (01), 1-13.
- Hidayati, N., & Saptaria, L. (2020). analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Hotel Muslim Kediri. *Dialektika*, 5 (1), 39-52.
- Idayua, R., Husni, M., & Suhandi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7 (1), 73-85.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Bisnis*, 05 (02), 363-382.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Bisnis*, 05 (02), 363-382.
- Kahfi, S., & Kasanova, R. (2020). Manajemen Pondok Pesantren di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pondok Pesantren Mambaul Ulum Kedungadem Bojonegoro). *Pendekar: Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 03 (01), 26-30.
- Lami, D. (2019). Manajemen Badan Usaha Milik Pesantren (BUMP) Maslakul Huda Kajen Pati. *jurnal iqtisad*, 6 (2), 197-223.
- Latifah, E. (2020). *Pengantar Bisnis Islam*. jawa tengah: CV. Sarnu Untung.
- Lugina, U. (2018). Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren di Jawa Barat. *Risalah*, 4 (1), 53-64.
- Maftahah, R., Wijayantini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Inovator: Jurnal Manajemen*, 11 (2), 300-310.

- Maulana, A. S. (2020). *Kwirausahaan (Entrepreneurship) dalam pandangan Islam (Historis Politik dan Ekonomi)*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 06 (03), 571-581.
- Muttalib, A. (2017). Pola Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Mataram thun 2016. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1 (2), 168-178.
- Nur Hidayati, L. S. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Hotel Muslim Kediri. *Jurnal Dialektika*, 5 (1), 39-52.
- penyusun, T. (2016). *KBBI*. Retrieved september 6, 2022, from KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/usaha>
- Prasetyo, M. A. (2017). Manajemen Unit Usaha Pesantren. *Hikmah*, 6 (1), 19-36.
- Purnamawati, D. L., & Khoirudin, R. (2019). Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Manufaktur Di Jawa Tengah 2011-2015. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4 (1), 41-52.
- Rangkut, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rengkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Comunication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyadi, F. (2015). Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam. *Bisnis*, 3 (1), 65-84.
- Rozarie. (2019). *Manajemen Pengembangan bisnis (Pengembangan Empirik Pada "Tibo-Tibi" Perepuan Nelayan)*. Surabaya: R.ADe.Rozarie.
- Safitri, & Maryanti. (2019). *Buku Ajar Keirausahaan*. Jawa Tengah: : PT.Nasya Expanding Management.
- Sari, V. N., & Ali, H. (2019). Perumusan Strategi Bagi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang Untuk Meraih Keunggulan Bersaing. *JEMSI*, 1 (1), 7-16.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih. (2019). Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT Dan QSPM Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patikraja Banyumas. *Jurnal E-BIS*, 3 (1), 27 -40.
- Surepi, L., Rahmat, A., & Julita, R. (2021). Peranan Administrasi Bisnis Dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghiya*, 4 (1), 1-10.

- Syahidin, & Ramadhan, M. (2022). Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4 (1), 43-53.
- Wardoyo, P. (2011). *Enam Alat Analisis Manajemen*. Semarang: Semarang University Press.
- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi*. Lumajang: Widyagama Press.
- yosep hermawan. (2020). Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT di Perkebunan Kopi Palasari Kabupaten Bandung. *BIEJ*, 2 (1), 54-60.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Wawancara 1

Hari/tanggal : Senin, 18 september 2022

Pukul : 11.30 WIB

Responden : Ibu Hilya

1. Bagaimana sejarah berdirinya unit-unit usaha yang ada di pondok pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto ini?

Jawab: untuk sejarah sendiri yang pertama ada itu DS Mart yang dulunya namanya kopdar atau koprasi Darussalam berdiri sekitar 2011 setelah DS Mart kemudian Warung Pojok Santri, DS Laundry kemudian depot air. Nanti bisa minta filenya ke pengurus disitu ada.

2. Apa saja kendala yang ada dalam mengelola unit usaha yang ada di pondok pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto ini?

Jawab: jadi begini sebenarnya kendala terbesar itu santri, santri sudah dihadapkan pada fasilitas yang bisa menjadi sarana pembelajaran mereka namuntidak termotifasi kuranya kesadaran santri untuk terlibat secara aktif mengupgrade kemampuan diri untuk berwira usaha.

3. Lalu bagaimana untuk susunan kepengurusan dari unit usaha di pondok pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto ?

Jawab: nanti minta saja ke pengurus ada filenya juga

4. Bagaimana cara yang dilakukan untuk menunjang pertumbuhan usaha?

Jawab: ya itu dengan memotifasi santri untuk bagaimana mereka itu bisa merasa memiliki semua unit bisnis itu jadi ini yang kedua saya sudah mnyampaikan kepada pengurus setiap kegiatan acara atau event di pondok itu wajib membeli dari unit bisnis selama itu ada.

5. Bagaimana kondisi pertumbuhan usaha saat ini?

Jawab: jadi memang sebenarnya begini semua unit usaha yang ada sangat potensial walaupunkonsumenya hanya sebatas orang dalam pesantren tetapi kalau saya liat alhamdulillah berkembangnya itukan barangnya

tambah banyak lebih tertata dengan baik dan juga menambah peralatan untuk menunjang perkembangan

Wawancara 2

Hari/tanggal : Senin, 18 september 2022

Pukul : 15.00 WIB

Responden : Badrul Falah

1. Apa saja kendala yang ada dalam mengelola unit usaha yang ada di pondok pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto ini?

Jawab : Kendala yang saya alami yg pertama waktu, karena sering bertabrakan dengan kuliah jadi buka depotnya tidak full sehari bahkan terkadang hanya malam saja, juga semisal ada acara dipondok terutama malam biasanya depot tutup, yg kedua cuaca, jika cuaca hujan depot juga tutup, yg ketiga kendala terkait pendataan pendapatan perhari, terkadang kami lupa menulis pendapatan perharinya, mungkin faktor cape stlh angkat" galon

2. Bagaimana dan promosi apa yang telah dilakukan dilakukan?

Jawab : Sebenarnya kami tidak terlalu mempromosikan isi ulang air yah, karena di pwt ini banyak sekali usaha isi ulang takutnya mbokan saingan, tapi bukan berarti tdk promosi yah,, keluarga ndalem juga ikut promosi dg cara semacam menyebar pamflet, status wa dll

3. Strategi apa yang dilakukan dalam menjalankan unit-unit usaha di pondok pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto?

Jawab :Strategi yg digunakan yaitu dengan mengutamakan pelayanan atau kepuasan pelanggan contohnya anter galon tepat waktu karna dengan pelayanan yg memuaskan otomatis pelanggan akan merasa puas, hal ini akan memberikan dampak positif bagi kami salah satunya pelanggan bisa mempromosikan produk kami ke yg lain

4. Apakah penjualan mengalami peningkatan tiap bulannya?

Jawab :Saya menganalisis terkait pendapatan depot dari bulan mei dan itu mengalami peningkatan mencapai 10%perbulannya, namun pada bulan september mengalami kemerosotan pendapatan sampai 30% dari pendapatan perbulannya

5. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan target?

Jawab :Sangat sesuai karena target awal balik modal sekitar 3 tahun namun dengan melihat pendapatan yang diperoleh, tidak sampai 3 tahun sudah balik modal. Sebenarnya jika pemasarannya semakin banyak setiap harinya maka akan mempercepat balik moda

6. Bagaimana cara yang dilakukan ketika laba tidak sesuai dengan target?

Jawab :Dengan cara mengevaluasi/ menganalisis faktor yang menjadi kemerosotan pendapatan

7. Bagaimana kondisi pertumbuhan usaha saat ini?

Jawab : Setelah mengalami kemerosotan yg cukup tinggi, mulai bulan ini sudah mulai membaik walaupun belum 100%, depot juga ada penambahan mesin yaitu mesin AMDK(air minum dalam kemasan) atau air minum gelas

Wawancara 3

Hari/tanggal : Rabu, 21 september 2022

Pukul : 11.30 WIB

Responden : Abdul Mukti

1. Strategi apa yang dilakukan dalam menjalankan unit-unit usaha di pondok pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto?

Jawab :Strategi kami untuk menjalankan usaha DBC ini mencari pelanggan² setia dan mengkondisikan harga yang sesuai dengan lingkungan pondok

2. Apa saja kendala yang ada dalam mengelola unit usaha yang ada di pondok pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto ini?

Jawab : Kendalanya ketika semua bahan pokok itu harganya tinggi

3. Apakah penjualan mengalami peningkatan tiap bulannya?

Jawab: Kadang naik kadang turun

4. Apakah laba yang dihasilkan sesuai dengan target?

Jawab : Untuk saat ini target tidak sesuai target,,soalnya harga pokok sedang tinggi

5. Bagaimana cara yang dilakukan ketika laba tidak sesuai dengan target?

Jawab :Yang kami lakukan tetap menstabilkan harga makanan dan minuman,,dan memperbanyak pelanggan² supaya uang terus muter buat kembali lagi ke modal awal

6. Bagaimana kondisi pertumbuhan usaha saat ini?

Jawab :Sejauh ini Alhamdulillah kesini makin kesini usaha yang kami jalankan tetap jalan walaupun target kami tidak sesuai dengan ekspektasi tapi semua itu tidak meluluhkan semangat kami

Wawancara 4

Hari/tanggal : Kamis, 29 september 2022

Pukul : 11.30 WIB

Responden : Tohir

1. Bagaimana pendapat Anda mengenai unit usaha yang ada di pondok pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto ini?

Jawab :menurut saya, unit usaha yang ada di PPDS memiliki potensi yang sangat tinggi, pengelolaan yang sudah baik, dan memiliki peluang besar untuk berkembang

2. Menurut anda, bagaimana harga yang diberikan terhadap produknya?

Jawab :harga yang diberikan cenderung normal, namun persaingan dengan usaha lain cukup tinggi.

3. Apakah Anda mengetahui bentuk promosi apa saja?

Jawab :mengetahui. bentuk promosi usaha PPDS berupa promosi secara langsung kepada santri dengan menyediakan kitab

4. Menurut Anda bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen?

Jawab :pelayanan yang diberikan sudah sangat baik, namun karena pengelola unit usaha PPDS juga merurupakan santri, terdapat

waktu-waktu dimana unit pelayanan PPDS tidak melayani pelanggan

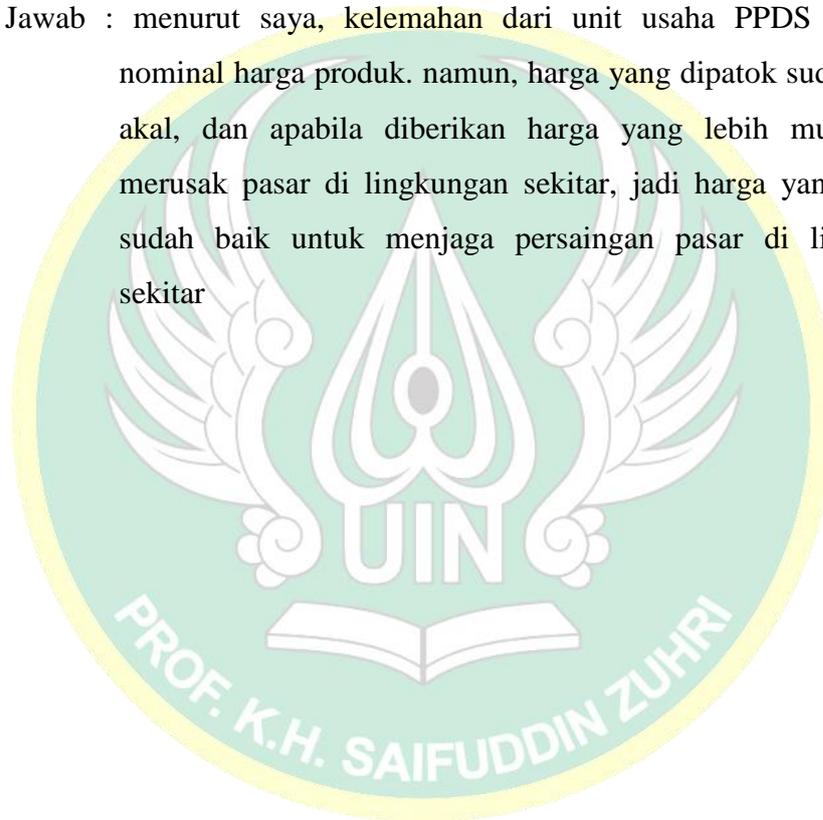
5. Menurut Anda apa yang menjadi kelebihan dibandingkan tempat lain?

Jawab : kelebihan unit usaha PPDS:

- dikelola langsung oleh santri dan untuk santri
- memberikan wadah bagi santri untuk berwirausaha
- kualitas produk yang terjaga dengan baik

6. Menurut Anda apa kelemahan yang dimiliki?

Jawab : menurut saya, kelemahan dari unit usaha PPDS ada pada nominal harga produk. namun, harga yang dipatok sudah masuk akal, dan apabila diberikan harga yang lebih murah akan merusak pasar di lingkungan sekitar, jadi harga yang dipatok sudah baik untuk menjaga persaingan pasar di lingkungan sekitar



Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian











Lampiran 3 : Sertifikat BTA PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/6644/19/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : IBNU AZIZ AL IKHSAN
NIM : 1717201097

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	70
# Tartil	:	80
# Imla`	:	70
# Praktek	:	80
# Nilai Tahfidz	:	70



Purwokerto, 19 Jun 2020



ValidationCode

Lampiran 4 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد ياني رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥١٣٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

السماوة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٩/٣٥٤٥

منحت الى

الاسم

: ابن عزيز الاحسان

المولود

: بتشيلاتشاب، ١٤ أكتوبر ١٩٩٩

الذي حصل على

٥٤ : فهم المسموع

٤٤ : فهم العبارات والتراكيب

٤٦ : فهم المقروء

٤٨٠ : النتيجة



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١٤
ديسمبر ٢٠١٩

بوروكرتو، ٣ ديسمبر ٢٠١٩
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

الحاج أحمد سعيد، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٢١٠٠١



ValidationCode

Lampran 5 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris

EPTIP CERTIFICATE

(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/3545/2021

This is to certify that

Name : Ibnu aziz al ikhsan
Date of Birth : CILACAP, October 14th, 1999

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on February 17th, 2021, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 46
 2. Structure and Written Expression : 40
 3. Reading Comprehension : 53

Obtained Score : 463



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode



Purwokerto, February 17th, 2021
 Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.

NIP: 19700617 200112 1 001

Lampiran 6 : Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA

Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 404 Telp. 0281-639624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53128



IAIN PURWOKERTO

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF ANGKA
86-100	A
81-85	A-
76-80	B+
71-75	B
65-70	B-

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	85 / A-



Diberikan Kepada:

IBNU AZIZ AL IKHSAN
NIM: 1717201097

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 04 Oktober 1999

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TTPD IAIN Purwokerto.





Purwokerto, 30 April 2021
 Kepala UPT TTPD

Dr. H. Ejar Hardoyono, S.Si, M.Sc
 NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 7 : Sertifikat PPL



**KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www/fabi.lainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Ibnu Aziz Al Ikhsan
NIM : 1717201097

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

Wisata Baron Forest Adventure Kec. Cilongok, Kabupaten Banyumas

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.
Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munagosyah/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI



H. Sochimih, Lc., M.Si
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 8 : Sertifikat PBM



Lampiran 9 : Sertifikat KKN




SERTIFIKAT

Nomor: 105/K.LPPM/KKN.47/05/2021

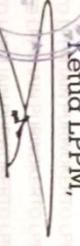
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : IBNU AZIZ AL IKHSAN
NIM : 1717201097
Fakultas / Prodi : FEBI/ ES

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-47 IAIN Purwokerto Tahun 2021
dan dinyatakan LULUS dengan Nilai 94 (A).

Purwokerto, 11 Mei 2021
Ketua LPPM,




Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 2073/Un.19/FEBIJ.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Ibnu Aziz Al Ikhsan
NIM : 1717201097
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : H. Sochimim, Lc., M.Si
Judul : Strategi Pengembangan Unit Usaha dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Unit Usaha Pondok Pesantren Darussalam)

Pada tanggal 28/06/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 28 Juni 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 11 :Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 3637/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/10/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa
 mahasiswa atas nama:

Nama : Ibnu Aziz Al Ikhsan

NIM : 1717201097

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 24/10/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,
 dengan nilai : 77 / B+

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar
 ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal **25 Oktober 2022**
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Ibnu Aziz Al Ikhsan
2. NIM : 1717201097
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 04 Oktober 1999
4. Alamat Rumah : Dsn. Karanganyar RT/02 RW/04 Ds.
Limbangan Kec. Wanareja Kab. Cilacap Prov. Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
 - Nama Ayah : Bapak Supriyatno
 - Nama Ibu : Ibu Samsiyah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. TK/RA : RA Ma'arif Limbangan
- b. SD/MI : SD Negeri Limbangan 04
- c. SMP/MTs : SMP Al-Azhar Citangkolo
- d. SMA/MA : MA Al-Azhar Kota Banjar
- e. S. 1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

2. Pendidikan Non-Formal

- a. Pondok Pesantren Miftahul Huda Al-Azhar
- b. Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

-