

**STRATEGI PENGELOLAAN UNIT USAHA PESANTREN BERBASIS
EKONOMI KREATIF DI PONDOK PESANTREN AL-AZIZIYAH KEC.
GUNUNGSARI KABUPATEN LOMBOK BARAT**



Oleh:

**ROSDIANAH
NIM. 190404040**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mendapat gelar Megister Ekonomi Syariah**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2023**

**STRATEGI PENGELOLAAN UNIT USAHA PESANTREN BERBASIS
EKONOMI KREATIF DI PONDOK PESANTREN AL-AZIZIYAH KEC.
GUNUNGSARI KABUPATEN LOMBOK BARAT**



Pembimbing:

**Prof. Dr. H. Adi Fadli, M. Ag. (I)
Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag (II)**

Oleh:

**ROSDIANAH
NIM. 190404040**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapat gelar
Megister Ekonomi Syariah**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis oleh: Rosdianah NIM: 190404040 dengan judul: **Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat** telah memenuhi syarat dan telah disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal:/...../2022

Pembimbing I

Pembimbing II

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Prof. Dr. H. Adi Fadli, M. Ag

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag

NIP. 19751226 200501 1004

NIP. 19711110 200212 1 001

PENGESAHAN PENGUJI

Tesis oleh : Rosdianah NIM: 190404040 dengan judul **Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat** Telah dipertahankan didepan dewan penguji pascasarja UIN Mataram Tanggal, 3 Oktober 2022

Dr. Muh. Azkar, M.Pd.I
(Ketua Penguji)


Tanggal, 2022

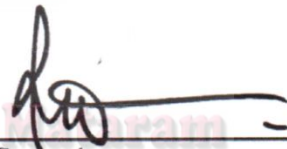
Dr. Baiq Elbadriati, M. EI
(Sekretaris/Penguji)


Tanggal, 2022


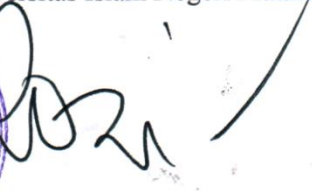
Prof. Dr. H. Adi Fadli, M.Ag
(Pembimbing I/Penguji)


Tanggal, 2022

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag
(Pembimbing II/Penguji)


Tanggal, 2022

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Mataram



Prof. Dr. H. Fahrurrozi, M.A.
NIP. 19720720 2000 03 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rosdianah
NIM : 190404040
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik untuk memperoleh gelar magister disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Mataram, 20 Juli 2022

ya yang menyatakan



Rosdianah
NIM. 190404040

Perpustakaan UIN Mataram



UPT. TIPD UIN MATARAM
Plagiarism Checker Certificate



No : TIPD/01/PLGX/0655/2022
Sertifikat ini Diberikan Kepada :
Rosdianah (19404040)

Dengan Judul Tesis :

Strategi pengembangan unit usaha pesantren berbasis ekonomi kreatif di pondok pesantren
al-Aziziyah Kapek Gunungsari Lombok Barat

Tesis Tersebut telah Melakukan Uji Cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found: 17%
Submission Date : 27-Sep-2022
Submission ID : 1909914546



NIP. : 196812311998031014

**STRATEGI PENGELOLAAN UNIT USAHA PESANTREN BERBASIS EKONOMI
KREATIF DI PONDOK PESANTREN AL-AZIZIYAH KEC. GUNUNGSARI
KABUPATEN LOMBOK BARAT**

oleh:

ROSDIANAH
NIM: 190404040

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis fokus membahas tentang Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh ketua pengelola Kedai Taman Langit dalam memajukan unit usaha tersebut.

Hasil dari penelitian yang diperoleh ialah: Strategi yang gunakan oleh pengelola dari kedai taman langit *Pertama*, strategi branding dengan menggunakan flastfom digital seperti Instagram dengan nama instagramnya @tamanlangit_lombok, Kedua pelibatan komunitas Fotografer dalam mempromosikan kegiatan/event yang ada di kedai tersebut, *Ketiga* Pelibatan Steak holder seperti Dinas Pariwisata dan Badan Pendapatan Daerah adalah mitra strategis dalam memajukan kedai taman langit ini seperti untuk mendapat ijin dan lain sebagainya.

Implikasi dari penelitian ini ialah agar Pondok pesantren diluarsana dalam usaha menciptakan peluang ekonomi kreatif baru bisa mengadopsi apa yang sudah dilakukan ketua pengelola kedai taman langit dan tim dan menjadi rujukan bagi promosi wisata yang dapat membangkitkan pariwisata khusu di Kabupaten Lombok Barat Provinsi NTB kedepannya.

Kata Kunci: Strategi Pengelolaan, Ekonomi Kreatif, Pondok Pesantren Al-Aziziyah

STRATEGY FOR MANAGEMENT OF BUSINESS UNITS BASED ON CREATIVE ECONOMY AT AL-AZIZIYAH ISLAMIC BOARDING SCHOOL KEC. GUNUNGSARI, WEST LOMBOK REGENCY

By:

ROSDIANAH
NIM: 190404040

ABSTRACT

In this study, the authors focus on discussing the Management Strategy of the Creative Economy-Based Islamic Boarding School Business Unit at the Al-Aziziyah Islamic Boarding School, Kec. Gunungsari, West Lombok Regency, the purpose of this research is to find out the strategy used by the head manager of Kedai Taman Langit in advancing the business unit.

The results of the research obtained are: The strategy used by the manager of the Taman Langit shop. First, the branding strategy by using digital platforms such as Instagram with the Instagram name @tamanlangit_lombok, Second, involving the Photographer community in promoting activities/events at the shop, Third, involving Steak. holders such as the Tourism Office and the Regional Revenue Agency are strategic partners in advancing this sky garden shop such as obtaining permits and so on.

The implication of this research is that Islamic boarding schools out there in an effort to create new creative economic opportunities can adopt what has been done by the head of the Taman Langit shop manager and the team and become a reference for tourism promotion that can generate special tourism in West Lombok Regency, NTB Province in the future.

Keywords: Management Strategy, Creative Economy, Al-Aziziyah Islamic Boarding School

إستراتيجية إدارة وحدات الأعمال على أساس الاقتصاد الإبداعي في مدرسة العزيزية الإسلامية الداخلية بمدينة الكويت
GUNUNGSARI WEST LOMBOK

بواسطة:

رشدية ناه

الرقم: 19040440

في هذه الدراسة ، يركز المؤلفون على مناقشة استراتيجية إدارة وحدة الأعمال في المدرسة الداخلية الإسلامية القائمة على من هذا البحث الاقتصاد الإبداعي في مدرسة العزيزية الإسلامية الداخلية ، منطقة. غونونغساري ، ريجنسي لومبوك الغربية نتائج البحث التي. في تطوير وحدة الأعمال محل سكاى جاردن هو معرفة الإستراتيجية المستخدمة من قبل المدير الرئيسي لـ أولاً ، إستراتيجية العلامة التجارية باستخدام سكاى بارك تم الحصول عليها هي: الإستراتيجية التي استخدمها مدير متجر سكاى باركلومبوك ، المشاركة الثانية لمجتمع المصور في الترويج للأنشطة / الأحداث مع اسم انستغرام المنصات الرقمية مثل ثالث ستيك مثل مكتب السياحة ووكالة الإيرادات الإقليمية شركاء استراتيجيين في ، يعد أصحاب المشاركة في shop في المعنى الضمني لهذا البحث هو أن المدارس الداخلية. تامان لانجيت هذا مثل الحصول على تصاريح وما إلى ذلك تطوير متجر الإسلامية في محاولة لخلق فرص اقتصادية إبداعية جديدة يمكن أن تتبنى ما تم فعله من قبل مدير متجر تامان لانجيت والفريق في المستقبل NTB كابوباتن لومبوك بارات بروفينسي وتصبح مرجعا للترويج السياحي الذي يمكن أن يولد السياحة في

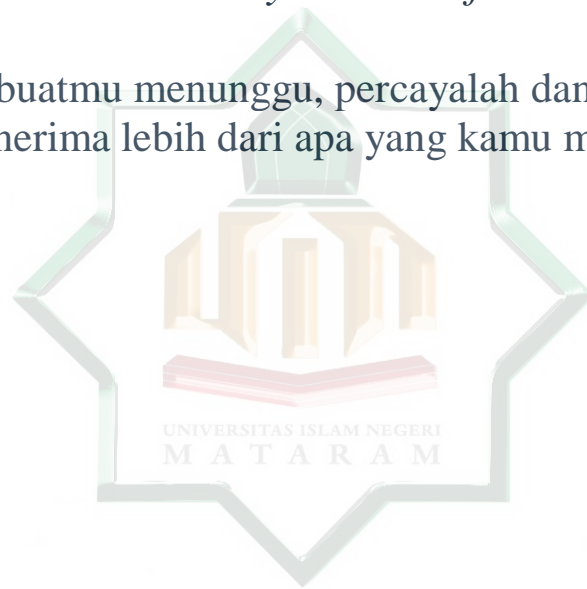
الكلمات المفتاحية: استراتيجية الإدارة ، الاقتصاد الإبداعي ، مدرسة العزيزية الإسلامية الداخلية

Perpustakaan UIN Mataram

MOTTO

If Allah is making you wait, then be prepared to receive more than what you asked for.

Jika Allah membuatmu menunggu, percayalah dan bersiaplah untuk menerima lebih dari apa yang kamu minta



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir Tesis saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga Tesis saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk ...

H. Bahruddin ST., MM. Suami Tercinta dan Anak-anakku Talitha Syahla dan Diva Faeruz
Hayaka tersayang

Apa yang saya dapatkan hari ini, tidak terlepas dari dukungan dan motivasi dari kalian. karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud dedikasi saya kepada keluarga dan kalian semua, tidak ada yang saya harapkan kecuali melihat kalian bahagia dan semoga karya ini dapat kalian orang-orang yang saya cintai dan saya sayangi membahagiakan kalian, Aamiin

Kakak tercinta

Untuk Kakakku H. Fauzan Khalid, S.Ag., M. Si tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu denganmu. Terima kasih untuk bantuan dan semangat dari kak tuan, semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakan kak tuan dan keluarga.

Dosen Pembimbing

Kepada Ibu Prof. H. Adi Fadli dan Dr. Riduawan selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terima kasih karena sudah menjadi orang tua kedua saya di Kampus. Terima kasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmunya yang selama ini dilimpahkan pada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.

Sahabat dan seluruh teman di kampus tercinta

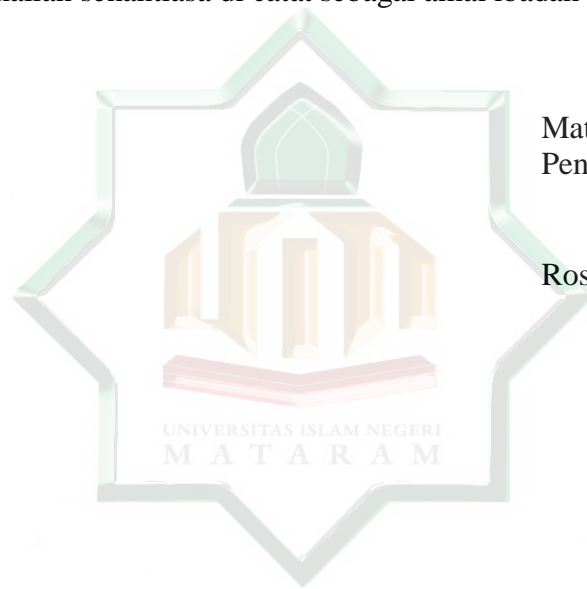
Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja, maaf jika banyak salah dengan maaf yang tak terucap. Terima kasih untuk support dan luar biasa, sampai saya bisa menyelesaikan Tesis ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, Dia-lah Tuhan pencipta alam semesta. Atas segala limpahan rahmat, hidayah dan inayahnya, Iman, Islam dan Ihsan kepada kita semua, sehingga kita dapat menjalankan segala kewajiban kita untuk beribadah kepadanya dengan baik. Shalawat beserta salam sentatiasa kita panjatkan atas junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, juga kepada keluarganya, para sahabatnya dan mudah-mudahan kita semua yang menjadi pengikutnya senantiasa mendapatkan syafa'atnya kelak di hari yaumul hisab. Amin. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian Tesis ini, tentu tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan keterlibatan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sangat berterimakasih dan mengapresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah terlibat dan turut serta membantu saya dalam menyelesaikan penulisan tesis ini sehingga dapat memenuhi kualifikasi akademis untuk dapat dipertanggung jawabkan sebagaimana mestinya. Sekali lagi saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Adi Fadli, M.Ag selaku pembimbing satu. Beliau membimbing saya dengan penuh keikhlasan dan selalu memberi kesempatan dan waktu luang untuk membimbing penulisan tesis ini. Beliau memberi berbagai masukan, kritikan, dan saran sekaligus wawasan yang sangat luar biasa agar tesis ini dapat di selesaikan dengan baik.
2. Saya juga mengucapkan terimakasih setinggi-tingginya kepada Bapak, Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag selaku pembimbing dua yang sangat luar biasa. Beliau begitu tulus dalam membimbing saya dengan selalu meberikan semangat dan motivasi agar tesis saya dapat diselesaikan tepat waktu. Tentu atas arahan, masukan dan saran beliaulah tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Bapak. Prof. Dr. TGH. Masnun Tahir, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mataram (UIN) yang telah memberikan kami tempat, wadah untuk belajar sebagai Mahasiswa Pascasarjana dalam menuntut ilmu dan diberikan bimbingan bahkan selalu di ingatkan agar kami tidak perlu belama-lama di kampus untuk menyelesaikan studi. Artinya beliau mengharapkan kepada seluruh Mahasiswanya agar dapat menyelesaikan studi selalu tepat waktu dan dengan kualitas yang terbaik.

4. Terakhir saya mengucapkan terimakasih banyak kepada Suami tercinta H. Bahruddin Baysa, ST, MM. Anak-anak ku tersayang Talitha Syahla, Diva Faeruz Hayaka yang selalu setia menemani, dikala merasa lelah, dan bahkan sesekali waktu mengeluh. Tapi kehadiran kalian kemudian rasa lelah dan mengeluh tersebut seakan hilang seketika. Terimakasih juga saya ucapkan kepada Keluarga saya tercinta, Sahabat-sahabat saya, kawan-kawan saya dan semua teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Dukungan motivasi dari kalian menghantarkan saya pada titik akhir perjuangan penulisan teisi ini. Sekali lagi saya ucapkan terimakasih banyak yang setinggi-tingginya. Semoga bantuan kalian senantiasa di catat sebagai amal ibadah oleh Allah SWT. Amin.



Mataram, 3 Oktober 2022
Penulis

Rosdianah

Perpustakaan UIN Mataram

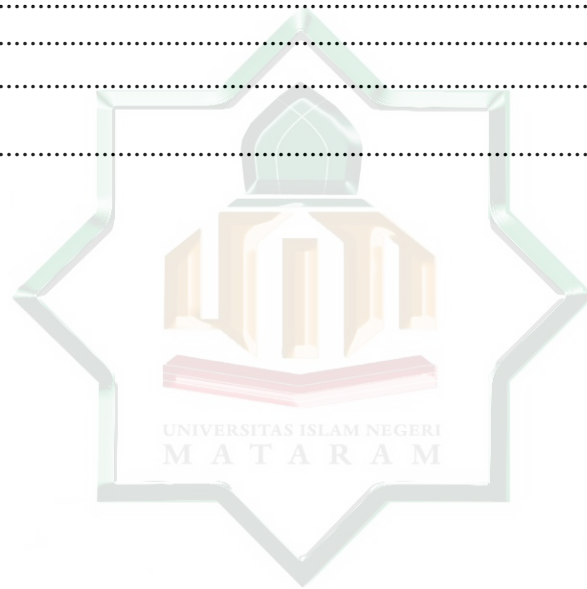
Pedoman Literasi

| Huruf | | Nama | Pengucapan |
|---------|------------|------|------------|
| Kapital | Nonkapital | | |
| A | a | a | a |
| B | b | be | bé |
| C | c | ce | cé |
| D | d | de | dé |
| E | e | e | é |
| F | f | ef | éf |
| G | g | ge | gé |
| H | h | ha | ha |
| I | i | i | i |
| J | j | je | jé |
| K | k | ka | ka |
| L | l | el | él |
| M | m | em | ém |
| N | n | en | én |
| O | o | o | o |
| P | p | pe | pé |
| Q | q | ki | ki |
| R | r | er | ér |
| S | s | es | és |
| T | t | te | té |
| U | u | u | u |
| V | v | ve | vé |
| W | w | we | wé |
| X | x | eks | eks |
| Y | y | ye | yé |
| Z | z | zet | zét |

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| KOVER LUAR..... | i |
| LEMBAR LOGO | ii |
| KOVER DALAM..... | iii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iv |
| PENGESAHAN PENGUJI | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | vi |
| LEMBAR PENGECEKAN PLAGIARISME | vii |
| ABSTRAK (Indonesia, Arab, dan Inggris) | viii |
| MOTTO | xi |
| PERSEMBAHAN | xii |
| KATA PENGANTAR..... | xiii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... | xv |
| DAFTAR ISI..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 5 |
| 1. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 2. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian | 6 |
| E. Penelitian Terdahulu yang Relevan | 6 |
| F. Kerangka Teori | 9 |
| 1. Strategi..... | 9 |
| 2. Pengelolaan | 12 |
| 3. Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Pesantren | 16 |
| 4. Ekonomi Kreatif | 18 |
| 5. Lembaga Pendidikan | 30 |
| G. Metode Penelitian | 32 |
| 1. Pendekatan Penelitian..... | 32 |
| 2. Kehadiran Peneliti | 32 |
| 3. Sumber Data | 33 |
| 4. Metode Pengumpulan Data | 33 |
| 5. Analisis Data | 36 |
| H. Sistematika Pembahasan..... | 36 |
| BAB II : STRATEGI PENGELOLAAN EKONOMI KREATIF | 38 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 38 |
| 1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren | 38 |
| 2. Letak Geografis | 39 |
| 3. Ijin Pengelolaan..... | 39 |

| | |
|---|-----------|
| B. Strategi Pengelolaan Ekonomi Kreatif | 40 |
| 1. Strategi Branding melalui Sosial Media..... | 41 |
| 2. Infrastruktur Taman Langit | 47 |
| BAB III : PELUANG DAN TANTANGAN PENGELOLAAN USAHA | |
| PONDOK PESANTREN AL-AZIZIYAH KAPEK GUNUNGSARI..... | 49 |
| A. Peluang Pengelolaan Usaha | 49 |
| B. Tantangan Pengelolaan Usaha | 52 |
| BAB IV : DAMPAK PENGELOLAAN USAHA PESANTREN | |
| BERBASIS EKONOMI KREATIF DI PONDOK PESANTREN | |
| AL-AZIZIYAH KAPEK GUNUNGSARI | 56 |
| BAB V : PENUTUP | 60 |
| A. Simpulan | 60 |
| B. Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah, ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan¹.

Terdapat peralihan tujuan arus perekonomian dalam sejarah manusia hal itu dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan bidang teknologi informasi. Peralihan arus gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia².

Munculnya Dampak yang diakibatkan oleh adanya dari fenomena perubahan gelombang ini adalah memunculkan daya kompetitif atau kompetisi/persaingan pasar yang semakin besar kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya³.

¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 6

² *Ibid*, 6

³ *Ibid*, 8

Negara-negara maju dan berkembang mulai menyadari bahwa kondisi dimana saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengutamakan manusia yang memiliki kreatifitas dan skil, karena kreativitas seorang manusia itu bermula dari daya pikirnya dia yang dapat dijadikan modal sebagai dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar.

Ekonomi unik serta kreatif dapat menjadi penopang mewujudkan kemandirian bagi ekonomi di Pondok Pesantren itu sendiri, dimana problematika seperti ini sangat perlu dukungan dari segenap stakeholder, pengurus, pendiri Yayasan dari Pesantren untuk melakukan “lompatan” dengan fokus pada penciptaan produk dan jasa yang tunjukkan dengan keahlian, serta hasil kreativitas serta kekayaan intelektual yang bisa dinikmati orang banyak⁴.

Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif menjadi kebutuhan mutlak sebagai usaha memandirikan pesantren pada ranah ekonomi sehingga tidak bergantung pada uluran tangan pemerintah saja.

Pondok Pesantren Penting untuk mengembangkan Ekonomi berbasis ekonomi Kreatif, hal tersebut agar menumbuhkan kemandirian dalam pondok pesantren tersebut⁵, mengingat pondok

⁴ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: 2016) h 3

⁵ Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, Prosiding Senadimas Ke-4, Tahun 2019, 754

pesantren memiliki biaya yang tidak sedikit dalam mengelola pondok pesantren. wabil khusus pondok pesantren yang berada di daerah lombok.

Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari menjadi objek penelitian yang menarik untuk dikaji dilihat dari beberapa Aspek, *Pertama*, Pondok Pesantren Al-Aziziyah adalah salah satu Pondok Pesantren terbesar di Lombok, *Kedua* Pondok Pesantren Al-Aziziyah adalah Pondok pesantren Yang tergolong tua, *Ketiga* Pondok Pesantren Al-Aziziyah adalah Pondok pesantren yang memiliki inovasi dalam mengembangkan Usaha Pondok Pesantren. berdasarkan hal tersebut Al-Aziziyah sangat layak untuk dijadikan Objek penelitian.

Dari Observasi Awal penulis menemukan bahwa pengelolaan Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif masih kurang efektif dan Efisien⁶. berdasarkan observasi awal ini penulis mengambil Judul **Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat.**

Pengkajian pengembangan usaha Pondok Pesantren berbasis ekonomi kreatif dan mengetahui berbagai kendala serta solusinya, menjadi Penting dilakukan karena beberapa hal, *Pertama* bagi pondok pesantren yang sedang mengembangkan usaha berbasis

⁶ Observasi Awal 26 Juni 2020

ekonomi kreatif hasil penelitiannya bisa sebagai bahan acuan bagi pondok pesantren untuk melengkapi kekurangan tersebut, *Kedua*, hasil penelitian ini bisa sebagai *rool model* bagi pondok pesantren yang belum dan akan berusaha mengembangkan Usaha pesantren berbasis ekonomi kreatif, sehingga menghantarkan pondok pesantren menjadi lembaga yang mandiri dan berkecukupan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penulisan ini secara garis besar dapat dituangkan kedalam beberapa hal diantaranya:

1. Bagaimana Strategi Pengelolaan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?
2. Bagaimana Peluang dan tantangan Pengelolaan Usaha Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?
3. Bagaimana Dampak Pengelolaan Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Bagaimana strategi pengelolaan unit usaha yang dimiliki oleh Ponpes Al-aziziah dalam mewujudkan ekonomi kreatif berbasis agrowisata, harapan peneliti dalam melakukan penelitian strategi pengelolaan unit usaha ini adalah semata-mata untuk menjadikan objek yang diteliti sebagai rujukan bagi ponpes lainnya di NTB dan Indonesia dalam menciptakan peluang usaha untuk menunjang perekonomian untuk Ponpes itu sendiri.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dalam tahapan ini, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangsih dalam bidang keilmuan dan sebagai rujukan bagi peneliti berikutnya.

b. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan refrensi bagi peneliti pribadi dan penelitian selanjutnya untuk dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai rujukan dalam penelitian tentang dakwah.

D. Ruang Lingkup dan Settingan Penelitian

Beranjak dari rumusan dan batasan masalah yang telah dipaparkan, tujuan yang hendak dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Strategi Pengelolaan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?
2. Menjelaskan Peluang dan tantangan Pengelolaan Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?
3. Menjelaskan dampak Pengelolaan Alternatif Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?

Semoga tujuan yang penulis paparkan bisa terwujud sehingga penelitian ini bisa bermamfaat bagi penulis khususnya dan masyarakat secara umum.

E. Penelitian terdahulu yang relevan

Banyak peneliti yang tertarik dengan Ekonomi Kreatif, Zuanita Adriyani Misalnya⁷, dalam Artikel yang berjudul Membangun Jiwa Entrepreneurship Santri Melalui Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Menyebutkan bahwa, Sesuai tuntutan zaman, pesantren harus mampu mencetak lulusan dengan berbagai keterampilan karena tidak semua *output* atau alumni menjadi seorang ulama atau kyai. Salah satu

⁷Zuanita Adriyani, *Memmbangun Jiwa Entrepreneurship Santri Melalui Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif*, Journal DIMAS – Volume 18, Nomor 1, Mei 2018, hal 47

pendidikan yang menjadi bekal bagi santri Pondok Pesantren Raudlotul Qur'an adalah berwirausaha. Pengalaman berwirausaha yang diperoleh ketika di pesantren akan menjadi salah satu jembatan bagi lulusan untuk mendapatkan prospek pekerjaan yang nantinya dapat menghasilkan pundi pundi uang. Dalam era serba teknologi ini, ekonomi kreatif sangat diperlukan dalam meningkatkan jiwa *entrepreneurship* untuk mengembangkan ide maupun gagasan yang nantinya akan menciptakan suatu inovasi. Jiwa *entrepreneurship* santri pondok pesantren Raudlotul Qur'an akan berkembang disertai pemikiran yang kritis, tanggap keadaan dan kreatif jika ada pendampingan dari orang-orang yang lebih berkompeten. Permasalahan terkait limbah-limbah dari setiap bidang usaha yang ada akan menjadi nilai tambahan setelah dilakukan pengolahan dengan tepat. Setelah dilaksanakan pendampingan usaha ekonomi kreatif, santri-santri pengelola setiap bidang usaha mampu mengolah limbah-limbah setiap sektor usaha dan menambah pendapatan⁸.

Novi Widiastuti⁹, dalam hasil Penelitiannya yang berjudul Penerapan Model Kelompok Usaha Kreatif Islami (Kukis) Dalam Pemberdayaan Perempuan Berbasis Pondok Pesantren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi Peningkatan penghasilan rata-rata sebesar 18% yaitu Rp. 255.000 per warga belajar selama 1 bulan

⁸ Ibid, h 48

⁹ Novi Widiastuti, *Penerapan Model Kelompok Usaha Kreatif Islami (Kukis) Dalam Pemberdayaan Perempuan Berbasis Pondok Pesantren*, Jurnal Empowerment Volume 6, Nomor 2 Oktober 2017, 20

memulai usaha menunjukkan adanya keberhasilan penerapan model Kukis meskipun belum optimal. Pemahaman warga belajar juga mengalami peningkatan rata-rata sebesar 33%. Hambatan yang ditemukan dalam ujicoba model kukis adalah (1) Menurunnya motivasi warga belajar (2) rendahnya rasa percaya diri, (3) mental karyawan. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan dalam ujicoba model kukis yaitu : (1) Mengidentifikasi warga belajar yang siap untuk membangun usaha, (2) menjalin kerjasama dalam pemasaran.

Muhammad Hasyim Ibnu Abbas¹⁰, Dalam program pengembangan kewirausahaan ini, tim melakukan pelatihan produksi dalam sektor industri kreatif berupa keahlian sablon pada Pondok Pesantren Anwarul Huda Kota Malang. Para santri dipandang perlu diberikan pendampingan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi.

Selain itu, hal ini juga didukung dengan Pondok Pesantren Anwarul Huda Kota Malang yang memperkenalkan para santri untuk berwirausaha untuk menciptakan santri yang mandiri secara ekonomi. merujuk kepada penelitian terdahulu diatas, penelitian ini memiliki perbedaan mendasar diantaranya adalah sebagai berikut, Pertama, penelitian ini lebih menekankan pada Strategi yang terbangun didalam lembaga yayasan, sedangkan ketiga penelitian diatas lebih menekankan pada pembangunan sumber daya manusia secara

¹⁰ Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, prosiding senadimas ke-4, tahun 2019, h. 753

individu, hal ini menjadi tantangan sendiri bagi peneliti karena menyatukan kepal-kepala yang ada didalam lembaga dalam mengembangkan usaha pesantren berbasis ekonomi kreatif jauh lebih sulit dibandingkan dengan membangun perorangan.

F. Kerangka Teori

Teori dalam sebuah penelitian merupakan hal yang *urgen*, para pakar metodologi berbeda dalam mendefinisikan teori, namun secara sederhana teori dapat dipahami sebagai pernyataan mengenai sebab-akibat atau mengenai adanya hubungan positif antara gejala yang diteliti dengan satu atau beberapa faktor tertentu.¹¹

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut Marrus dalam Umar, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹²

¹¹ Cik Hasan Bisri, *Pilar-Pilar...*, hlm. 192

¹² Dimas Hendika, Zainul Arifin dan Sunarti, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.29 No.1, 2015, 60

Menurut Sondang Siagian strategi adalah cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntutan perubahan lingkungan. Strategi adalah rencana, metode atau serangkaian manuver atau siasat mencapai tujuan atau hasil tertentu. Sedangkan pengertian strategi menurut Steinner dan Minner adalah penempatan misi, penetapan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal dalam perumusan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai. Strategi adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan organisasinya.¹³

b. Peranan Strategi

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan dapat tercapai. Menurut Grant strategi memiliki peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

- 1) Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan.

Strategi merupakan bentuk yang memberikan kesatuan

¹³ M. Dayat, Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan, *Jurnal Mu'allim* Vol.1, No.2, 2019, 302

hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.

- 2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Salah satu peranan penting sarana koordinasi dan komunikasi adalah strategi memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.
- 3) Strategi sebagai target. Konsep strategi akan digabungkan dengan visi dan misi untuk menentukan dimana perusahaan berada dimasa yang akan datang.¹⁴

c. Tingkat-Tingkat Strategi

Dalam manajemen strategi, perusahaan pada umumnya mempunyai tiga level atau tingkatan strategi, yaitu :

- 1) Strategi Korporasi Strategi ini menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa.
- 2) Strategi Unit Bisnis Strategi ini biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh visi tersebut.
- 3) Strategi Fungsional Strategi ini menekankan pada pemaksimalan sumber daya produktivitas.¹⁵

¹⁴ Sesra Budio, Strategi Manajemen Sekolah, *Jurnal Menatq*, Vol. 2 No. 2, 2019, hal 60

2. Pengelolaan

a. Pengertian Pengelolaan

Dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap, disebutkan bahwa pengelolaan adalah proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan mencapai tujuan.¹⁶

Menurut Suharsimi Arikunto, pengelolaan adalah substantif dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu dapat merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya.¹⁷

Mary Parker Follet mendefinisikan pengelolaan adalah seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan. Dalam penyelesaian akan sesuatu tersebut, terdapat tiga faktor yang terlibat, yaitu adanya penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor-faktor produksi lainnya, proses yang bertahap mulai dari perencanaan,

¹⁵ Budio, *Strategi Manajemen Sekolah*, 61

¹⁶ Daryanto, *kamus Indonesia lengkap*, (Surabaya : Apollo, 1997). 348

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *pengelolaan kelas dan siswa*, (Jakarta : CV. Rajawali, 1988). 8

pengorganisasian, pengarahan dan pengimplementasian, hingga pengendalian dan pengawasan kemudian adanya seni dalam penyelesaian pekerjaan.¹⁸

Menurut pengertian yang pertama yakni manajemen sebagai suatu proses, Dalam buku *encyclopedia of the social sciences* dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi. Sedangkan menurut pengertian yang kedua, manajemen adalah kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Dan menurut pengertian yang ketiga, manajemen adalah suatu seni atau ilmu adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.¹⁹

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan (*manajemen*) adalah suatu cara atau proses yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan agar berjalan efektif dan efisien.

b. Fungsi-Fungsi Pengelolaan

Banyak sekali fungsi manajemen, tapi dapat ditarik kesimpulan dari pendapat para ahli ada empat fungsi yang sama

¹⁸ Erni Tisnawati Sule, *Kurniawan Saefullah, pengantar manajemen*, (Jakarta : Kencana Perdana Media Goup, 2009) .6

¹⁹ Drs. M. Manulang, *dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1990) . 15-17

yakni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

Adapun penjelasan dari fungsi-fungsi tersebut adalah :

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan pemilihan dan penghubungan fakta, menguatkan asumsi-asumsi tentang masa depan dalam membuat visualisasi dan perumusan kegiatan yang diusulkan dan memang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.¹⁴ Perencanaan mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan alternative-alternatif kepuasan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualitas dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.²⁰

Perencanaan harus mencakup aktivitas yang akan datang, adanya bagian indikasi personal atau kelompok yaitu pengambilan keputusan atas rangkaian tindakan di masa mendatang. Tindakan dan indentifikasi personal maupun kelompok di masa mendatang menjadi unsur terpenting dalam perencanaan.²¹

Perencanaan menjadi proses terutama dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tidak bisa berjalan.²² Terdapat beberapa hal penting yang perlu

²⁰ Manulang, *dasar-dasar Manajemen*, 11

²¹ Ariana Suryorini, Pemberdayaan Masjid sebagai Fungsi Sosial dan Ekonomi bagi Jamaah Pemegang Saham Unit Usaha Bersama, DIMAS: UIN Walisongo, Vol. 19 No. 2, 2019, 168

²² Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Bandung: PT. Bumi Aksara, 2005), 23

diperhatikan dalam perencanaan diantaranya, orang yang melakukan, hasil yang ingin dicapai, dana, waktu dan skala prioritas.²³

2) Pengorganisasian (Organizing)

Organisasian merupakan langkah yang ditempuh setelah tujuan dan rencana-rencana organisasi ditetapkan, yaitu dengan merencanakan dan mengembangkan organisasi agar dapat melakukan berbagai program yang telah direncanakan secara sukses.²⁴ Pengorganisasian bertujuan membagi kegiatan besar menjadi lebih sederhana. Struktur organisasi merupakan Sunatullah dan perbedaan struktur merupakan ujian dari Allah.²⁵

Pengorganisasian menjadikan manajer lebih mudah dalam mengawasi dan menentukan pembagian tugas-tugas yang sesuai kemampuan setiap orang. Pelaksanaan pengorganisasian dengan cara membrikan tugas sesuai kebutuhannya, dikerjakan oleh pekerja, mengelompokkan pekerjaan tersebut, bertanggung jawab dengan pekerjaan yang diberikan, dan pihak berwenang berhak mengambil keputusan. Dalam berorganisasi muslim bertauhid harus selalu bekerja sama sesuai perintah Allah SWT.²⁶

²³ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), 78

²⁴ Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah*, 78

²⁵ Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah*, 8

²⁶ Undang Ahmad Kamaluddin, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: Pustaka setia, 2009),

3) Pengerakan (*Actuating*)

Penggerakan mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi kompensasi kepada mereka. *actuating* atau juga disebut "gerakan aksi" mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur-unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.²⁷

4) Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan pemeriksaan apakah semua yang terjadi sesuai dengan rencana yang ditetapkan, intruksi yang dikeluarkan sesuai dengan prinsip yang telah ditetapkan.²⁸

3. Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Pesantren

Pondok pesantren dengan berbagai harapan dan predikat yang dilekatkan padanya, sesungguhnya berujung pada tiga fungsi utama yang senantiasa diemban,²⁹ yaitu : pertama, sebagai pusat pengkaderan pemikir-pemikir agama (*center of excellence*). Kedua, sebagai lembaga yang mencetak sumber daya manusia (*human resource*). Ketiga, sebagai lembaga yang mempunyai kekuatan

²⁷ Susilo Martoyo, SE, *pengetahuan dasar manajemen dan kepemimpinan*, (yogyakarta : BPFE, 1998),116

²⁸ Sofyan Syafri, *manajemen kontemporer*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1996). 282

²⁹ A. Halim, Rr.Suhartini, dkk, *Manajemen Pesantren* (Yogyakarta : Pustaka Pesantren (Kelompok Penerbit LkiS 2005), 233

melakukan pemberdayaan pada masyarakat (*agent of development*). Pondok pesantren juga dipahami sebagai bagian yang terlibat dalam proses perubahan sosial (*social change*) di tengah perubahan yang terjadi.³⁰

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam mencetak kader-kader pemberdayaan masyarakat tersebut, seperti yang ditetapkan oleh pondok pesantren adalah:

- c. Menumbuh-kembangkan jiwa wirausaha dikalangan santri dan masyarakat;
- d. Menumbuh-kembangkan sentra dan unit usaha yang berdaya saing tinggi;
- e. Membentuk Lembaga Ekonomi Mikro berbasis nilai Islam; dan
- f. Mengembangkan jaringan ekonomi dan pendanaan di pesantren baik horisontal maupun vertikal.

Meskipun pesantren masih berada pada idealisme awal pendiriannya, yaitu sebagai lembaga yang bergerak dalam pendidikan dan penyiaran agama Islam, namun idealisme tersebut tidak lagi memadai pada masa sekarang. Di mana, pesantren juga mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap problematika yang dihadapi masyarakat di sekitar pesantren. Pesantren bukan hanya tampil sebagai pusat pendidikan keagamaan yang melahirkan pemikir agama,

³⁰ Achmad Faozan, "Pondok Pesantren dan Pemberdayaan Ekonomi", *Ibda': Jurnal Studi Islam dan Budaya*, Vol 4, No. 1, 2006, 88-102.

tetapi juga berperan mencetak para pemimpin masyarakat baik di bidang keagamaan, sosial maupun politik.³¹

Upaya-upaya yang dilakukan pesantren ini perlu mendapat perhatian yang lebih serius, sehingga pesantren tidak hanya sebagai lembaga tafaqquh fi al-din (pusat pendalaman ajaran agama), tapi juga sebagai agen pemberdayaan masyarakat. Pesantren berperan sebagai lembaga sosial kemasyarakatan yang dapat membantu pemerintah dalam menyebarkan inovasi pembangunan kepada masyarakat, dan sebagai wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pesantren memasuki wilayah sosial yang lebih luas. Hal ini adalah hasil dari kemampuan pesantren untuk beradaptasi dan bertahan terhadap berbagai perubahan yang terjadi serta orientasi pesantren ke masa depan yang sangat diperlukan oleh masyarakat desa.³²

4. Ekonomi Kreatif

a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno, “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari

³¹ MD. Rahardjo, *Pergulatan Dunia Pesantren membangun dari bawah*, (Jakarta: P3M, 2021), 239

³² Fahmi Saifuddin, “Pesantren dan Penguatan Basis Pedesaan” dalam Saifullah Ma’shum, *Dinamika Pesantren (Telaah Kritis Keberadaan Pesantren Saat Ini)*, (Jakarta: Al-Hamidiyah, 1998). 90-91.

ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”³³.

Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi. Pergeseran gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia.

Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Adanya perkembangan seperti penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti adanya internet, email, *Google Play Store*, dan sebagainya semakin mendorong manusia menjadi lebih aktif dan produktif dalam menemukan teknologi-teknologi baru³⁴.

Dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya.³⁵

³³ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 6

³⁴ Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar*, 8

³⁵ *ibid*, 9

Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas.³⁶

Istilah ekonomi dan kreatif sendiri bukanlah dua kata asing yang baru kita kenal. Yang baru adalah keterkaitan diantara keduanya yang kemudian menghasilkan penciptaan nilai ekonomi yang dahsyat dan lapangan pekerjaan yang baru melalui eksplorasi ide. Per-definisi ekonomi kreatif sebagai istilah sudah tercakup didalamnya aspek inovasi ide menjadi produk-produk yang kreatif sekaligus inovatif. Ekonomi kreatif menekankan aspek eksplorasi dan eksploitasi ide yang akan membawa pada kinerja ekonomi dan sosial (inovasi).³⁷

³⁶ Mari Ekla Pangestu, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008), 1.

³⁷ M. Chatib Basri, DKK, Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia, Cetakan Pertama (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012),.368.

Menurut UNCTAD (*United Nations Conference On Trade And Development*), pada umumnya, ekonomi kreatif mengandalkan penggunaan sumber daya kreatif yang sangat melekat pada kemampuan dan keahlian serta keterampilan manusia sebagai pelaku utama pembangunan. Ekonomi kreatif mendorong pertumbuhan, penciptaan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, meningkatkan kualitas sosial, keberagaman budaya, dan pembangunan manusia secara utuh.³⁸

Kementerian perdagangan mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai era baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.³⁹

b. Sejarah Lahirnya Ekonomi Kreatif di Indonesia

Pernyataan Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono⁴⁰ sangatlah penting untuk dikembangkan industri pada sektor yang bersumber industri kreativitas dan kerajinan. Alam hal tersebut menteri perdagangan RI Dr. Mari Elka Pangestu memperkuat pernyataan Presiden saat itu, dengan memberikan program *Indonesia Design Power*, *Indonesia Design Power* adalah suatu program pemerintah yang dihayatkan dapat

³⁸ Budi Tri Siswanto, *Pengembangan Higher Order Skills Four Cs (HOS4C) Pendukung Industri Kreatif*, Laporan Penelitian 2013, 7

³⁹ Basri, *Rumah Ekonomi*, 366

⁴⁰ *Ibid*, 27

menumbuhkembangkan daya saing produk dan hasil karya anak bangsa Indonesia dipasar domestik maupun luar negeri.

Pada tahun 2009 disahkannya Inpres No.6/2009 serta dipersiapkan sebagai Tahun Indonesia Kreatif oleh Presiden RI. Kemudian hal yang demikian itu menjadi sebuah bukti bahwa perkembangan Industri kreatif di Indonesia mengarah pada tren yang positif⁴¹. Kemudian tahun 2010, dibentuklah platform digital yang bernama Ekonomi Kreatif Indonesia (indonesiakreatif.net) yang berfungsi sebagai sebuah wadah untuk masyarakat dalam mengetahui perkembangan terkait dengan industri kreatif.

c. Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif di Indonesia

Industri kreatif merupakan sebuah konsep yang telah ada terlebih dahulu sebelum adanya konsep ekonomi kreatif. Tertulis sebuah istilah “industri kreatif” telah ada pada tahun 1994 yang dilaporkan pada “*Creative Nation*” yang telah dikeluarkan oleh Australia. Tapi nama ini mulai diakui pada tahun 1997 disaat *Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom* membentuk *Creative Industries Task Force*.

Dalam pandangan *Creative Industries Task Force*, mendefinisikan industry kreatif adalah “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job*

⁴¹ ibid, H 27

creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”.

Definisi *Creative Industries Task Force* inilah yang menjadi acuan definisi industri kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan RI (2008) sebagai berikut: “Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”

d. Menumbuhkan Pola Ekonomi Kreatif di Indonesia

Diera saat ini, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu Lokomotif dalam sektor pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Beberapa konsep baru tentang ekonomi kreatif sehingga bisa dipertahankan keberadannya di Indonesia diantaranya:

1) Perubahan Cara Pasar Masyarakat

Seiring Dengan perkembangan sarana dan prasarana kesehatan, dan pendidikan yang berada di negara-negara ASEAN, jenjang hidup manusia semakin meningkat yang menimbulkan sudut pandang manusia terhadap sesuatu juga semakin berkembang. Internalisasi dan Globalisasi telah

membentuk “strata” yang maksudanya sudah tidak sinkron lagi jika ada perbedaan antara negara berkembang dan negara maju.

Saat ini, setiap negara berlomba untuk mendagangkan “identitas diri” kepada negara lain dengan harapan akan semakin banyak pemasukan dari penjualan “identitas diri” itu. Sebagai contoh saat ini di Indonesia sudah digalakan program kreatif seperti desa wisata, hal ini diharapkan bahwa dengan semakin banyak para wisatawan baik pribumi maupun non-pribumi yang berkunjung ke desa wisata, maka akan menambah pundi-pundi pendapatan secara lingkup mikro (pendapatan masyarakat setempat) maupun kontribusi secara makro (PDRB⁴²).

Dalam konteks perdagangan bilateral maupun multilateral, semakin lama masyarakat menyukai barang atau jasa yang tidak hanya mampu memberikan kepuasan secara fungsional saja, namun juga bisa memberikan dirinya suatu identitas serta membuat dirinya bisa diterima dan dihargai oleh masyarakat disekitarnya. Industri fesyen, industri informasi dan komunikasi bisa menjadi contoh yang menarik untuk menggambarkan kondisi ini.

Pada industri fesyen, hasil barang seperti pakaian, celana, sepatu, sandal yang memikat, fungsional, dan tidak monoton terhadap suatu gaya. Maka masyarakat dapat tertarik untuk

⁴² ibid,

membeli produk tersebut. Disinilah sisi kreatif berperan, karena industri fesyen harus mampu menangkap kejadian-kejadian sosial di masyarakat dan mengembangkannya pada konsep produk yang akan dikembangkan di pasaran.

2) Industri Kreatif : Era Pembaharuan

Pada model ini, produk yang dibuat tidak terlalu banyak namun memiliki variasi-variasi yang beragam dengan waktu tertentu. Waktu tertentu disini ialah jarak *launching* produk satu dengan produk baru lainnya yang tergantung dari kebijakan perusahaan. Namun dengan waktu yang pas, maka masyarakat dapat menerima pembaruan produk tersebut.

Sebagai contoh pada industri komunikasi, *launching* variasi jenis android yang terjadi saat ini sangat beragam dengan waktu yang tergolong cepat apabila dibandingkan dengan industri komunikasi pada awal tahun 2000-an. Yang tidak disadari oleh banyak orang dari fenomena ini adalah karena adanya faktor emosional dan selera dari masyarakat itu sendiri.

Fenomena ini dapat dimanfaatkan bagi para pelaku industri dengan mengkombinasikan sisi kreatif, karena industri kreatif sarat akan kandungan emosional yang dapat mendorong perkembangan teknologi industri. Selain itu, industri kreatif dapat memanfaatkan teknologi yang sudah semakin baik dalam

menciptakan suatu produk yang lebih beraneka ragam dan multifungsi.

e. Indikator Ekonomi Kreatif

Berikut adalah indikator ekonomi kreatif :⁴³

1) Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan perusahaan yang mampu menciptakan suatu produk dan menghasilkan suatu produk dan dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dalam Islam produksi adalah boleh dan halal jika yang di produksi adalah barang yang halal dan tidak yang diharamkan ataupun yang dilarang oleh Agama Islam.

2) Pasar dan pemasaran

Pemasaran adalah proses dimana ada penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dan di pasarkan kepada konsumen. Dan ada tujuh fungsi dari pemasaran : penjualan produk, perencanaan produk, analisis pelanggan, distribusi, penetapan harga, analisis peluang, dan riset pemasaran. Promosi juga sangat penting dalam pemasaran, contoh : periklanan, kehumasan, promosi penjualan (diskon), dan lain sebagainya.

⁴³ Umi Rohmah, *Analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi pada industri anyaman bambu desa tulungagung kecamatan gadingrejo Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung, 2017).

3) Manajemen keuangan

Keuangan mempelajari tentang bagaimana sebuah perusahaan, organisasi ataupun individu untuk mengalokasikan dana perusahaan, meningkatkan dan menggunakan dana yang ada dengan baik dan menghitung resiko dalam proyek yang dijalankan.

4) Kebijakan Pesantren

Dalam sebuah pengembangan sangat perlu dengan adanya kebijakan.

5) Kondisi ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang aktifitas manusia yang berhubungan dengan distribusi, konsumsi dan produksi terhadap produk atau jasa. Dalam ekonomi makro, perekonomian daerah atau sebuah Pesantren harus dikelola dengan disiplin, hati-hati dan harus bertanggung jawab dalam menghadapi segala ketidakpastian. Tujuan dari ekonomi adalah meningkatkan kesejahteraan rakyat dan perekonomian yang adil dan merata.

6) Lingkungan

Yang termasuk lingkungan yaitu mencakup sumber daya alam contoh, tanah, air, energi surya, mineral, flora dan fauna, dan tumbuhan apapun yang tumbuh di muka bumi.

f. Pilar Ekonomi Kreatif Indonesia

Pada dasarnya sebuah pilar itu sangat penting seperti halnya dalam pembuatan rumah yang sangat perlu membutuhkan pilar. Kaitan dengan hal tersebut ialah dalam ekonomi kreatif juga memiliki 5 pilar penting yang diperkuat agar industri kreatif dapat mencapai visi dan misi pada tahun 2025. Kelima pilar ekonomi kreatif diantaranya:

1) Sumber daya

Sumber daya yang merupakan paling dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, baik dalam ide, gagasan atau kreativitas yang harus ada pada sumber daya insani. Selain itu bisa juga menjadi sebuah landasan dari industri kreatif dikarenakan sumber daya alam yang merupakan pendukung utama ekonomi kreatif.

2) Industry

Pada prinsipnya, industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Perlunya pengupayaan agar terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor yang dituju.

Pilar Industri ini dimasukkan ke dalam buku ini karena pemahaman bahwa produk kreatif adalah hasil suatu kreativitas dikalikan dengan transaksi riil. Ini mengindikasikan adanya faktor kreasi dan originalisasi yang memiliki potensi kapital dan/atau yang diproduksi sedemikian rupa untuk dikomersialisasikan.

3) Teknologi

Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan merupakan *enabler* untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata.

Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (*tools*) bagi pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

4) Institusi

Institution atau institusi dalam pilar pembangunan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai tatanan sosial dimana termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal –seperti sistem nilai, adat istiadat, atau norma - maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan.

5) Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal atau ekuitas maupun pinjaman atau kredit. Lembaga keuangan merupakan salah satu *endorsement* dalam perjalanan suatu industri kreatif dan salah satu elemen penting sebagai alat yang dibutuhkan pada pengelolaan keuangan, kebutuhan bagi pelaku industri kreatif.

5. Lembaga Pendidikan

Dapat disadari bahwa sistem pembelajaran dan kurikulum yang bersifat menghafal saja, tidak akan berdampak pada sesuatu yang dihasilkan seorang anak didik di dunia kerja maupun dunia yang riil. Perjuangan yang sebenarnya ialah bagaimana seseorang itu dapat mengolah kreativitas dan memaksimalkan potensi kreativitasnya dalam menghadapi dan memecahkan suatu permasalahan. Bila seorang itu tidak cukup kreatif, maka yang ada

orang tersebut tidak dapat menyelesaikan permasalahan dan ia dapat tersingkirkan oleh orang yang memiliki cukup kreativitas.

Tidak sedikit ditemui para lulusan-lulusan perguruan tinggi, baik negeri dan swasta yang memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang tinggi, namun menjadi “pengacara” (pengangguran banyak acara). Sejak dini, pendidikan perlu diimbangi kurikulum berbasis memahami dan menghafal dengan kurikulum yang bertuju pada pengembangan kreativitas dan olah jiwa kewirausahaan. Maksud dari kreativitas disini, ialah membantu dalam mengasah kesiapan dan kepekaan seseorang untuk bisa tanggap dan pro-aktif terhadap lingkungan sekitar dan perubahan-perubahan yang ditemui.

Pendidikan sebaiknya juga mengedepankan sisi kompetitif seperti memperbanyak kegiatan lapangan, ekperimen, riset dan pengembangan serta menyusun proyek yang menyerap bidang keilmuan dan saling melengkapi, mulai dari sains, teknologi maupun kesenian. Dengan kombinasi ilmu tersebut, diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang dapat memberikan manfaat maksimal dan daya kreativitas dapat tertuang dengan baik serta maksimal.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Berangkat dari tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Sosiologis. Menurut Sobagyo⁴⁴ penelitian kualitatif merupakan proses penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari objek penelitian dan perilaku yang bisa diamati. Nurul Yakin⁴⁵ mengatakan bahwa penelitian kualitatif ialah penelitian yang memiliki data berbentuk kata-kata, kalimat, skema, dan gambar.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti di lokasi penelitian dimaksudkan bahwa peneliti sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data yang dibutuhkan dalam penyusunan Tesis ini. Peneliti sebagai instrumen dan pengumpul data mengajukan beberapa pertanyaan kepada sumber data sebagai subyek penelitian.

Kehadiran peneliti sebagai instrumen pertama harus berhubungan dengan informasi karena perlu menanggapi dan menilai, oleh karena itu peneliti menetapkan beberapa kegiatan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Kegiatan tersebut adalah Observasi, Telaah dokumen, dan Interview dengan pihak-pihak yang terkait, yang informasinya dapat membantu peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan.

⁴⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rineka cipta, Cet V, 2006. Hal 94

⁴⁵ Hj. Nurul Yakin, *Metode Penelitian*, Mataram IAIN, 2009. Hal 5

Kehadiran peneliti sangat dibutuhkan dilapangan untuk mendapatkan data yang valid dan akurat, karena pada saat yang demikian peneliti akan tau secara jelas data yang pasti dan data yang dibuat-buat.

3. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh⁴⁶. Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah subyek penelitian yang berupa manusia, kata-kata, tindakan dan prilaku, dokumen, dan benda-benda lain yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti.

Terkait dengan masalah yang peneliti teliti, maka yang dijadikan sumber data adalah:

- a. Ketua Yayasan Pondok Pesantren Al-Aziziyah
- b. Ketua Lembaga Pengelola Unit Usaha Yayasan Pondok Pesantren Al-Aziziyah
- c. Ketua Pengelola destinasi wisata taman langit

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Hasil penelitian bergantung pada data yang didapatkan, oleh karenanya pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis, terarah, dan relevan dengan masalah yang diteliti.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, Prof. Dr. *Prosedur Penelitian*, cet. 14 Rineka Cipta Jakarta 2010, Hal: 172

Tehnik pengumpulan data yang baik dan benar pada gilirannya akan bisa menghasilkan data yang sesuai dengan penelitian, atas dasar itu pemilihan tehnik dan alat pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian merupakan keniscayaan yang harus diperhatikan. Atas dasar itu dalam penelitian ini penulis memilih dua metode yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan, dua metode tersebut adalah metode *Wawancara*, metode *Observasi*, dan metode *Dokumentasi*.

a. Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah Proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara si penanya dengan si penjawab, dan jawaban-jawaban responden direkam atau dicatat. Begitulah kiranya Iqbal Hasan mendefinisikannya⁴⁷. Sementara itu Abu Ahmadi⁴⁸ Mengatakan Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dengan bertatap muka dan mendengarkan informasi-informasi atau keterangan secara langsung. Lain halnya dengan Abu Hamid Subagyo⁴⁹ mengatakan bahwa wawancara bermakna berhadapan langsung antara penanya dengan penjawab dan kegiatannya dilakukan secara lisan.

Dari berbagai pendapat para pakar di atas, bisa disimpulkan bahwa syarat mutlak yang harus ada dalam metode wawancara adalah pertemuan langsung antara si penanya dengan si penjawab

⁴⁷ Iqbal Hasan, *Ibid*, Hal 83

⁴⁸ Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara 2015. Hal 83

⁴⁹ Subagyo, *Ibid*, Hal 39

serta pertanyaan yang diajukan adalah secara lisan. Di sini, peneliti lebih banyak menggunakan Wawancara terpimpin, yaitu teknik wawancara yang dilakukan dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci (pedoman wawancara).

Melalui metode interview ini penulis berharap mendapatkan informasi yang sejelas-jelasnya tentang:

- 1) Bagaimana strategi pengelolaan Unit Usaha Pondok Pesantren
- 2) Apa saja kendala dalam pengelolaan unit Usaha Pondok Pesantren
- 3) Apa saja langkah yang ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut.

b. Metode Dokumentasi.

Selain metode penelitian diatas penulis juga menggunakan metode Dokumentasi. Tehnik dokumentasi ini dimaksudkan untuk mendapatkan data-data yang telah tersedia pada lokasi penelitian dalam bentuk catatan dan hal-hal lain yang berbentuk dokumen, seperti peta lokasi Desa, sejarah Berdiri, dan data Surat Menyurat yang ada hubungannya dengan penelitian.

Melalui metode ini Data yang ingin didapatkan oleh penulis adalah:

- a. Gambaran Umum Unit Usaha Pondok Pesantren
- b. Sejarah Lahirnya Unit Usaha Pondok Pesantren.
- c. Gambaran Umum unit Usaha berbasis Pondok Pesantren

5. Analisis Data

Data yang terkumpul selama penelitian, perlu dianalisa dan diinterpretasikan dengan teliti, ulet dan dengan kecakapan, sehingga diperoleh kesimpulan yang baik dalam penelitian. Menurut subagyo⁵⁰ analisis Data adalah kegiatan memanfaatkan data sehingga diperoleh kebenaran atau ketidakbenaran dari suatu hipotesa.

Mengenai analisis data, penulis menggunakan analisis kualitatif⁵¹ dengan Metode Induktif yaitu cara berpikir yang berangkat dari fakta-fakta maupun peristiwa khusus untuk kemudian ditarik kesimpulan yang umum.

H. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari empat bab yang terdiri dari :

BAB I : Bab ini berisi penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Bab ini memaparkan hasil penelitian dan temuan data di lapangan sebagai jawaban dari rumusan masalah pertama

BAB III : Bab ini memaparkan hasil penelitian dan temuan data di

⁵⁰Subagyo, *Metode Penelitian*, Hal 106

⁵¹ Analisis kualitatif merupakan analisis terhadap penjelasan-penjelasan yang bukan berupa angka-angka statistik atau bentuk angka lainnya. Analisis kualitatif bisa dilakukan terhadap data baik berupa kualitatif maupun kuantitatif. Lihat

lapangan sebagai jawaban dari rumusan masalah kedua

BAB IV : Bab ini berisi kesimpulan atas jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Kemudian, saran-saran juga ditampilkan sebagai masukan bagi seluruh pihak terkait dan yang memiliki relevansi dengan penelitian dalam tesis ini.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

STRATEGI PENGELOLAAN EKONOMI KREATIF

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren

a. Fase Printisan

Merintis Unit Usaha Pondok Pesantren dengan konsep Agrowisata sangat membutuhkan kesebaran dan ketekunan tentunya untuk mendapatkan hasil yang maksimal, adanya gempa bumi yang menimpa Lombok tahun 2018 dan pandemic Covid 2019 menjadi cikal bakal lahirnya pemikiran membuat Unit usaha yang dimiliki pondok pesantren untuk menjadikan ponpes Al-aziziah mandiri dalam pembiayaan.

b. Fase Petumbuhan

Tahun 2020 menjadi era baru kebangkitan kedai taman langit sebagai Unit usaha yang dikelola oleh ponpes Al-aziziah Kapek Gunungsari, pada fase ini ditandai dengan pembuatan titik spot-spot swafoto yang menjadi ciri khas (icon) dari Unit usaha yang dikelola oleh ponpes Al-aziziah, selain itu lokasinya yang berada 550 meter di atas permukaan laut memberikan kesempatan bagi pengunjung melihat pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam menjadi nilai tambah tersendiri bagi kedai ini untuk menarik simpati untuk

setiap tamu yang datang kelokasi ini betah dan ingin berlama-lama menikmati suasana asri yang menjadi ciri khas dari tempat ini.

c. Fase Perkembangan

Event Moto GP Tahun 2022 dan kebangkitan baru pasca pandemic covid 19 menjadi fase penting kedai taman langit sebagai Unit usaha yang dikelola oleh ponpes Al-Aziziah Kapek Gunungsari, Unit usaha yang memiliki 150 tempat duduk dengan kapasitas 500-an orang ini mencapai puncak keemasannya dimana pengelola mengaku omset yang dirait perbulannya bisa menembus angka ratusan juta rupiah dari penjualan setiap hari,

2. Letak Geografis

Taman langit adalah merupakan salah satu tempat wisata yang mengusung tema akrowisata dengan pemandangan atau *view* utama adalah Kawasan pantai Sengigi, adapun tempat dan lokasi dari Taman langit baerada di jalan Dusun Bunian Desa Bengkaung Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat NTB dengan luas area yang menjadi lahan terhadap pengelolaan dari 421,28 m².

3. Ijin Pengelolaan

Hj. Fauziyati Musthofa yang beralamat di komplek Pondok Pesantren Al – Aziziah Kapek Desa Gunungsari Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat adalah pemilik dari Kedai Taman langit yang mulai beroperasi tahun 2021 berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten

Lombok Barat No: 503. A2/139/23/DPM-PTSP-LB/II/2021 tentang Izin mendirikan bangunan dan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat No: 660/136/15/DPM-PTSP-LB/II/2021 tentang izin lingkungan kedai/restaurant Taman Langit, disini yang berbeda sebagai tanggung jawab moral terhadap disediakan infrastuktur yang memadai ke lokasi kedai taman langit ketua pengelola dari kedai Taman Langit ibu Samira memaparkan setiap tahun kita rutin bayar pajak ke daerah Lombok barat hal itu dibuktikan dengan adanya NPWPD: 2.0000967.0760.10.09 yang dikeluarkan oleh Badan Pendapatan daerah dan ini menjadi komitmen kami bahwa unit usaha Taman Langit betul dirasakan manfaatnya tidak hanya oleh Pondok Pesantren Al – Aziziah tetapi juga oleh seluruh elemen masyarakat.

B. Strategi Pengelolaan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas. Ekonomi kreatif mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Makna kreativitas dapat dilihat sebagai kapasitas atau daya upaya untuk menghasilkan sesuatu yang unik, menciptakan solusi dari suatu masalah. Ekonomi kreatif dapat menjadi

pendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan karena ide dan kreativitas adalah sumber daya yang senantiasa dapat diperbaharui.⁵²

Seiring perkembangan teknologi pada era globalisasi seperti sekarang ini, dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal tersebut membuat persaingan antar bisnis semakin lama menjadi semakin ketat. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis merumuskan sekaligus menerapkan strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani, namun juga dapat bersaing dalam merebut dan menguasai pangsa pasar yang ada, untuk itu strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis atau usaha.⁵³

Dalam mengelola ekonomi kreatif, tentunya dibutuhkan beberapa strategi untuk mengembangkan usaha yang dikelola. Diantara strategi yang digunakan Pondok Pesantren Al-Aziziyah dalam mengelola unit usaha pondok pesantren adalah :

1. Strategi *Branding* melalui Sosial Media

a. Sosial Media

Masyarakat, mayoritas memanfaatkan aplikasi transportasi online, belanja online dan media sosial. Instagram merupakan salah satumedia sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam

⁵² Risma Nurmilah, Lukytawati Anggraeni, Tanti Novianti, Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Sukabumi (Creative Economy Development Strategy in Sukabumi). *Jurnal UMMI: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Teknologi*, 10(3), 2016 : 98

⁵³ Rifkiawan Baba, Mahludin H. Baruwadi, Yuriko Boekoesoe, Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee Di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Agrinesia: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(2), 2019 : 116

suatu bisnis. Media sosial Instagram di ketahui telah banyak ada di sekitar kita. Segala kalangan masyarakat pun bisa dengan mudah menggunakan aplikasi ini. Adapun perbedaan dengan penjual dari mulut ke mulut yang tidak menggunakan aplikasi untuk mencari pembeli hanya bermodal tawaran saja. Ini menjadi salah satu alasan mengapa Instagram memiliki berbagai manfaat untuk para pebisnis guna membangun dan mengembangkan *brand* suatu bisnis.⁵⁴

Instagram merupakan media sosial berbasis gambar dan video singkat ini sangat efektif untuk menarik perhatian para penggunanya dengan menggunakan gambar dan video unik. Gambar-gambar yang unik dan menarik yang diunggah di Instagram bisa memanjakan mata para pengguna Instagram sehingga mereka mau berlama-lama melihat berbagai gambar dan video di sana. Seperti prinsip orang berbisnis, di mana ada keramaian, maka di sana ada peluang usaha yang menguntungkan.⁵⁵

Terkait pemanfaatan media social sebagai salah satu strategi pengelolaan dan pemasaran unit usaha, Ibu Samira selaku pengelola media dan publikasi mengatakan :

Kedai Taman Langit yang menyuguhkan pemandangan alam dengan konsep *Three Spot Views* yang sangat mempesona (Laut, Suasana Hutan dan Kota) dengan dilengkapi spot selfi, kuliner, tempat sholat, aula pertemuan dan sebagainya menjadi jualan utama dari unit usaha

⁵⁴ Dewi Untari dan Dewi Endah Fajariana, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 2018 : 271

⁵⁵ Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani, Pengembangan usaha kuliner home industri sebagai peluang kaum perempuan menuju industri kreatif. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 2019 :114

milik ponpes Al-Aziziah ini, tingginya pengguna social media menjadi mangsa pasar yang harus diambil peluangnya, setidaknya itu yang menjadi harapan dari ketua pengelola kedai taman langit Ibu Samira, salah satu social media yang paling *trend* saat ini yaitu instagram, @tamanlangit_lombok yang merupakan akun resmi kedai taman langit sebagai media untuk memasarkan tempat ini ke masyarakat luas.⁵⁶

Pemanfaatan media sosial *Instagram* diketahui telah banyak di sekitar kita. Segala kalangan masyarakat pun bisa dengan mudah menggunakan aplikasi tersebut. Penjualan dari mulut ke mulut tanpa menggunakan aplikasi untuk mencari pembeli, hanya bermodal tawaran saja. Ini menjadi salah satu alasan mengapa *Instagram* sangat efektif dan bermanfaat untuk para pebisnis guna membangun dan mengembangkan *brand* suatu bisnis.

Hal ini juga ditegaskan oleh Ibu Hj. Fauziah :

Media sosial *marketing* adalah strategi kegiatan pemasaran menggunakan situs-situs media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan sebagainya. Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui *internet marketing*. Caranya mudah sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa.⁵⁷

Hal ini juga ditegaskan oleh Bapak Syarif, selaku bagian pemasaran :

Strategi pemasaran melalui media sosial *instagram* cara yang ampuh untuk meningkatkan penjualan dan tidak mengeluarkan biaya besar untuk biaya promosi. Seklaipun demikian, masih ada kendala lain dalam penggunaan *instagram* dan solusi yang harus dilakukan Kedai Taman Langit.⁵⁸

⁵⁶ Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

⁵⁷ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

⁵⁸ Syarif, *Wawancara*, 03 Agustus 2022

Berdasarkan wawancara tersebut di atas, menunjukkan bahwa dengan meningkatnya pengguna *smart phone*, tentu membuat pesan pemasaran dan konten untuk *platform mobile* merupakan suatu keharusan. Hal itu disebabkan karena semakin banyak konsumen yang melihat konten, menerima *email* serta membeli produk menggunakan *smartphone* ini. Seiring dengan meningkatnya pengguna media sosial, perilaku belanja masyarakat telah beralih ke belanja online. Hal ini memberikan keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis termasuk Kedai Taman Langit. Menggunakan media sosial dalam mempromosikan bisnis yang dikelola adalah langkah yang paling praktis.

Terkait promosi dan pemasaran, Ibu Samira menambahkan :

Promosi dan pemasaran produk ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek ini juga dipasarkan langsung kepada semua penghuni Pondok, juga dipromosikan dan dipasarkan di acara-acara yang dilakukan di Pesantren maupun di luar Pesantren dalam bentuk *catering*. Kami sendiri menerima pesanan dari luar ataupun acara-acara hajatan di luar Pondok Pesantren.⁵⁹

b. Komunitas Fotografer

Perkembangan fotografi mengalami banyak perubahan fungsi, Awalnya fotografi identik dengan kamera tetapi saat ini fotografi bisa dilakukan dengan menggunakan telepon genggam pintar. Perkumpulan fotografi merupakan tempat bagi para pecinta fotografi

⁵⁹ Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

untuk melakukan tukar pendapat, saling berbagi ilmu dan menambah jejaring koneksi dan pertemanan.⁶⁰

Sekarang, banyak sekali peminat fotografi yang terjun ke dalam kegiatan ini. Kegiatan fotografi tersebut biasa dilakukan sendiri, tetapi lebih banyak dilakukan dengan berkelompok yang lebih tepat disebut komunitas. Komunitas fotografi biasanya digambarkan sebagai sekumpulan orang yang memiliki kamera dan melakukan pemotretan terhadap seorang atau beberapa orang model. Banyak yang menilai komunitas ini merupakan komunitas high class (kelas menengah keatas). Namun, jika dicermati lebih dalam, komunitas ini bukan hanya sekumpulan orang yang mampu. Tetapi merupakan sekumpulan orang yang memiliki hobi yang sama mengenai fotografi. Serta memiliki tujuan yang sama yaitu menghasilkan karya melalui foto.⁶¹

Terkait hal tersebut, Ibu Samira menjelaskan :

Melibatkan beberapa komunitas seperti komunitas fotografer pada hari *weekend* yang juga menjadi strategi *branding*, kami sangat merasakan manfaatnya. Dengan terlibat dalam komunitas ini, banyak sekali jejaring dan relasi yang bisa menyampaikan pesan kepada masyarakat luas bahwa kedai taman langit ini layak untuk dikunjungi. Selain itu, keprofesionalitasan dari cara pengambilan gambar pada titik/*spot* tidak merubah paradigma generasi muda untuk tergerak mau datang mengunjungi tempat ini dengan mengusung tema “menikmati *city light* kota mataram” yang beberapa waktu lalu berhasil dilaksanakan oleh komunitas fotografer ini sehingga dapat memperluas promosi tempat ini ke elemen masyarakat.⁶²

⁶⁰ Ahmad Syarif Maulana, Anisa, Yeptadian Sari, Pusat Kegiatan Komunitas Fotografi dengan Pendekatan Simbolik di Jakarta. *PURWARUPA Jurnal Arsitektur*, 3(1), 2019 : 16

⁶¹ Sari Kusuma Wardani, *Pola Jaringan Komunikasi dalam Komunitas Fotografi (Studi pada Anggota Blitarian Fotografi Club di Blitar)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang : 2012), 4

⁶² Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

c. *Stake Holder*

Keberlangsungan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh peran pemegang saham (*shareholders*), namun juga dari peran para pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders*). Tidak hanya terkait dengan kegiatan sosial yang diselenggarakan perusahaan, perusahaan dapat berkontribusi pada kegiatan yang diselenggarakan oleh para pemangku kepentingan melalui bantuan dana (*financial assistance*) atau yang juga dikenal dengan sponsorship. Melalui pemberian *sponsorship*, pihak pemangku kepentingan yang menyelenggarakan acara mendapatkan dukungan materil, sedangkan pihak perusahaan pemberi dana bisa mendapat ruang untuk mempromosikan produk dari perusahaan selama kegiatan berlangsung.⁶³

Terkait *stake holder*, Ibu Samira kembali menjelaskan :

Pemerintah melalui Dinas Pariwisata merupakan mitra strategis dalam pengembangan dan pemasaran unit usaha kedai taman langit. Regulasi dan aturan tak ubahnya menjadi lokomotif bagi taman langit untuk bergerak maju menyesuaikan diri dengan visi dan misi pemerintah dalam memajukan daerah ini menjadi lebih baik di bidang pemajuan pariwisatanya, bantuan promosi pada *event-event* yang dilakukan oleh pemerintah juga setidaknya memberikan dampak positif bagi kami selaku pengelola dan tim unit usaha taman langit.⁶⁴

Sedangkan Ibu Hj. Fauziyah mengatakan :

Apabila ditanya tentang sebuah pihak yang memiliki kepentingan dari berdirinya sebuah unit usaha atau bisnis, tidak lain dan tidak bukan adalah *stakeholder*. *Stakeholder* dapat

⁶³ Sherly Dwi Fedora dan Risca Fleureta Hudyono, Analisis Pemangku Kepentingan (Stakeholder) pada Unit Hubungan Masyarakat (Humas) dan Kesekretariatan PT Semen Padang. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 2(1), 2019 : 11-12

⁶⁴ Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

dikatakan menjadi salah satu faktor sebuah bisnis dapat berjalan baik atau tidak.⁶⁵

Keberadaan *stakeholder* sangat dibutuhkan dalam berlangsungnya sebuah perusahaan. Hal itu dikarenakan *stakeholder* dapat menjadi pendukung dalam langkah maju atau perkembangan aktivitas bisnis dari sebuah perusahaan. *Stakeholder* dapat membantu perusahaan dalam menjalankan bisnis agar lancar dan dapat berkembang.

2. Infrastruktur Taman Langit

Memilih atau menentukan lokasi tempat usaha yang strategis menjadi faktor kesuksesan dari bisnis yang akan dilaksanakan. Selain itu situasi dan kondisi yang tepat juga akan berperan penting pada produk atau jasa yang akan ditawarkan dengan bertempat pada area yang mudah terlihat, maka sudah pasti akan banyak memperoleh perhatian dan tentunya juga memudahkan untuk masa perkenalan dan promosi bisnis yang baru saja mulai dirintis.⁶⁶

Terkait infrastruktur, Ibu Hj. Fauziah selaku penanggung jawab, mengatakan :

Dalam mendapatkan kepuasan pelanggan harus pula didukung oleh prasarana dan infrastruktur yang baik disamping menyiapkan pelayanan yang baik pula, beberapa infrastruktur tersebut diantaranya yang dimiliki oleh kedai Taman Langit Toilet, lahan tempat parkir, bangku dan kursi *spot-spot* selfi yang menjadi ikonik dari tempat ini.⁶⁷

⁶⁵ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

⁶⁶ Hamdi dan Yadewani, *Pengembangan usaha kuliner*, 111

⁶⁷ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa Kedai Taman Langit bukan hanya menyediakan makanan yang lezat sesuai selera pengunjung, akan tetapi juga menyediakan tempat atau fasilitas yang nyaman untuk bersantai dan berfoto selfi. Tempatnya yang strategis juga menjadi salah satu penarik pengunjung untuk datang ke kedai tersebut.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

PELUANG DAN TANTANGAN PENGELOLAAN USAHA

PONDOK PESANTREN AL-AZIZIYAH KAPEK GUNUNGSARI

A. Peluang Pengelolaan Usaha

Dalam rencana pembangunan atau pengembangan usaha, langkah pertama yang perlu dianalisa adalah melihat kemungkinan adanya kesempatan untuk memasarkan produk yang akan diperdagangkan dengan melihat tingkat daya serap pasar yang masih tersedia dengan menganalisa permintaan, penawaran dan peluang pasar (*Market Opportunity*). Analisa pasar bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai produk yang akan diperdagangkan, apakah produk yang diperdagangkan masih dapat diserap oleh pasar, dengan tingkat harga yang menguntungkan, sehingga investasi yang akan ditanamkan dapat kembali dalam jangka waktu yang wajar.⁶⁸

Sebelum mengelola sebuah usaha, terlebih dahulu Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek mengetahui beberapa hal, yaitu :

1. *Product* (produk)

Produk yang dihasilkan atau disediakan di Kedai taman Langit adalah minum-minuman seperti es, kopi dan minuman lainnya sesuai pesanan, gorengan seperti resoles, nasi goreng, sate rembiga dan cemilan lainnya.

⁶⁸ Harmaizar Z, *Menangkap peluang usaha*, (Bekasi : CV. Dian Anugerah Prakasa,2008),85

Terkait Produk, Bapak Syarif selaku bagian pemasaran, mengatakan :

Menu atau produk yang kami siapkan di Kedai Taman Langit ini adalah sesuai dengan kebutuhan, minta dan selera pengunjung. Biasanya, para pengunjung membutuhkan cemilan sebagai teman ngopi atau makan siang dengan sate rembiga yang cukup terkenal di daerah rembiga.⁶⁹

2. *Place* (tempat).

Tempat usaha menjadi salah satu hal penting yang termasuk sebagai peluang usaha bagi Unit usaha Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek. Kedai Taman langit merupakan salah satu tempat wisata yang mengusung tema akrowisata dengan pemandangan atau *view* utama adalah Kawasan pantai Senggigi, adapun tempat dan lokasi dari Taman langit berada di jalan Dusun Bunian Desa Bengkaung Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat NTB dengan luas area yang menjadi lahan terhadap pengelolaan dari 421,28 m².

Terkait Tempat, Ibu Hj. Fauziyah mengatakan :

Tempat menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung. Para pengunjung tentu membutuhkan tempat yang nyaman untuk menikmati santapan sambil menikmati udara segar dengan *view* yang memanjakan mata. Itulah sebabnya Kedai Taman Langit ini mengusung tema akrowisata. Letaknya yang strategis dengan *view* utama ke kawasan pantai senggigi mendukung pengusahaan tema tersebut.⁷⁰

3. *Price* (harga)

Selain menyiapkan di tempat, Kedai Taman Langit juga menerima pesanan atau orderan yang datang dari luar. Dengan bermodal media sosial, Kedai Taman Langit tidak jarang menerima jasa pesan antar.

⁶⁹ Syarif, *Wawancara*, 03 Agustus 2022

⁷⁰ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

Harga yang ditentukan sesuai seberapa banyaknya pesanan atau seberapa banyaknya pembelian.

Terkait harga, Bapak syarif juga menjelaskan :

Untuk harga, kami memasang tarif harga standar dan terjangkau. Usaha yang kami kelola adalah berbasis pesantren, maka pengunjung yang datang bukan hanya dari masyarakat tetapi juga para santri. Sedikit tapi barokah, sedikit tapi banyak pengunjung adalah prinsip usaha kami. Kami berusaha bagaimana kedai ini dapat bertahan seoanjang waktu, jangan sampai terhenti di tengah jalan.⁷¹

4. *Promotion* (promosi)

Promosi ini dilakukan dari mulut ke mulut. Misalkan saja ketika ada acara di Pondok Pesantren, tim Usaha Kedai Taman Langit yang didukung oleh para pengurus Pesantren memperkenalkan usaha yang dirintis. Selain itu, tim Kedai Taman Langit juga mempromosikan usahanya melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *whatsapp* dan aplikasi media sosial lainnya sesuai kebutuhan.

Terkait promosi, Ibu Samira menjelaskan :

Awal merintis usaha, kami terus mencari peluang berupa kepercayaan dan minat dari masyarakat seara luas. Kami tidak pernah berhenti menyuarakan kemanana dan kenyamanan para pengunjung yang datang ke tempat kami. Selain tempat yang nyaman, kami juga terus berinovasi dengan produk sesuai kebutuhan pengunjung setiap harinya.⁷²

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, dari berbagai menu yang disiapkan Kedai Taman Langit, yang paling menjanjikan adalah usaha sate rembiga. Banyak pengunjung yang makan siang

⁷¹ Syarif, *Wawancara*, 03 Agustus 2022

⁷² Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

dengan menu tersebut. Kemudian usaha lainnya adalah menu kopi dan gorengan. Resoles merupakan produk sendiri yang dibuat oleh pesantren.⁷³

Ibu Hj. Fauziah juga menjelaskan :

Strategi pemasaran yang digunakan dari mulut ke mulut maupun media social. Dalam hal ini, kualitas dan rasa diharapkan menjadi daya tarik terhadap konsumen. Produk berupa makanan diproduksi sendiri. Harganya seperti biasa dengan harga standar. Sedangkan cara pendistribusian bias makan di tempat dan bisa dipesan antar.⁷⁴

B. Tantangan Pengelolaan Usaha

Pasar global sub-kontak SDM kreatif belum dirasakan penuh oleh pekerja-pekerja kreatif di Indonesia. Kendala yang dihadapi SDM kreatif Indonesia saat ini ada 3 bagian besar yaitu :⁷⁵

1. SDM kreatif berbasis artistik belum memahami konteks kreativitas di era industri kreatif secara menyeluruh. Sehingga masyarakat melihat dunia artistik sebagai dunia yang eksklusif dan tidak merakyat.
2. SDM kreatif berbasis non-artistik (sains dan teknologi) terlalu mikroskopis dalam melihat keprofesiannya sehingga kadang terlalu mekanistik dalam berfikir, sehingga kurang inovatif. Dalam bekerja orang-orang ini lebih termotivasi bekerja pada perusahaan-perusahaan besar yang membuat mereka tenggelam dalam rutinitas sehari-hari dan memiliki keterbatasan dalam mengekspresikan kreativitas yang ada dalam diri.

⁷³ Kedai Taman Langit, *Observasi*, 31 Juli 2022

⁷⁴ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

⁷⁵ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 285.

3. SDM kreatif berbasis artistik maupun yang non-artistik kekurangan sarana untuk bereksperimen dan berekspresi sehingga hasil karya mereka masih kurang kreatif dan kurang inovatif. Akibatnya industri lokal dan internasional belum melihat kepentingan yang besar untuk mengadopsi ide-ide baru dari mereka. Melihat kondisi seperti ini, maka diperlukan penanaman pola pikir kreatif yang lebih kontekstual dan diterapkan disegala sisi kehidupan, baik dari sisi pendidikan, budaya maupun motivasi kewirausahaan.

Lembaga pendidikan seharusnya mengarah kepada sistem pendidikan yang dapat menciptakan :

1. Kompetensi yang kompetitif. Sesuai namanya, kompetensi membutuhkan latihan, sehingga sektor pendidikan harus memperbanyak kegiatan orientasi lapangan, eksperimentasi, riset dan pengembangan serta mengadakan proyek kerja sama multidisipliner yang beranggotakan berbagai ilmunan, sains, teknologi dan seni.

2. Intelegensia multidimensi: teori-teori intelegensia saat ini telah mengakui pula bahwa tidak hanya kecerdasan rasional (IQ) yang menjadi acuan tingkat pencapaian manusia, tetapi manusia juga memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ).⁷⁶

Kendala berarti faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sasaran, kekuatan yang memaksa pembatalan pelaksanaan. Tantangan atau kendala merupakan sesuatu yang bisa

⁷⁶ Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif*, 287

menghambat jalannya aktifitas/kegiatan operasional usaha Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek, bisa jadi faktor itu datang dari dalam dan luar Pondok Pesantren itu sendiri. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Samira selaku pengelola, mengatakan :

Pada awal-awalnya, kami memperkenalkan Taman Langit sebagai tempat liburan dengan konsep *City Light* menemukan banyak kendala, diantara kendala tersebut adalah menemukan tim kerja yang sesuai dengan visi, misi dan rencana kerja yang dapat menunjang seluruh aktivitas di Kedai Taman langit tersebut, termasuk manajemen keuangan dan SDM nya. Kami sudah bertekad untuk membuktikan dan menjadikan Kedai Taman langit mampu *survive* dan terus berinovasi.⁷⁷

Bapak Syarif juga mengatakan ;

Dari waktu ke waktu, persaingan pasar semakin ketat. Apalagi sekarang , nayak pelaku usaha baru yang menggeluti usaha yang sama. Banyak pula kedai atau kafe baru hadir meramaikan usaha ekonomi kreatif dengan tema yang tidak kalah bagus. Oleh karena itu, kami terus berusaha menjadikan kedai Tamana Langit tetap ramai pengunjung. Kami tetap mempromosikan baik secara *offline* maupun *online*.⁷⁸

Berdasarkan hasil observasi mengenai kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha di Kedai Taman Langit adalah belum adanya perencanaan yang pasti mengenai pemasaran dimasa yang akan datang, usaha yang sedang dijalankan hanya mengikuti kebutuhan konsumen, belum berani mengambil resiko misalkan saja dalam menentukan harga masih naik turun karena harga ditentukan sesuai dengan seberapa banyak konsumen yang datang berkunjung.⁷⁹

⁷⁷ Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

⁷⁸ Syarif, *Wawancara*, 03 Agustus 2022

⁷⁹ Kedai Taman Langit, *Observasi*, 05 Agustus 2022

Hasil wawancara dan observasi tersebut menunjukkan gambaran kendala atau tantangan bagi Kedai Taman Langit. Di awal berdirinya, sudah menjadi hal yang lumrah dialami oleh semua usaha seperti Kedai Taman Taman Langit yang dikelola sebagai unit usaha milik Pondok Pesantren Al-Aziziah Kapek Gunungsari, mencari dan menemukan solusi menjadi langkah strategis yang harus dipikirkan dan terus dilakukan oleh pengelola dan tim Kedai Taman Langit untuk mengatasi masalah dalam upaya menjalankan unit usaha ini, kesemuanya diidentifikasi secara *komprehensif* dan penuh ketelitian demi mengharapkan hasil yang sesuai dengan target yang sudah ditentukan.

BAB IV

DAMPAK PENGELOLAAN USAHA PESANTREN BERBASIS EKONOMI KREATIF DI PONDOK PESANTREN AL-AZIZIYAH KAPEK GUNUNGSARI

Industri kreatif merupakan industri yang menggunakan sumber daya terbarukan, yang dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan, tidak hanya ditinjau dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi ditinjau juga dari dampak positif yang ditimbulkan terutama bagi peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan inovasi dan kreativitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya.⁸⁰

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan berbasis keislaman memberikan pengajaran ilmu agama sebagai kajian utama. Di masyarakat, masih ada anggapan santri hanya bisa membaca kitab kuning dan ceramah saja sehingga sulit mendapatkan pekerjaan. Pesantren memiliki karakteristik dengan kajian-kajian keislaman, namun kini sudah semakin berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi serta arus kontemporer dalam memberdayakan santri-santrinya, salah satunya adalah kewirausahaan sebagai upaya pelatihan santri untuk dapat merespons kehidupan di masyarakat dan mampu menciptakan lapangan kerja sendiri dengan bekal yang dimiliki.⁸¹

Salah satu jiwa yang diajarkan pondok kepada para santrinya adalah kemandirian. Untuk mengupayakan tujuan tersebut, maka dalam

⁸⁰ Basri, *Rumah Ekonomi*, 258

⁸¹ Kholifatul Husna Asri, Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0. *ALIF*, 1(1), 2022 : 17

pembiayaan pengelolaan pondok pun tidak bergantung pada pihak lain termasuk donatur. Pondok Pesantren Darussalam telah melakukan berbagai upaya untuk menuju kemandirian sejak awal berdiri. Upaya tersebut dimaksudkan untuk dapat berdiri mandiri dalam mengelola aset pondok dan untuk mengelola keberlangsungan program pendidikan dan pengajaran serta demi kesejahteraan seluruh penghuni Pondok Pesantren.

Terkait dampak pengelolaan usaha pesantren, Ibu Samira memaparkan :

Tolak ukur yang menjadi standar atas keberlangsungan dari unit usaha milik ponpes Al-Aziziyah ini adalah meningkatnya omset yang diperoleh. Pencapaian penjualan dikontrol di setiap bulan yakni pada tanggal 30 dan 31. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menentukan langkah strategis pengembangan dan evaluasi. Sejauh ini, omset perbulannya sudah mencapai 100 juta rupiah yang diperoleh dari penjualan makanan dan minuman saja, sedangkan parkir dikelola oleh BUMDES Desa Bengkaung.⁸²

Pesantren harus berperan aktif dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di segala bidang. Hal ini sebagai upaya yang dilakukan agar keberadaan pondok pesantren tetap relevan dengan perkembangan masyarakat, tidak mengalami aliensi dan diintegrasikan dengan dinamika kehidupan sosial. Terdapat tiga fungsi utama yang dipegang oleh pondok pesantren, yaitu sebagai *centre of excellence*, pengkaderan para ulama atau pemikir agama, *human resources*, sebagai pencetak sumber daya manusia, dan *agent of development*, sebagai pemilik kekuatan dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat.⁸³

⁸² Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

⁸³ Asri, *Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 19

Terkait hal tersebut, Ibu Hj. Fauziah mengatakan :

Pondok pesantren bukan hanyasebagai lembaga pendidikan yang mengajar ngaji Al Quran dan kitab saja namun juga melaksanakan pengembangan kewirausahaan kepada santri, hal ini dilakukan karena kami melihat bahwa santri memiliki banyak potensi yang luar biasa dan ini menjadi bekal jika santri tersebut telah selesai di pesantren.⁸⁴

Bapak Syarif juga menegaskan bahwa “ini sangat penting bagi santri, siapa tahu setelah selesai pesantren, dia akan membangun bisnisnya sendiri di rumah, dengan segala bekal yang dimiliki.”⁸⁵

Kegiatan kewirausahaan di pesantren sebagai upaya menjawab keraguan masyarakat yang mungkin masih belum mengenai sistem dan karakter di pesantren, yang hanya menganggap lembaga pendidikan keislaman. Pemberdayaan kewirausahaan di pondok pesantren memiliki prinsip dasar yang harus dilaksanakan, diantaranya, pertama mendorong santri agar termotivasi, kedua menciptakan peluang atau kesempatan berbisnis bagi santri dan menguntungkan, ketiga memfokuskan pada kompetensi keahlian diantaranya *social skill, industrial skill, organizational skill and strategic skill*. Oleh sebab itu, pesantren harus mampu melihat tantangan, peluang dan memahami akan potensi pesantren dalam memberdayakan santri.⁸⁶

Terkait hal tersebut, Ibu Hj. Fauziah juga mengatakan :

Pondok Pesantren sekarang ini mengalami pergeseran nilai yang luar biasa khususnya berkaitan dengan dunia pekerjaan. Jika dahulu

⁸⁴ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

⁸⁵ Syarif, *Wawancara*, 03 Agustus 2022

⁸⁶ Purwana dan Wibowo, *Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 22

pesantren dianggap tabu jika berbicara tentang pekerjaan atau urusan duniawi apalagi sampai mengembangkan kewirausahaan, maka sekarang ini pengembangan kewirausahaan di lingkungan pesantren sudah menjadi keniscayaan atau kebutuhan apalagi jika hal ini dikaitkan dengan pendidikan pesantren yang mengedepankan kemandirian, kerja keras, disiplin dan jujur. Semua nilai-nilai pendidikan yang dikembangkan pesantren tersebut merupakan jiwa dalam berwirausaha.⁸⁷

Ibu Samira juga mengatakan :

Dengan adanya ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Aziziyah ini, dapat mendidik kewirausahaan para santri dan menambah omset pesantren sehingga pesantren dapat semakin menambah kesejahteraan bagi para penghuni pesantren, terutama para tenaga pendidik dan kependidikan. Program pesantren juga dapat dijalankan dengan baik tanpa menunggu donatur.⁸⁸



Perpustakaan UIN Mataram

⁸⁷ Hj. Fauziah, *Wawancara*, 26 Juli 2022

⁸⁸ Samira, *Wawancara*, 20 Juli 2022

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama: Pengelolaan unit usaha Pondok Pesantren Al-Aziziyah berbasis ekonomi kreatif telah terbentuk berupa kedai Taman Langit dengan mengusung konsep ekowisata dengan tema *City Light* dapat dikatakan cukup bagus dan telah maju. Hal ini didukung dengan strategi dan tata kelola usaha yang baik. Strategi yang digunakan adalah pemberdayaan media sosial, infrastruktur yang baik, melibatkan komunitas fotografer sebagai tim promosi serta mendapatkan dukungan dari para *stake holder*.

Kedua : Peluang yang kuat dalam memajukan usaha di Kedai Taman Langit adalah dengan menganalisis dan memperhatikan empat hal, yaitu produk, tempat, promosi dan harga. Sedangkan kendala atau tantangan yang dihadapi adalah belum adanya perencanaan yang pasti mengenai pemasaran dimasa yang akan datang, usaha yang sedang dijalankan hanya mengikuti kebutuhan konsumen, belum berani mengambil resiko terkait harga.

Ketiga : Dampak dari pengelolaan usaha berbasis ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek adalah menciptakan lapangan pekerjaan, menambah omset pondok pesantren, mencetak para santri

yang mandiri, jujur, disiplin, kreatif dan bertanggung jawab. Yang paling utama adalah unit usaha yang dikelola menambah nilai plus bagi kemajuan dan pengembangan pondok pesantren.

B. Saran-saran

Dari hasil penelitian ini yang merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif yang menggunakan identifikasi dan analisis data dalam strategi pengelolaan unit usaha yang maju dan berkembang. Gempa tahun 2018 dan Pandemi Covid 19 setidaknya menjadi penghalang utama untuk usaha berkembang, hal itu tercermin dari merosot dan banyaknya tempat usaha yang tutup yang diakibatkan oleh bencana alam tersebut. Namun hal berbeda terlihat dari strategi yang pengelolaan yang dilakukan Ibu Samira dan Tim taman langit yang layak untuk di contoh.

Oleh karena itu, dengan penelitian ini besar harapan saya untuk memberikan manfaat dan sumbangsih untuk memberikan pencerahan terkait strategi dan tata kelola unit usaha di ponpes-ponpes di NTB secara khusus dan Indonesia secara umum, sehingga didapatkan kemandirian perekonomian yang dimiliki oleh Lembaga Pendidikan setingkat Pondok pesantren.

Untuk ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek ini, diharapkan terus dapat mengembangkan produksi yang lebih menarik perhatian konsumen dengan mebuat kreasi-kreasi baru dengan memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, K. H. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0. *ALIF*, 1(1), 17-26.
- Assauri, S. 2013. *Strategic Management Sustainable Copetitive Avantages*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara 2015.
- Afiff, *Pilar Pilar Ekonomi Kreatif, Artikel*. Universitas Bina Nusantara: Jakarta
- Baba, R., Baruwadi, M., & Boekoesoe, Y. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee Di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Agrinesia: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(2), 116-124.
- Basri, M. C. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Budio, S. B. S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 56-72.
- Daryanto, S. S. (1997). Kamus bahasa Indonesia lengkap. *Surabaya: Apollo*, 122, 123.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- Elka, Mari Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Cetak Biru Ekonomi Kreatif* (Departemen Perdagangan Republik Indonesia: 2016)
- Elka, Mari Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. (Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Departemen Perdagangan Republik Indonesia 2015)
- Faozan, A. (2006). "Pondok Pesantren dan Pemberdayaan Ekonomi", *Ibda': Jurnal Studi Islam dan Budaya*, Vol 4, No. 1, 2006, 88-102.
- Fedora, S. D., & Hudiyono, R. F. (2019). Analisis Pemangku Kepentingan (Stakeholder) pada Unit Hubungan Masyarakat (Humas) dan Kesekretariatan PT Semen Padang. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 2(1).

- Hafidhuddin, D. (2003). *Manajemen syariah dalam praktik*. Gema Insani.
- Halim, A. (2005). *Manajemen pesantren*. Pustaka Pesantren.
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan usaha kuliner home industri sebagai peluang kaum perempuan menuju industri kreatif. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 101-116.
- Harmaizar, Z. (2008). *Menangkap peluang usaha*.
- Hj. Nurul Yakin, *Metode Penelitian*, Mataram IAIN, 2009.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rieneka cipta, Cet V, 2006.
- Kamaluddin, U. A. (2009). *Etika Manajemen Islam*, Bandung: CV. *Pustaka Setia*.
- Manullang, M. (1990). *Dasar-Dasar Manajemen*, cetakan 14. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Martoyo, S. (1988). *Pengetahuan Dasar Manajemen dan Kepemimpinan*. Yogyakarta: *BPFE*, 72.
- Maulana, A. S., Anisa, A., & Sari, Y. (2019). Pusat Kegiatan Komunitas Fotografi dengan Pendekatan Simbolik di Jakarta. *PURWARUPA Jurnal Arsitektur*, 3(1), 15-22.
- Moelyono, M. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*.
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, Prosiding Senadimas Ke-4, Tahun 2019
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, prosiding senadimas ke-4, tahun 2019
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, prosiding senadimas ke-4, tahun 2019
- Nurmilah, R., Anggraeni, L., & Novianti, T. (2016). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Sukabumi (Creative Economy Development Strategy in Sukabumi). *Jurnal UMMI: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Teknologi*, 10(3), 98-113.

- Pangestu, M. E. (2008). *Pengembangan ekonomi kreatif indonesia 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI)
- Pascasuseno, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Yogyakarta: Bedah Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2009)
- Rahardjo, M. D. (2021). Pergulatan Dunia Pesantren membangun dari bawah.
- Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media , 2016)
- Render,B dan Jay, H. 2001. Prinsip-prinsip Manajemen Operasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohmah, U. (2017). *Analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi pada industri anyaman bambu desa tulungagung kecamatan gadingrejo Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Saifuddin, F. (1998). Pesantren dan Penguatan Basis Pedesaan” dalam Saifullah Ma’shum. *Dinamika Pesantren (Telaah Kritis Keberadaan Pesantren Saat Ini)*.
- Siswanto, B. T., Sudira, P., & Suyanto, W. (2013). Pengembangan Higher Order Skills Four Cs (HOS4C) Pendukung Industri Kreatif. *Laporan Penelitian*.
- Suharsimi, A. (2010). Prof. Dr. *Prosedur Penelitian*, cet. 14 Rineka Cipta Jakarta
- _____ (1988). *Pengelolaan Kelas dan siswa*. CV Rajawali. Jakarta.
- Sule, E. T. (2009). Kurniwan Saefullah, pengantar manajemen. *Jakarta: Kencana Perdana Media Goup*.
- Suryorini, A., & Sumardjoko, B. (2019). Pemberdayaan Masjid sebagai Fungsi Sosial dan Ekonomi bagi Jamaah Pemegang Saham Unit Usaha Bersama. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, 19(2), 163-178.
- Syafri, S. (1996). Manajemen Kontemporer. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Tisnawati. E.S dan Kurniawa. S. 2019. Pengantar Manajemen. Bandung. Kencana

- Umar, H. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Wardani, S. K. (2012). *Pola Jaringan Komunikasi dalam Komunitas Fotografi (Studi pada Anggota Blitarian Fotografi Club di Blitar)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Zuanita Adriyani, *Membangun Jiwa Enterpreneurship Santri Melalui Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif*, Journal DIMAS – Volume 18, Nomor 1, Mei 2018



Perpustakaan UIN Mataram



Perpustakaan UIN Mataram



**PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK BARAT
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jalan : TGH. Lopan No. 238 - Labuapi Telpun : (0370) 623874
E-mail : dpm_ptsp_lobar@yahoo.com

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN LOMBOK BARAT
NOMOR : 503.A2/ 139 / 23 /DPM-PTSP-LB/ II / 2021 .**

**TENTANG
IZIN MENDIRIKAN BANGUNAN**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

- Menimbang** : a. Bahwa untuk melaksanakan Pengarahan, Perencanaan dan Penataan lahan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Tata Bangunan dan Lingkungan, serta pengendalian dan Pengawasan terhadap pembangunan dan atau Bangunan-Bangunan, maka dipandang perlu adanya Izin Mendirikan Bangunan yang ditetapkan dengan Keputusan Kepala Dinas;
b. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud huruf a perlu menetapkan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat tentang Izin Mendirikan Bangunan.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung;
2. Undang-Undang nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal;
3. Undang-Undang nomor 26 Tahun 2007 tentang Tata Ruang;
4. Undang-Undang nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik;
6. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
7. Peraturan Kepala BKPM Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016, tanggal 20 Juli 2016, tentang Pedoman dan Tata Cara Perizinan dan Fasilitas Penanaman Modal;
8. Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Barat Nomor 10 Tahun 2011 tentang Retribusi Perizinan Tertentu;
9. Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Barat Nomor 11 Tahun 2011 tentang Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lombok Barat;
10. Peraturan Daerah No. 1 Tahun 2014, tentang Bangunan Gedung;
11. Peraturan Bupati Lombok Barat Nomor 5 Tahun 2016 tentang Zonasi Ketinggian Bangunan Gedung;
12. Peraturan Bupati Lombok Barat Nomor 26 Tahun 2020 tentang Pedoman Penerbitan Izin Mendirikan Bangunan Bagi Bangunan Dalam Sempadan pantai, Jalan, Sungai Dan Atau Sempadan Irigasi;
13. Peraturan Bupati Lombok Barat Nomor 54 Tahun 2020 tentang Perubahan Tarif Retribusi Izin Mendirikan Bangunan.
- Memperhatikan** : 1. Peraturan Bupati Lombok Barat Nomor 51 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu satu Pintu Kabupaten Lombok Barat;
2. Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat Nomor : 503.A140/12/DPM-PTSP-LB/2021, tanggal 14 Januari 2021 tentang Izin Penggunaan dan Pemanfaatan Tanah Untuk Pembangunan RESTORAN;
3. Izin Lingkungan Nomor :135/15/DPM-PTSP-LB/II/2021, tanggal 9 Februari 2021;
4. Pengesahan Gambar dan Advice Planning dari Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Lombok Barat Nomor: 600/210/PUTR-LB/05/2020, tanggal 27 Nopember 2020;
5. Surat Permohonan HJ. FUZIYATI MUSTHOFA Nomor : Lepas, tanggal 10 Januari 2021.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- KESATU** : Memberikan Izin kepada
Nama/Jabatan : HJ. FUZIYATI MUSTHOFA / PEMILIK
Nama Perusahaan/Instansi : -
A l a m a t : Ponpes Al-Aziziyah Kapek, Desa Gunungsari, Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Lombok Barat.
- Untuk mendirikan bangunan berupa :
Jenis Bangunan : RESTORAN
Lokasi Bangunan : Dusun Bunian, Desa Bangkaung, Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat.
Luas Bangunan : 421,28 m² (Lantai 2).
- KEDUA** : Pemegang izin dalam melakukan kegiatan membangun harus mematuhi segala ketentuan teknis yang berkaitan dengan Izin Mendirikan Bangunan ini dan Melaksanakan arahan teknis TKPRD.
- KETIGA** : Biaya Retribusi Izin Mendirikan Bangunan : Rp. 10.967.527,28,-
Terbilang : Sepuluh juta sembilan ratus enam puluh tujuh ribu lima ratus dua puluh tujuh rupiah dua puluh delapan sen.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Labuapi
Pada tanggal, 11 Februari 2021



- Tembusan :**
1. Bupati Lombok Barat.
 2. Kepala BAPPEDA Kabupaten Lombok Barat.
 3. Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Lombok Barat.
 4. Kepala Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Lombok Barat.



**PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK BARAT
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jalan : TGH. Lapan No. 238 - Labuapi Telpon : (0370) 623874
E-mail : dpm_ptsp_lobar@yahoo.com

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN LOMBOK BARAT**

NOMOR : 660 / 135 / 15 / DPM-PTSP-LB / II / 2021

TENTANG

**IZIN LINGKUNGAN
RESTAURANT TAMAN LANGIT**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN LOMBOK BARAT,**

- Menimbang** :
- Bahwa permohonan Izin Lingkungan untuk Pembangunan Restaurant Taman Langit yang diajukan oleh HJ. FUZIYATI MUSTHOFA selaku PENANGGUNGJAWAB, Nomor : LEPAS, Tanggal 09 Februari 2021, yang berlokasi di Dusun Burian Desa Bengkung Kecamatan Bahuleyar Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat sudah memenuhi syarat sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku;
 - Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud huruf a, perlu ditetapkan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat, tentang Izin Lingkungan.
- Mengingat** :
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
 - Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2012 tentang Izin Lingkungan;
 - Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor p 26/MenL/HK/Sejen/Kum.17/2018 tentang Pedoman Penyusunan dan Penilaian Serta Pemeriksaan Dokumen Lingkungan Hidup Dalam Pelaksanaan Pelayanan Perizinan;
 - Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Barat Nomor 3 Tahun 2013 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
 - Peraturan Bupati Kabupaten Lombok Barat Nomor 23 Tahun 2018 tentang Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Upaya Pemertanian Lingkungan Hidup, dan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemertanian Lingkungan Hidup;
- Memperhatikan** :
- Peraturan Bupati Lombok Barat Nomor 51 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat;
 - Rekomendasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Lombok Barat Nomor : 660/572/ADLH.LBR/2021 Tanggal 09 Februari 2021. Kegiatan Pembangunan Restaurant Taman Langit

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- KESATU** :
- Memberikan Izin Lingkungan kepada:
- Nama/Jabatan : HJ. FUZIYATI MUSTHOFA / PENANGGUNGJAWAB
 Nama Perusahaan : RESTAURANT TAMAN LANGIT
 Alamat Perusahaan : Dusun Burian Desa Bengkung Kecamatan Bahuleyar
 Jenis Usaha/Kegiatan : Pembangunan Restaurant Taman Langit
 Alamat Usaha : Dusun Burian Desa Bengkung Kecamatan Bahuleyar, Kabupaten Lombok Barat.
- KEDUA** :
- Ruang lingkup Usaha / Kegiatan dalam Izin Lingkungan ini meliputi Usaha / Kegiatan
- KETIGA** :
- Pemegang Izin sebagaimana dikatan KESATU berkewajiban :
- Meleaksanakan program Pengelolaan Lingkungan dan Pemertanian Lingkungan, sesuai dengan Dokumen Lingkungan yang telah disusun;
 - Mengajukan permohonan perubahan Izin lingkungan apabila terjadi perubahan atas rencana usaha dan/atau kegiatannya;
 - Menyampaikan laporan pelaksanaan Program sesuai dengan Dokumen Lingkungan yang telah disusun setiap 6 (enam) bulan sekali sejak dilaksanakannya Keputusan ini kepada Bupati melalui Dinas Lingkungan Hidup;
 - Apabila dalam pelaksanaan usaha dan/atau kegiatan timbul dampak lingkungan hidup yang dikelola, penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melaporkan kepada instansi yang berwenang.
- KEEMPAT** :
- Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dan Izin Lingkungan berakhir bersamaan dengan berakhirnya Izin Usaha dan/atau Kegiatan.

Ditetapkan di Labuapi
Pada tanggal, 09 Februari 2021



- Tembusan :**
- Bupati Lombok Barat di Gerung
 - Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Lombok Barat di Gerung
 - Peringgal



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK BARAT
BADAN PENDAPATAN DAERAH

Jl. Soekarno - Hatta, No. 3 Giri Menang - Gerung

NPWPD : 2.0000967.0760.10.09

PAJAK RESTORAN

KEDAI TAMAN LANGIT

Jl Bunian

DESA BENGKAUNG

KECAMATAN BATU LAYAR

Tanggal terdaftar :

2 SEPTEMBER 2020

LOMBOK BARAT UNGGUL, MANDIRI, SEJAHTERA DAN BERMARTABAT DILANDASI NILAI PATUT PATUH PAT JU LOMBOK BARAT U



