

STRATEGI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SANTRI DI PONDOK
PESANTREN AL-MUMTAZ GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh :

Yahya Yusron Satriya Wicaksana

NIM 16240083

Pembimbing :

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag

NIP 19731016 200012 1 001

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-535/Un.02/DD/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SANTRI DI PONDOK PESANTREN AL-MUMTAZ GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YAHYA YUSRON SATRIYA WICAKSANA
Nomor Induk Mahasiswa : 16240083
Telah diujikan pada : Rabu, 03 Maret 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 60681bd27a41f



Penguji I

Muhammad Toriq Nurmadiansyah,
S.Ag.,M.Si
SIGNED

Valid ID: 6067faaa0701e



Penguji II

Dr. Hikmah Endraswati, S.E.,M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6066cad670e26



Yogyakarta, 03 Maret 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 606d361f119a2



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsdha Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
Email: fdk@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Yahya Yusron Satriya Wicaksana
NIM : 16240083
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Kewirausahaan Santri d Pondok Pesantren
Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Daakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial.

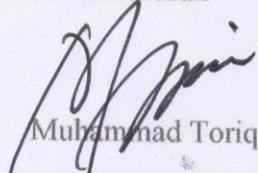
Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

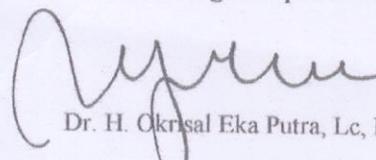
Yogyakarta, 21 Januari 2021

Mengetahui:

Ketua Jurusan


Muhammad Toriq
196902272003121001

Pembimbing Skripsi


Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
19731016 2000121001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yahya Yusron Satriya Wicaksana

NIM : 16240083

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi penulis yang berjudul Strategi Pengembangan Kewirausahaan Santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penulis siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 17 Desember 2020

Yang menyatakan



Yusron
Yahya Yusron Satriya Wicaksana
16240083

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrabbi'l'aalamiin,

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Orang tua tercinta, Bapak Suwardi dan Ibu Sartiyah

Atas ridha, do'a, dan kasih sayangnya yang berlimpah
yang menghantarkan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Lelah letih mereka tidak terbayarkan oleh apapun.



MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan¹



¹Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qu`ran Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur`an Tajwid dan Terjemahannya (Bandung: Sygma Examedia Arkanleena), hlm.240.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Kewirausahaan Santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta”. Penulis pun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini ada banyak pihak yang telah membantu dengan sabar dan ikhlas. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Ema Marhumah M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Muhammad Toriq Nurmadiansyah., selaku ketua prodi Manajemen Dakwah
4. Bapak Dr. H Okrisal Eka Putra, Lc, M,Ag. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu untuk mengingatkan, memberikan motivasi dan menghadirkan pencerahan-pencerahan selama proses penulisan. Terimakasih atas segala bimbingan, masukan, dan pengarahannya dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Para Dosen Program Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas berbagai ilmu yang telah diberikan.

6. Pimpinan Pondok Pesantren Al Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta, K.H Mohamad Khoeron yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
7. Ustadz Nandang Kuswandi, Ustadz Dena, Ustadz Asyari Anggara selaku Penanggungjawab Kewirausahaan pesantren di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta yang telah membimbing dan mengarahkan penelitian skripsi ini sehingga selesai dengan baik.
8. Keluarga besar MD 2016, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan studi di MD UIN Sunan Kalijaga. Mengenal kalian adalah satu yang berharga. Semoga silaturahmi kita tetap terjalin.

Semoga semua kebaikan, jasa, dan bantuan yang diberikan kepada penulis menjadi ladang pahala bagi kita semua dan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 17 Desember 2020

Penulis

Yahya Yusron Satriya Wicaksana

ABSTRAK

YAHYA YUSRON SATRIYA WICAKSANA (16240083). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Santri Di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta: Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pondok pesantren berbasis *enterpreuner* yang masih jarang ditemui di Yogyakarta. Hal ini masih sangat tabu dikalangan pondok pesantren. Itu sebabnya penulis mengangkat judul strategi pengembangan kewirausahaan santri di pondok pesantren karena memiliki daya tarik tersendiri dan ciri khas pesantren.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk membatasi subjek, penulis membatasi subjek penelitian pada santri yang mengabdikan di pondok pesantren dan ustadz yang bertanggungjawab dalam bidang kewirausahaan.

Teori yang digunakan dalam penelitian menggunakan teori kewirausahaan. Didalam teori kewirausahaan menyatakan bahwa terdapat tahap-tahap dalam menjalankan kewirausahaan diantaranya yaitu pertama tahap imitasi dan duplikasi. Pada tahap ini, santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Diajak untuk mengikuti kegiatan kewirausahaan diberbagai tempat untuk melatih *skill* yang akan santri terima dan diterapkan di pesantren. Tahap yang kedua yaitu duplikasi dan pengembangan. Pada tahap ini santri di pondok pesantren al-mumtaz memulai untuk menerapkan apa yang sudah diajarkan pada saat pelatihan diberbagai tempat tersebut. Santri mulai mengembangkan *skill* yang santri terima dan mulai mengembangkan ide-ide baru untuk melakukan pengembangan. Tahap yang ketiga yaitu tahap menciptakan produk baru setelah mengikuti pelatihan dan juga mengembangkan potensi yang sudah mereka tekuni. Santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz memulai untuk memproduksi dengan nuansa yang berbeda dari yang lain, diantaranya selain diproduksi di Pondok Pesantren yang 100% dikerjakan oleh santri, harga yang dipasarkan juga tidak tergolong mahal.

Dari teori ini, penulis menghasilkan bahwa teori tersebut benar adanya dan masih terus dikembangkan oleh santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz.

Kata Kunci: strategi pengembangan, kewirausahaan santri.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR | ii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Penegasan Judul..... | 1 |
| B. Latar Belakang Masalah..... | 3 |
| C. Rumusan Masalah..... | 6 |
| D. Tujuan Penelitian | 7 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| F. Kajian Pustaka..... | 7 |
| G. Kerangka Teori | 10 |
| H. Metode Penelitian | 26 |
| BAB II GAMBARAN UMUM | 33 |
| A. Profil Pondok Pesantren Al-Mumtaz | 33 |
| 1. Letak Geografis Pondok Pesantren Al-Mumtaz | 33 |
| 2. Sejarah Pondok Pesantren Al-Mumtaz | 35 |
| 3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al Mumtaz..... | 38 |
| 4. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al Mumtaz | 39 |
| 5. Profil Penanggungjawab kewirausahaan..... | 40 |
| 6. Tata Tertib dan Hukuman bagi Santri Al-Mumtaz | 42 |
| 7. Fasilitas dan Sarana Prasarana | 43 |

| | |
|--|----|
| 8. Ekstrakurikuler Pondok Pesantren Al Mumtaz..... | 44 |
| 9. Sumber Pendanaan..... | 45 |
| 10. Profil Santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz..... | 46 |
| 11. Kondisi Santri | 47 |
| 12. Tenaga Pengajar..... | 48 |
| 13. Kegiatan spiritual..... | 49 |
| B. Program Kewirausahaan Santri..... | 49 |
| BAB III PEMBAHASAN..... | 59 |
| A. Tahap Pengembangan Kewirausahaan..... | 62 |
| 1. Tahap Imitasi dan Duplikasi | 62 |
| 2. Tahap Duplikasi dan Pengembangan..... | 66 |
| 3. Tahap menciptakan Produk Baru | 69 |
| BAB IV PENUTUP | 72 |
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran..... | 74 |
| C. Penutup..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 79 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 84 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Table 1.1 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al Mumtaz..... | 39 |
| Table 1.2 Sarana dan Prasarana Pondok Pesantren Al-mumtaz | 44 |
| Table 1.3 Jumlah Santri di Pondok Pentren Al-Mumtaz | 47 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Denah lokasi Pondok Pesantren Al-Mumtaz Patuk Gunungkidul | 33 |
| Gambar 1.2 Profil Pondok Pesantren Al-Mumtaz | 35 |
| Gambar 1.3 Masjid Pondok Pesantren | 35 |
| Gambar 1.4 Visi, Misi dan Tujuan Al-Mumtaz | 39 |
| Gambar 1.5 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Mumtaz | 40 |
| Gambar 1.6 Toko Al-Mumtaz | 52 |
| Gambar 1.7 Warung Makan Al-Mumtaz | 53 |
| Gambar 1.8 Usaha Roti Al-Mumtaz | 55 |
| Gambar 1.9 Hasil produksi Air Mineral santri Pondok Pesantren Al-Mumtaz dihidangkan untuk kapolres | 56 |
| Gambar 1.10 Kain Batik Pondok Pesantren Al-Mumtaz | 57 |
| Gambar 1.11 Hasil Karya Detergen M-Klin | 58 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami skripsi ini dan untuk menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Kewirausahaan santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta. Peneliti akan memberikan penjelasan dan pembatasan istilah, yaitu :

1. Strategi Pengembangan

Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.² Sedangkan menurut Dunhan sebagaimana yang dikutip oleh Isbandi Rukminto Adi dalam bukunya yang berjudul “*Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*” bahwa pengembangan adalah upaya terorganisasi yang dilakukan guna meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat, terutama melalui usaha yang kooperatif dan kemandirian masyarakat, tetapi hal tersebut dapat dilakukan dengan bantuan teknis dari pemerintahan ataupun lembaga-lembaga sukarela.³ Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan strategi pengembangan adalah sebuah

² Prihantini Ainia, *Kamus Mini Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2015), hlm. 38.

³ Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: PT. Rajawali, 2008), hlm. 219.

rencana yang sangat cermat serta terorganisasi dengan sasaran meningkatkan kehidupan dan kemandirian suatu masyarakat.

2. Kewirausahaan

Dalam bahasa Indonesia, *enterpreuner* dikenal dengan istilah wirausaha yang merupakan gabungan dari kata wira (gagah, berani, perkasa) dan kata usaha. Dengan demikian wirausaha adalah seseorang yang mampu memulai dan menjalankan usaha secara gagah dan berani.⁴ Dalam kamus umum bahasa Indonesia *enterpreuner* diartikan sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, memasarkannya serta mengatur pemodalan operasinya.⁵ Kewirausahaan merupakan suatu usaha yang menciptakan nilai melalui pengenalan peluang usaha, memilih pengambilan resiko yang tepat sesuai dengan peluang yang ada dan melalui keahlian komunikasi dan manajemen untuk mendayagunakan sumber daya manusia, finansial, atau keuangan dan bahkan yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha.⁶

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah orang yang mampu menciptakan pekerjaan dengan cara mendirikan atau mengembangkan usahanya sendiri dan bersedia mengambil resiko dalam menemukan peluang dan reaktif menggunakan

⁴ Arman Hakim Nasution, dkk. *Entrepreneurship Membangun Spirit Tekhnopreunership*, (Yogyakarta:CV. Andi Offeset, 2007), hlm.2.

⁵ *Ibid.*, hlm.3.

⁶ Albert Kurniawan, *Sukses Kewirausahaan Dengan Kreatif*, (Bandung: ALFABETA), hlm.4.

potensi dirinya untuk mengenal produk, mengelola dan menentukan cara produksi, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya.

3. Santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta

Santri ialah mereka yang mempelajari agama Islam.⁷ Santri disebut juga murid/peserta didik yang bertempat tinggal di lembaga non formal seperti pondok pesantren. Pondok Pesantren Al Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta adalah lembaga non formal yang berguna untuk memperdalam ilmu agama Islam.

Berdasarkan pemaparan istilah-istilah diatas, maka yang dimaksud “Strategi Pengembangan Kewirausahaan Santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta” adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemandirian dalam mengembangkan usaha sendiri dan bersedia mengambil resiko dalam menemukan peluang.

B. Latar Belakang Masalah

Pesantren merupakan lembaga pendidikan islam yang memiliki ciri khas pengajaran yang berbeda dengan lembaga pendidikan yang lain. Salah satu ciri khas dari pesantren adalah budaya dan tradisi yang masih mengakar kuat dalam setiap kegiatan keagamaan. Ciri khas inilah yang menjadikan pesantren masih bertahan sampai sejauh ini.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan agama memiliki posisi penting dalam penyebaran agama Islam di Indonesia. Sebagai pranata Islam tradisional, pesantren menyumbang lebih banyak secara aktif dalam

⁷Khoirudin Basori, *Problem Psikologis Kaum Santri*, (Yogyakarta: FkBA, 2003), hlm.76.

perjuangan melawan ketidakadilan sosial, ekonomi, dan kebudayaan.⁸ Serta memiliki peran penting dalam proses desentralisasi ilmu keagamaan dan pertukaran kebudayaan.

Program pendidikan pesantren dilaksanakan selama 24 jam dalam sehari, interaksi yang terjadi antara warga pesantren didasari dengan prinsip *akhklakul karimah* sehingga kemudian menjadi karakter santri karena diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan pesantren tersebut di masa mendatang akan menjadi daya tarik utama masyarakat luas untuk mempercayakan anak-anak mereka kepada pesantren, sehingga dapat diprediksi bahwa pesantren akan menjadi alternatif utama untuk pendidikan masa mendatang. Oleh karena itu, pesantren ditantang untuk dapat mengaktualisasikan diri dengan kemajuan zaman.

Sumber daya manusia di lingkungan pesantren dirasa mampu untuk menciptakan perubahan dalam beberapa aspek pesantren. Pesantren memiliki kemampuan untuk mencetak generasi yang memiliki kecerdasan sosial dan juga kecerdasan spiritual. Hal tersebut akan menjadi sempurna jika pesantren mampu memberikan dan mengajarkan keterampilan untuk bekal kehidupan santri di dunia. Tantangan tersebut tentunya bukan hal yang mudah untuk dilaksanakan, akan tetapi tidak mustahil untuk dilakukan. Usaha yang dapat dilakukan pesantren adalah dengan memberikan pengajaran kecakapan hidup kepada santri, akan tetapi untuk mengembangkan kurikulum pesantren memerlukan beberapa perubahan mendasar dalam sistem kepesantrenan.

⁸ Manfred Oepen & Wolfgang Karcher, *Dinamika Pesantren Dampak Pesantren dalam Pendidikan Dan Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta:P3M, 1988), hlm. 5.

Sebagai lembaga pendidikan keagamaan berbasis tradisional, pesantren mulai menemui tantangan dalam pengembangan kurikulum pembelajarannya, apakah harus tetap menggunakan ideologi lama dengan konsekuensi tertinggal lebih jauh dari pendidikan modern atau mengikuti arus perkembangan pendidikan modern. Akan tetapi pada akhirnya pesantren memilih mengikuti perkembangan dunia modern dengan mencontoh sistem pendidikan formal ke dalam sistem pendidikan pesantren dan dengan tidak meninggalkan sama sekali identitas yang ada.

Salah satu usaha pesantren untuk merubah sistem pendidikan pesantren ke arah pendidikan modern adalah dengan melakukan reformulasi kurikulum pesantren.⁹ Bentuk reformulasi kurikulum dengan mempertimbangkan fungsi pesantren adalah dengan merancang kurikulum menjadi dua konsentrasi yaitu pendidikan formal dan pendidikan non formal. Konsep ini dinilai cukup efektif untuk diterapkan dalam pendidikan pesantren karena memberikan pengalaman kepada santri pengetahuan duniawi dan juga pengetahuan ukhrawi. Usaha yang diberikan untuk mencetak peserta didik yang mandiri adalah dengan memberikan pendidikan kewirausahaan kepada santri.

Pendidikan kewirausahaan mengajarkan santri untuk mampu hidup mandiri dan mampu menuju kearah perkembangan ekonomi di Indonesia. Santri yang hidup di masa milenial memiliki daya kreativitas yang tinggi, sehingga perlu wadah yang tepat untuk membantu mengembangkan kreativitas tersebut.

⁹ Saifudin Zuhri, *Dinamika Pesantren dan Madrasah*, (Semarang: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 97.

Pesantren masih memiliki tugas yang berat untuk mencetak lulusannya menjadi output yang memiliki keahlian dalam bidang keterampilan. Santri yang pulang ke daerah asal setelah selesai masa belajar memiliki problematika yang sama, yaitu percaya diri. Mereka kembali dengan ilmu yang mumpuni akan tetapi tidak memiliki keberanian untuk mandiri. Oleh karena itu diperlukan pengembangan keterampilan bagi santri supaya mampu membuat perubahan di daerah asalnya. Keterampilan dasar yang harusnya dapat dikuasai santri dan langsung dipraktekkan di daerah asal adalah keterampilan kewirausahaan. Tidak dapat dipungkiri, kebanyakan santri yang menimba ilmu di pesantren berasal dari daerah-daerah pedesaan di seluruh Indonesia.

Tidak banyak pesantren yang memiliki kurikulum untuk memberikan pengembangan keterampilan bagi santri. salah satunya pesantren yang memiliki program untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan dan kewirausahaan dan sering dijadikan contoh pesantren vokasional adalah Pondok Pesantren Al Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana strategi pengembangan kewirausahaan santri di pondok pesantren Al Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pengembangan kewirausahaan santri di pondok pesantren Al Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan keilmuan tentang dinamika yang terjadi di pesantren dalam pembinaan pendidikan kewirausahaan. Untuk memberikan suatu pemikiran tentang kewirausahaan dalam pendidikan di pesantren serta menambah wawasan bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya yang relevan di masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberikan masukan bagi masyarakat maupun pondok pesantren untuk dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan.

F. Kajian Pustaka

Sebagai syarat dalam penulisan suatu karya ilmiah, diperlukan adanya kajian pustaka demi menghindari terjadinya pengulangan penelitian, serta menambah wawasan bagi peneliti sehingga ditemukan letak perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan peneliti sebelumnya. Berikut adalah beberapa penelitian terkait dengan penelitian ini:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Anisa Rif'atul Rafiqoh, yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Kerajinan Tanduk dan Kayu di Desa Pucang, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang proses pengembangan ekonomi masyarakat melalui kerajinan tanduk dan kayu di Desa Pucang, kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, yaitu dengan penyadaran terhadap masyarakat Desa Pucang agar mereka mau bekerja, setelah itu masyarakat diberikan daya tunjangan usaha berupa modal untuk usaha bagi yang ingin usaha kerajinan, agar dapat meningkatkan kemampuan dan produktivitas.¹⁰

Kedua, skripsi yang ditulis Mohamad Regalfa Margiyono yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui *Marketing Online* oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penulisan skripsi menjelaskan tentang para pelaku UKM saat ini memiliki berbagai media *online* sebagai sarana pemasaran seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*. Selain itu, pelaku UKM juga mengalami peningkatan pendapatan usaha (omzet) melalui penjualan di media sosial.¹¹

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Adam Mustakim, yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Korporasi pada Perusahaan *Ash-Shaff*

¹⁰ Anisa Rifatul Rofiqoh, *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Kerajinan Tanduk dan Kayu di Desa Pucang, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan)*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016).

¹¹ Mohamad Regalfa Margiono, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui Marketing Online oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan)*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

Group (Tinjauan Analisis SWOT)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada perusahaan Ash-Shaff, memiliki 8 kekuatan, 7 kelemahan, 5 peluang, dan 7 ancaman. Posisi perusahaan ini terdapat pada posisi kuadran 1 yang menunjukkan perusahaan *Ash-Shaff Group* sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat sedangkan strategi kooperasi dalam rangka pengembangan bisnisnya, *Ash-Shaff Group* masih berusaha mengimplemantasikan teori generik porter, yaitu menitik beratkan pada *low cost*, dan *diferentiation*, agar dalam proses produksi, pemasaran, dan finansial, lebih berkembang dan terarah.¹²

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Devi Chairiza Hadi, yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno *Leather and Handycraft* Tahun 2017)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hadi Sukirno *Leather Work and Handycraft* menerapkan beberapa strategi untuk mengembangkan usahanya. Strategi pengembangan tersebut meliputi pengembangan sistem yang merupakan temuan baru dalam penelitian ini dalam melakukan *briefing* setiap pagi, pengembangan teknologi juga merupakan temuan baru dalam penelitian ini dengan menerapkan sistem digitalisasi dengan menggunakan *google project*, strategi produk dengan memberikan inovasi dan kreasi dari setiap produk Hadi Sukirno *Leather Work and Handycraft*, strategi promosi dengan menggunakan *personal*

¹² Adam Mustaqim, *Strategi Pengembangan Bisnis Kooperasi dan Perusahaan Ash-Shaff Group (Tinjauan Analisis SWOT, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015)*

selling dan media online disebut *website*, *FBS*, *google net*, strategi penjualan dengan melakukan *open reseller*, dan strategi distribusi dengan menggunakan kurir dari *Hadi Sukirno Leather Work and Handycraft*.¹³

G. Kerangka Teori

1. Strategi

a. Pengertian

Setiap lembaga pasti memerlukan strategi untuk mempermudah tercapainya tujuan, ada banyak sekali pengertian tentang strategi. Berikut adalah salah satu pengertian strategi:

Strategi adalah rencana berskala besar yang berorientasi jangka panjang masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dengan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.¹⁴

b. Jenis-jenis Strategi

1) Strategi produk

Produk dapat mencakup benda fisik, jasa, *prestise*, tempat, organisasi maupun *idea*. Produk berwujud biasa disebut sebagai barang, sedangkan yang tidak berwujud disebut jasa. Berdasarkan

¹³ Devi Chairiza Hadi, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno *Leather and Handycraft* Tahun 2017), Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

¹⁴ Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) hlm 339.

pengertian produk tersebut, terdapat tiga aspek dari produk yang perlu diperhatikan dalam memahami strategi produk, antara lain:

a) Produk inti (*core product*)

Produk inti merupakan manfaat inti yang ditampilkan oleh suatu produk kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Misalnya ballpoint memiliki produk inti yang berupa kemampuannya untuk digunakan sebagai alat tulis.¹⁵

b) Produk yang diperluas (*augement product*)

Produk yang diperluas mencakup berbagai tambahan manfaat yang dapat dinikmati oleh konsumen dari produk inti yang dibelinya. Tambahan manfaat itu dapat berupa pemasangan instalasi, pemeliharaan, pemberian garansi serta pengiriman.

c) Produk yang formal (*formal product*)

Produk formal adalah produk yang merupakan ‘penampian atau perwujudan’ dari produk inti maupun diperluasnya produknya. Dalam hal ini ada 5 komponen yang terdapat pada produk formal, yaitu: desain dan bentuk atau coraknya, daya tahan atau mutunya, daya tarik atau keistimewaan, pengemasan atau bungkus, nama merek atau *brand name*.¹⁶

Sebagai produk formal yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan atau UMKM untuk melakukan inovasi dan kreasi

¹⁵ Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 217-218.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 219-220.

dalam produknya dapat dilakukan dengan cara pengembangan produk dan penyebaran produk.

Pengembangan produk adalah penciptaan produk baru atau yang lebih baik untuk mengganti produk yang sudah ada. Pengembangan produk penting untuk mempertahankan diferensi produk dan membangun pangsa pasar. Sebagai contoh, Perusahaan Gillete secara periodik mengeluarkan produk baru, seperti Sensor dan Mach3.

Penyebaran produk adalah strategi penyebaran produk dapat digunakan untuk mengelola persaingan dalam sebuah industri dan melawan masuknya pesaing-pesaing baru. Sehubungan dengan hal itu, strategi tersebut memberi kesempatan pengembangan produk baru dari sebuah pesaing industri yang stabil yang didasarkan diferensiasi produk, atau persaingan bukan dalam harga (*non-price competition*) yang didasarkan pada pengembangan produk-produk baru. Dengan kata lain, pertarungan antar perusahaan didasarkan pada kualitas serta keunikan yang dipersepsikan orang, bukan atas dasar harga.¹⁷

Strategi produk merupakan upaya peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki dan memodifikasi atau jasa yang ada saat ini.¹⁸ Strategi produk tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan, akan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau

¹⁷ Jusuf Udaya, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 115-116

¹⁸ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi.....*, hlm. 19.

atribut lain yang melekat pada produk tersebut, misalnya bungkus, merek, label dan sebagainya.¹⁹

2) Strategi promosi

Alat-alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk, yaitu: pertama, iklan atau advertensi merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi. Advertensi ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis.

Kedua, promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

Ketiga, publikasi (*publication*), merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkannya. Publikasi dilakukan dengan cara membuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghaikan produk tersebut di media masa, misalnya saja berita surat kabar, berita radio, atau televisi maupun majalah tertentu dan sebagainya.

¹⁹ Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran.....*, hlm 213.

Keempat, *personal selling*, merupakan kegiatan perusahaan untuk kontak langsung dengan para konsumennya.²⁰

a) Faktor ketidakberhasilan promosi

Faktor ketidakberhasilan promosi biasanya faktor pemilihan media promosi yang tidak tepat dan faktor perumusan pesan yang tidak persuasif. Media promosi yang tidak tepat biasanya karena tidak sesuai dengan kebiasaan konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya saja yang kebiasaan konsumen sehari-hari membaca koran, sedangkan media promosi yang digunakan adalah radio, maka pesan yang disampaikan oleh promosi tersebut tidak akan pernah sampai ke tangan konsumen itu. Perumusan pesan yang disampaikan dalam promosi haruslah bersifat persuasif sehingga dapat menarik minat konsumen.²¹

3) Strategi penjualan

Penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya. Penjualan memiliki beberapa sifat, yaitu:²²

a) Komunikasi

Mampu memiliki informasi dan sikap konsumen terhadap perusahaan.

b) Insentif

²⁰ Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran.....*, hlm. 285-288.

²¹ *Ibid.*, hlm. 283.

²² *Ibid.*, hlm. 286-292.

Penjualan dengan memberikan intensif.intensif yang diberikan dapat berupa potongan harga, premi, dan sebagainya, sehingga dapat menimbulkan motivasi yang kuat serta yang positif bagi konsumen.

c) *Mangundang*

Penjualan mampu mengundang konsumen dengan segera karena daya tariknya yang tinggi, tetapi efeknya tidak dapat dalam jangka panjang.

4) *Strategi distribusi*

Beberapa saluran distribusi atau *chanell of distribution*, yaitu:

a) *Zero level distribution*

Zero level distribution artinya melakukan distribusi secara langsung dari produsen ke konsumen tanpa melewati atau tanpa menggunakan penyalur atau distributor.

b) *One level distribution*

One level distribution berarti menggunakan satu penyalur tunggal atau agen tunggal dalam mendistribusikan produk yang dipasarkan.

c) *Two level distribution*

Metode ini menggunakan saluran distribusi bertingkat dua yang biasanya dilakukan *wholesaler* atau pedagang besar (grosir)

pada level pertama kemudian dilanjutkan dengan tingkat penyaluran kedua oleh *retailer* atau pengecer.

d) *Multy level distribution*

Saluran distribusi yang menggunakan banyak sekali tingkatan penyaluran agar dapat menjangkau konsumen yang lebih intensif banyak dilakukan untuk barang-barang kebutuhan sehari-hari serta barang kelengkapan hidup sehari-hari, seperti sabun, kosmetik, serta barang kelengkapan rumah tangga yang lain.

2. Pengembangan

Menurut Iskandar Wiryokusumo pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya atas prakarsa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.²³

a. Pengembangan

1) Strategi pengembangan pasar

²³ Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandilika, *Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan* (Jakarta: CV. Rajawali, 1982), 93.

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru.

2) Strategi pengembangan produk

Perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru

3) Strategi inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk atas jasa baru.²⁴

Melihat dari pernyataan diatas, maka dapat dipahami bahwa pada dasarnya untuk melakukan pengambilan keputusan dalam pengembangan perlu adanya strategi. Oleh karena itu strategi pengembangan yang tepat yaitu dengan adanya analisis SWOT yang merupakan akronim dari *Strength* yang berarti kekuatan, *Weaknes* yang berarti kelemahan yang dimiliki perusahaan, *opportunities* yang berarti peluang dan *theart theart* yang berarti ancaman lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi strategi perusahaan, untuk menentukan apakah

²⁴ *Ibid*, hlm 37-39.

kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman.²⁵

3. Kewirausahaan

a. Pengertian

Dalam bahasa Indonesia, *entrepreneur* dikenal dengan istilah wirausaha yang merupakan gabungan dari kata wira (gagah, berani, perkasa) dan kata usaha. Dengan demikian wirausaha adalah seseorang yang mampu memulai dan menjalankan usaha secara gagah dan berani.²⁶ Dalam kamus umum bahasa Indonesia *entrepreneur* diartikan sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, memasarkannya serta mengatur pemodalan operasinya.²⁷

Kewirausahaan merupakan suatu usaha yang menciptakan nilai melalui pengenalan peluang usaha, memilih pengambilan resiko yang tepat sesuai dengan peluang yang ada dan melalui keahlian komunikasi dan manajemen untuk mendayagunakan sumber daya manusia, finansial, atau keuangan dan bahkan yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha.²⁸

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah cara untuk menciptakan pekerjaan dengan cara

²⁵ *Ibid*, hlm. 55.

²⁶ Arman Hakim Nasution, dkk. *Entrepreneurship Membangun Spirit Tekhnopreunership*, (Yogyakarta:CV. Andi Offeset, 2007), hlm.2.

²⁷ *Ibid.*, hlm.3.

²⁸ Albert Kurniawan, *Sukses Kewirausahaan Dengan Kreatif*, (Bandung: ALFABETA), hlm.4.

mendirikan atau mengembangkan usahanya sendiri dan bersedia mengambil resiko dalam menemukan peluang dan reaktif menggunakan potensi dirinya untuk mengenal produk, mengelola dan menentukan cara produksi, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya.

b. Fungsi kewirausahaan

Pada dasarnya manusia membutuhkan makan, minum, pakaian, dan sebagainya. Kebutuhan itu akan semakin meningkat seiring dengan kemajuan zaman yang menuntut manusia untuk melakukan kegiatan konsumtif. Pengangguran yang semakin meningkat kalau tidak ditanggulangi akan membuat manusia berpotensi kearah negatif. Oleh karena itu dibutuhkan jiwa kewirausahaan bagi setiap manusia sehingga menekan jumlah pengangguran.

Setiap kewirausahaan memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Membuat keputusan-keputusan penting dan mengambil resiko tentang tujuan dan sasaran perusahaan.
- 2) Memutuskan tujuan dan sasaran perusahaan.
- 3) Menetapkan bidang usaha dan pasar yang akan dilayani.
- 4) Menghitung skala usaha yang diinginkannya.
- 5) Menentukan modal yang diinginkan (modal sendiri atau modal dari luar).
- 6) Menentukan kriteria pegawai/ karyawan dan memotivasinya.
- 7) Mengendalikan secara efektif dan efisien.
- 8) Mencari dan menciptakan cara baru.

- 9) Mencari terobosan baru dalam mencari masukan atau input serta mengelolanya menjadi barang atau jasa yang menarik
- 10) Memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus dapat memperoleh dan mempertahankan keuntungan maksimal.

c. Tujuan kewirausahaan

Tujuan kewirausahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan jumlah wirausahawan yang berkualitas
- 2) Mewujudkan kemampuan dan kemandirian para wirausahawan untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat dan selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang mutakhir.
- 3) Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahawan di kalangan masyarakat yang mampu, andal dan unggul.
- 4) Menumbuhkembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahawan yang tangguh dan kuat terhadap masyarakat dan menambah cara berfikir yang rasional dan produktif dalam memanfaatkan waktu dan faktor-faktor modal yang dimiliki oleh wirausahawan tradisional pribumi.²⁹

d. Manfaat kewirausahaan

Sesuai dengan definisi dan pengertian yang telah dipaparkan maka dapat diketahui bahwa manfaat yang dapat diperoleh melalui pendidikan kewirausahaan ialah:

²⁹ Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 7.

- 1)Memiliki kebebasan untuk mengaktualisasikan potensi yang dimiliki.
Banyak wirausaha yang berhasil mengelola usahanya karena menjadikan keterampilan/hobinya menjadi pekerjaan.
- 2)Memiliki peluang untuk berperan bagi masyarakat. Dengan berwirausaha kita memiliki kesempatan untuk berperan bagi masyarakat dengan menciptakan produk yang dibutuhkan masyarakat.
- 3)Dapat menjadi motivasi untuk memulai berwirausaha.

Thomas W. Zimmerer et al merumuskan manfaat kewirausahaan sebagai berikut:

- 1)Memberikan Peluang dan Kebebasan untuk Mengendalikan Nasib Diri
Dengan memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pembisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pembisnis berusaha memenangkan hidup mereka dan kemungkinan mereka untuk memanfaatkan bisnis guna mewujudkan cita-cita mereka.
- 2)Memberikan Peluang Melakukan Perubahan
Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai,dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas,pebisnis kini menemukan cara untuk menggabungkan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dengan sosial dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik

3) Memberi Peluang untuk Mencapai Potensi Diri Sepenuhnya

Banyak orang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seseorang wirausahawan, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka dalam suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha dan perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual dan mampu mengikuti minat dan hobi sendiri.

4) Memiliki Peluang untuk Meraih Keuntungan

Pada tahap awal bukan daya tarik utama bagi wirausahawan, keuntungan berwirausaha merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pembisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan di antara mereka yang menang menjadi berkecukupan. Hampir 75% yang termasuk dalam daftar orang terkaya (Majalah Forbes) merupakan wirausahawan generasi pertama. Menurut hasil penelitian, Thomas Stanley dan William Amerika Serikat.

“Orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar untuk menjadi jutawan daripada orang-orang yang bekerja untuk orang lain (karyawan perusahaan lain)”.

5)Memiliki Peluang untuk Berperan Aktif dalam Masyarakat dan Mendapatkan Pengakuan atas Usahanya.

Perusahaan atau pemilik usaha kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati adalah ciri perusahaan kecil. Pemilik menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun. Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis dilingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional adalah merupakan imbalan bagi manajer perusahaan kecil.

6)Memiliki Peluang untuk Melakukan Sesuatu yang Disukai dan Menumbuhkan Rasa Senang dalam Mengerjakanya

Hal yang didasarkan oleh pengusaha kecil atau pemilik usaha kecil adalah bahwa kegiatan usaha mereka sesungguhnya bukan kerja. Kebanyakan wirausahawan yang berhasil memilih masuk dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka menyalurkan hobi dan kegemaran mereka menjadi pekerjaan dan mereka senang bahwa mereka melakukannya. Wirausahawan harus mengikuti nasihat Harvey McKey. Menurut McKey:

“Carilah dan dirikan usaha yang anda sukai dan anda tidak akan pernah terpaksa harus bekerja seharipun dalam hidup anda”

Hal ini yang menjadi penghargaan terbesar bagi pebisnis/wirausahawan bukan tujuannya, melainkan lebih kepada proses atau perjalanannya.³⁰ Berdasarkan beberapa manfaat berkewirausahaan tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa menjadi usahawan lebih memiliki berbagai kebebasan yang tidak mungkin diperoleh jika seseorang menjadi karyawan atau menjadi orang gajian atau menjadi pekerja bagi para pemilik perusahaan.

e. Tahap Pengembangan Kewirausahaan

1) Tahap imitasi dan duplikat (*imiting&duplicating*)

Pada tahap ini para wirausaha meniru ide-ide orang lain, baik dari segi teknik produksi, proses, organisasi usaha dan pola pemasarannya.

2) Tahap duplikat dan pengembangan (*duplicating&developing*)

Pada tahap ini para wirausaha mulai mengembangkan ide-ide barunya, walaupun masih dalam perkembangan yang lambat dan cenderung kurang dinamis.

3) Tahap menciptakan sendiri produk baru yang berbeda (*creating new and different*)

Pada tahap ini, para wirausaha sudah mulai berfikir untuk menciptakan hasil yang lebih baik lagi, dengan cara menciptakan produk yang baru dan berbeda. Hal ini didasarkan karena wirausaha

³⁰ PO. Abas Sunarya, dkk. *Kewirausahaan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 37-39.

sudah mulai bosan dengan produksi yang ada, keinginan dan ketidakpuasan terhadap hasil yang sudah ada.³¹

4. Santri di Pondok Pesantren

Kata santri memiliki dua dua arti. Pertama, santri adalah murid yang belajar ilmu agama Islam di Pondok Pesantren yang datang dari jauh maupun dekat. Kedua, santri adalah gelar bagi orang-orang sholeh dalam agama Islam.³² Menurut Greetz pengertian santri diturunkan dari kata sansekerta 'Shastri' yaitu ilmuan hindu yang pandai menulis.³³ Jadi seorang santri adalah orang yang belajar tentang ilmu agama Islam dan tinggal menetap di pondok pesantren.

Sedangkan pondok pesantren adalah suatu lembaga pendidikan Islam yang melembaga di Indonesia. Kata pondok berarti kamar, gubuk, rumah kecil, dalam bahasa Indonesia dengan menekankan kesederhanaan bangunan kesederhanaan bangunan. Pondok berasal dari kata bahasa Arab *funduq* yang mempunyai arti ruang tidur, wisma, hotel sederhana yang digunakan orang yang mencari ilmu atau santri.³⁴ Selain itu santri di pondok pesantren belajar tentang berbagai hal seperti tolong menolong, melatih jiwa keberanian, memahami perbedaan, dan belajar kesederhanaan.

³¹ Daryanto, *Pendidikan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), hl. 15.

³² Suismanto, *Menelusuri Jejak Pesantren*, (Yogyakarta: Alief Press, 2004), hlm. 54.

³³ Manfred Ziemek, *Pesantren dalm Perubahan Sosial*, (Jakarta: Perhimpunan Perkembangan dan Masyarakat, 1986), hlm. 99.

³⁴ Manfred Ziemek, *Pesantren dalm Perubahan Sosial*, (Jakarta: Perhimpunan Perkembangan dan Masyarakat, 1986), hlm. 99.

Menurut K.H Muchtar Rasyidi dalam buku Suismanto mengartikan pondok pesantren adalah lembaga pembina *character building* bangsa, panti pendidikan kepribadian bangsa, tempat menumpukan jiwa gotong royong, karena pendidikan *self help* dan kencah pengembangan jiwa patriotisme dengan doktrin semangat rela mengabdikan, ikhlas berkorban dan pondok pesantren merupakan pancaran nur syi'ar agama Islam.³⁵ Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pondok pesantren adalah suatu lembaga pendidikan Islma dimana santri dan kiai tinggal dalam satu lingkungan, santri belajar berbagai ilmu khususnya ilmu agama, kiai atau guru mengajarkan kepada santri kemudian setelah memperoleh ilmu santri diharapkan mengamalkanya dalam kehidupan sehari-hari.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan demikian dalam penelitian ini dibutuhkan penelitian yang sesuai.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Adapun penelitian yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang diamati. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasa digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

³⁵ Suismanto, *Menelusuri Jejak Pesantren*, (Yogyakarta: Alief Press, 2004), hlm. 54.

Penelitian ini dipilih karena memiliki keunggulan tersendiri, dimana eksplorasi terhadap masalah yang dikaji tidak hanya berdasarkan laporan untuk suatu kejadian atau fenomena saja melainkan harus dicek ulang dengan berbagai sumber yang relevan. Metode ini memungkinkan pendekatan yang lebih luwes dan ramah serta memungkinkan adanya perubahan-perubahan manakala ditemukan fakta yang lebih mendasar, menarik, unik dan bermakna dilapangan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan gambaran berupa kata-kata atau lisan dari orang ataupun perilaku yang dapat diamati.³⁶

Penelitian jenis deskriptif kualitatif ini akan digunakan untuk mendeskripsikan mengenai tahapan dalam pelaksanaan pemberian bantuan kepada santri yang mengalami problematika di Pondok Pesantren Al-Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.³⁷ Di pondok pesantren al-mumtaz memiliki 300 santri yang menimba ilmu dari berbagai daerah. Dalam penelitian ini yang

³⁶Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 39.

³⁷ Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 135.

menjadi subjek utama ada 8 santri dan 3 ustadz yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Wakil atau penanggung jawab dari masing-masing kewirusahaan di Pesantren.
- 2) Santri, sebagai pelaksana kegiatan harian.

b. Objek Penelitian

Obyek penelitian adalah permasalahan yang akan diteliti. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan kewirausahaan santri di Pondok Pesantren Al-Mumtaz, Gunungkidul, Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan penelitian untuk mendapatkan data yang komprehensif terkait penelitian, adapun metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partisipatif) ataupun non-partisipatif.³⁸ Pada penelitian ini menggunakan metode observasi non-partisipatif, yaitu pengumpulan data melalui pengamatan dan penginderaan, dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam keseharian informan.³⁹

³⁸Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 101.

³⁹Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Lengkap Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 19.

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi terlebih dulu sebelum melakukan penelitian yaitu mengamati secara langsung, kemudian mengonfirmasi orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini. Misalnya meminta izin kepada pengurus pondok pesantren Al Mumtaz Gunungkidul Yogyakarta.

Penggunaan metode observasi ini untuk mengetahui tahap tahap pengembangan kewirausahaan santri yang ada di pondok pesantren. Jadi, penulis tidak ikut secara langsung melaksanakan kegiatan kewirausahaan, penulis hanya mengamati saja mengenai tahap-tahap kewirausahaan yang sudah diterapkan di pondok tersebut.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu *interviewer* yang mengajukan pertanyaan dan *interview* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴⁰

Data yang penulis dapatkan dengan santri adalah tahap pengembangan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren. Sehingga peneliti mengetahui tahap pengembangan dari waktu ke waktu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen baik tertulis,

⁴⁰Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000) hlm. 187.

gambar, maupun elektronik.⁴¹ Metode ini digunakan untuk mendapatkan data tentang : Profil Pondok Pesantren Al- Mumtaz, susunan Organisasi di Pondok Pesantren Al- Mumtaz, fasilitas yang ada di Pondok Pesantren Al- Mumtaz, macam-macam kewirausahaan yang ada di Pondok Pesantren.

4. Metode Keabsahan Data

Untuk mencari keabsahan data maka penelitian ini menggunakan *triangulasi data*, yakni pengecekan terhadap data dan penafsirannya dengan cara membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain pada berbagai fase penelitian lapangan, dengan waktu yang berlainan dengan menggunakan metode yang berlainan.⁴²

Metode dalam mencari keabsahan data menggunakan metode *triangulasi data* menggunakan *triangulasi sumber* yakni memeriksa dan membandingkan data dari hasil wawancara, dengan observasi maupun hasil data dari rekaman dengan dokumentasi, atau dengan menambah sumber data dari informan-informan yang dipercaya.

5. Metode Analisis Data

Analisis yang merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkn data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan

⁴¹Nana Saodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 220.

⁴² Sukirman, *Metodelogi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan Islam: suatu Tinjauan Praktis bagi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* vol. 4 No. 184.

oleh data.⁴³ Proses analisis data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu:

a. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dari polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁴⁴

b. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi selanjutnya adalah *display* data, melalui penyajian data maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.⁴⁵

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah

⁴³Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hlm.91.

⁴⁴Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 92.

⁴⁵Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 95.

temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran obyek yang sebelumnya masih remang-remang-gelap, sehingga telah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁴⁶



⁴⁶*Ibid.*, hlm. 99.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian ini penulis akan menguraikan kesimpulan dari penelitian. Selain itu juga menguraikan saran kepada pihak yang berkaitan selama proses penelitian ini. Penelitian ini menghasilkan beberapa hal diantaranya yaitu para santri diajarkan untuk mampu mengasah *skill* yang mereka miliki dengan program kewirausahaan yang menjadi kegiatan di Pondok Pesantren Al-Mumtaz.

Dengan tahapan kewirausahaan tersebut sesuai dengan keadaan lapangan dimana para santri pada tahap awal yaitu tahap imitasi membahas teknik produksi, proses, desain, organisasi usaha dan pola pemasaran. Sebelum menjalankan wirausaha yang ada dipondok, santri diikut sertakan dalam pelatihan kewirausahaan. Dengan pelatihan tersebut mereka dididik agar mengetahui dasar-dasar wirausaha agar mereka paham betul dengan apa yang akan mereka jadikan *skill*. Pada tahap ini santri diajarkan selama 2 bulan agar benar-benar menguasai apa yang telah diajarkan oleh pelatih.

Pada tahap kedua yaitu tahap duplikasi. Santri yang telah mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Pondok Pesantren Al-Mumtaz tersebut, mereka memulai untuk mencoba melakukan pengembangan dengan *skill* yang mereka miliki dengan modal keyakinan dan ketekunan, meskipun masih terlihat sederhana dan masih meniru. Santri mulai memberi

perubahan tampilan seperti warna, gambar yang lagi populer, rasa, bentuk yang beraneka ragam dan lain-lain. Dengan adanya tambahan keaktivitas produk tersebut maka akan mengubah tampilan produk sehingga tampak berbeda dan lain dari pada yang sudah ada.

Tahap ketiga yaitu tahap menciptakan produk baru, para wirausaha sudah mulai berfikir untuk menciptakan hasil yang lebih baik lagi, dengan cara menciptakan produk yang baru dan berbeda. Hal ini didasarkan karena wirausaha sudah mulai bosan dengan produksi yang ada, keinginan dan ketidakpuasan terhadap hasil yang sudah ada dan mulai ingin memasarkan produk yang memiliki keunggulan dibandingkan produk yang lain. Produk-produk yang diciptakan berasal dari pengamatan pasar, kebutuhan konsumen ataupun keinginan untuk menjadi penantang pasar atau penguasa pasar

Dengan adanya tahap pengembangan kewirausahaan santri di pondok pesantren Al-Mumtaz diajarkan untuk memiliki *skill* dan diasah, dengan tujuan agar setelah lulus dari pesantren santri mampu membuka lapangan pekerjaan bagi dirinya dan juga bagi masyarakat yang membutuhkan, dengan begitu prosentasi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia akan berkurang, kewirausahaan tersebut akan menghasilkan nominal yang mana menunjang keajahteraan santri di pondok pesantren Al-Mumtaz diantaranya santri dapat membeli peralatan mandi, membeli kitab, perlengkapan sekolah dan uang jajan. Sehingga orangtua dari santri

pengabdian tidak terlalu memikirkan untuk biaya mondok anaknya selama di pesantren.

B. Saran

Pada proses penelitian ini, peneliti melihat banyak peluang proses kemandirian dan kesejahteraan santri di pondok pesantren al-mumtaz. Karena itu berikut sedikit saran dari penulis:

1. Bagi Santri

Memanfaatkan sosial media untuk memperluas jejaring sosial agar banyak yang melihat hasil produksi santri, sehingga pelanggan tidak hanya dari warga sekitar akan tetapi dari luar pun mampu membelinya ketika mereka berkunjung ke Gunungkidul.

2. Bagi Pondok Pesantren Al-Mumtaz

a. Pengurus dan pimpinan Pondok Pesantren Al-Mumtaz lebih menguatkan kembali kekompakkan antara pengurus dengan melengkapi sarana dan prasarana, memperluas relasi agar hasil karya santri bisa dikenal luas oleh semua kalangan. Dengan begitusantri memiliki santri memilikisemangat yang lebih untuk menjalankan kegiatan wirausaha yang ada.

b. Selain itu untuk generasi-generasi selanjutnya diadakan agenda untuk pelatihan dan juga study banding ke tempat-tempat wirausaha agar para santri memiliki motivasi dan semangat seperti generasi sebelumnya.

- c. Adanya sistem *reward* bagi santri yang tekun dalam menjalankan wirausaha, dengan begitu santri-santri semakin semangat dan tidak ada system pilih kasih dalam pembagian hasil *enterpreuner*

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq hidayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan senang hati penulis akan menerima saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini.

Dalam hal ini tidak lupa penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada pengurus dan pennggungjawab pesantren serta pihak terkait yang telah membantu dan membimbing penulis selama melakukan penelitian. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya, bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan pada umumnya, Amin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Isbandi Rukminto, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT. Rajawali, 2008
- Ainia, Prihantini, *Kamus Mini Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2015
- Albert Kurniawan, *Sukses Kewirausahaan Dengan Kreatif*, (Bandung: ALFABETA), hlm.4.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, hlm.91.
- Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. (Bogor: Ghalia Indonesia,2011) hlm. 7
- Basori, Khoirudin, *Problem Psikologis Kaum Santri*, Yogyakarta: FkBA, 2003
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grofindo Persada, 2003), hlm. 39.
- Hadi, Devi Chairiza, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather and Handycraft Tahun 2017)*, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan), Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015
- Kurniawan, Albert, *Sukses Kewirausahaan Dengan Kreatif*, Bandung: ALFABETA
- Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktek, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009). Hal. 45-46.

- Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000) hlm. 187.
- Masyhud, Sulthon, Moh. Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, Jakarta: Diva Pustaka, 2003
- Mansur, *Moralitas Pesantren*, Yogyakarta: Safira Insania Press, 2004
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 101.
- Margiono, Mohamad Regalfa, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui Marketing Online oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi*, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan), Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015
- Mustaqim, Adam, *Strategi Pengembangan Bisnis Kooperasi dan Peusahaan Ash-Shaff Group (Tinjauan Analisis SWOT)*, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan), Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015
- Nasution, Arman Hakim, *Entrepreneurship Membangun Spirit Tekhnopreunership*, Yogyakarta: CV. Andi Offeset, 2007
- Nana Saodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 220.
- PO. Abas Sunarya, dkk. *Kewirausahaan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 37-39.
- Rofiqoh, Anisa Rifatul, *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Kerajinan Tanduk dan Kayu di Desa Pucang, Kecamatan Secang, Kabupaten*

Magelang, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (tidak diterbitkan),

Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 92.

Sukirman, *Metodelogi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan Islam: suatu*

Tinjauan Praktis bagi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam Jurnal Ilmu

Pendidikan Islam vol. 4 No. 184.

Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo

Persada, 1998), hlm. 135.

Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Lengkap Praktis, dan Mudah Dipahami*,

(Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 19.

