ANTARADHIN
Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer

Vol. 5. No. 1 (2024) 33-46		E-ISSN: 2774-6992 P-ISSN: 2774-6720
Published online on the journal's website: http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/antaradhin		

Model Pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Lingkungan Pondok Pesantren Cipansor

Wildan Moh. Fauzi Permana; Solihah Sari Rahayu; Raden Nurhayati
Institut Agama Islam Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Indonesia
Email: wildanmohfauzi@gmail.com

Abstract

The government regulates Micro, Small and Medium Enterprises in the 1945 Constitution, especially article 33 which states that "The economy is structured as a joint venture based on the principle of kinship." Micro, Small and Medium Enterprises are business groups that depart from the work and initiatives carried out by the community by taking advantage of potential and opportunities that are considered capable of providing a source of income for themselves and the surrounding business groups. This study aims to describe the management model of Micro, Small and Medium Enterprises in the Cipansor Islamic Boarding School, including the existence of micro, small and medium enterprises, marketing strategies, business management, mapping of business product potential, and obstacles faced by micro, small and medium business actors. The results of this study show that the MSME management model at the Cipansor Islamic Boarding School has unique characteristics that combine Islamic values with modern business practices. Effective marketing strategies, structured business management, and diverse business potential are important factors in the development of MSMEs in Islamic boarding schools. The obstacles faced need to be overcome through various efforts such as training, mentoring, and cooperation with related parties.

Keywords: MSME Management Model of Cipansor Islamic Boarding School, Marketing Strategy, Business Management, Business Potential

Absktrak

Pemerintah mengatur Usaha Mikro Kecil Menengah dalam UUD 1945, khususnya pasal 33 yang menyatakan bahwa "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan." Usaha Mikro Kecil Menengah adalah kelompok usaha yang berangkat dari karya dan prakarsa yang dilakukan oleh masyarakat dengan memanfaatkan potensi dan peluang yang dianggap mampu memberikan sumber pendapatan bagi dirinya dan kelompok usaha di sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan model pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah di lingkungan Pondok Pesantren Cipansor, termasuk bagaimana eksistensi usaha mikro kecil menengah, strategi pemasaran, manajemen bisnis, pemetaan potensi produk usaha, dan kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro kecil menengah. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Model pengelolaan UMKM di Pondok Pesantren Cipansor memiliki karakteristik unik yang memadukan nilai-nilai keislaman dengan praktik bisnis modern. Strategi pemasaran yang efektif, manajemen bisnis yang terstruktur, dan potensi usaha yang beragam menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM di pesantren. Kendala yang dihadapi perlu diatasi melalui berbagai upaya seperti pelatihan, pendampingan, dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait.

Kata Kunci: Model Pengelolaan UMKM Pondok Pesantren Cipansor, Strategi Pemasaran, Manajemen Bisnis, Potensi Usaha.

PENDAHULUAN

Pemerintah mengatur Usaha Mikro Kecil Menengah dalam UUD 1945, khususnya pasal 33 yang menyatakan bahwa "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan." Usaha Mikro Kecil Menengah adalah kelompok usaha yang berangkat dari karya dan prakarsa yang dilakukan oleh masyarakat dengan memanfaatkan potensi dan peluang yang dianggap mampu memberikan sumber pendapatan bagi dirinya dan kelompok usaha di sekitarnya.[1]

Usaha Mikro Kecil Menengah dianggap memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia karena sebagian besar usaha di Indonesia adalah usaha kecil yang banyak menyerap tenaga kerja. Namun, perkembangan signifikan dari sisi kuantitas belum diiringi dengan perkembangan dari segi kualitas.[2]

Usaha Mikro Kecil Menengah memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor dan sebagai subkontraktor yang menyediakan berbagai input bagi usaha yang berskala besar sekaligus sumber inovasi. Meningkatnya pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia ternyata cukup di dominasi oleh industri makanan dan minuman.Sejak beberapa tahun lalu, perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan.Industri restoran dan rumah makan hingga saat ini masih diyakini sebagai slaah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun demikian dalam periode yang sama banyak restoran yang gulung tikar, karena tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Sukses dibidang makanan dan minuman tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya.[3]

Pondok Pesantren merupakan salah unit pengelola pendidikan yang menyelenggarakan pembelajaran secara mandiri dan memiliki pola pengembangan sendiri, seperti: tanah dan bangunan merupakan asset wakaf, menyelenggarakan manajemen keuangaan dan usaha secara mandiri, memenuhi keperluan santri secara mandiri. Dengan demikian, usaha-usaha kecil dan menengah menjadi bagian dari penyelenggaraan pesantren yang menopang keberlangsungan kehidupan aspek ekonomi.[4]

Pondok Pesantren Cipansor adalah salah satu Pondok Pesantren Modern yang terletak di Jl. Malambong Kp. Nyalindung RT/RW 01/01 Desa Buniasih Kec. Kadipaten Kab. Tasikmalaya, Lembaga pendidikan Islami dengan visi “Mencetak Generasi Qur’ani Yang Cerdas Dan Mandiri” yang sudah berdiri sejak tahun 1911. Pondok Pesantren Cipansor sebagai salah satu sarana pendidikan saat ini mulai mengembangkan potensinya di bidang ekonomi dengan mendirikan sentra-sentra usaha. Sebagian besar usaha yang dimiliki oleh pesantren adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM). Pondok pesantren Cipansor sudah mempunyai UMKM yang berjalan yang dikelola untuk menambah pendapatan keuangan pesantren selain dari biaya pendidikan santri, diantaranya:

---

[1] Marlina, “Potensi pesantren dalam pengembangan ekonomi Syariah”, *Jurnal hukum islam JHI Vol 1 juni 2014*, 117.

[2] Tambunan, “*Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*”, Jakarta:Salemba 2002.

[3] Muzafar,*"Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Studi Deskriptif"*, (Bandung: Manajemen 2013).

[4] Avrizal , Haryadi, and Syurya Hidayat, Analisis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Pondok Pesentren Di Kota Jambi, "*Jurnal Paradigma Ekonomika'*, Dilihat dalam <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i2.11821>.

Pertama, Cipansor Mart, Cipansor Mart adalah salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah yang diimiliki oleh Pesantren Cipansor yang berperan untuk memenuhi kebutuhan warga pesantren dalam kehidupan sehari-hari semisal kebutuhan makanan, kebutuhan mandi, dan juga kebutuhan santri dalam proses belajar. Cipansor mart berdiri pada tahun 2020 dengan awal dibuat karena supaya para santri tidak belanja keluar area pesantren.

Kedua, Warkop Cipansor, Selain Cipansor Mart yang menunjang kebutuhan sehari-hari di Pondok Pesantren Cipansor Warkop Cipansor juga berperan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam aspek kuliner siap saji. *Ketiga*, Air Galon isi ulang, Pondok pesantren cipansor juga sudah memiliki Usaha mikro Kecil Menengah Air Galon isi ulang yang memanfaatkan adanya mata air alami di daaerah pesantren air mineral siap saji yang diproduksi oleh pondok pesantren cipansor untuk memenuhi kebutuhan minum warga pesantren dan juga masyarakat sekitar.[5]

Model Pengelolaan di lingkungan Pesantren Cipansor ini terbilang cukup unik karena Pesantren Cipansor ini mengatur model alat tukar ciri khas pesantren yang hanya berlaku di lingkungan pondok pesantren cipansor maka dari itu setiap pelaku UMKM di lingkungan Pesantren Cipansor maupun konsumen dari para santri dan warga pesantren diwajibkan untuk melakukan transaksi alat tukar melalui koin khas pesantren karena disini ada sifat *simbiosis mutualisme* yang mana pelaku UMKM meraup keuntungan dari warga pesantren dan santri hanya bisa melakukan transaksi kepada UMKM yang ada lingkungan pesantren saja dan keuntungan yang didapat dari pesantren dari penukaran uang koin dengan uang sah negara dengan persentase 2%.

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. 1 Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.[6] Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia.[7]

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif, yang fokus pada pengumpulan dan penyajian data dalam bentuk kata-kata dan gambar. Data berupa kata-kata diorganisir dalam kalimat, seperti hasil wawancara antara peneliti dan partisipan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena dari sudut pandang partisipan, yang merupakan individu yang terlibat dalam wawancara, observasi, dan memberikan data, pendapat, pemikiran, serta pandangan mereka. Penelitian kualitatif dijelaskan sebagai jenis penelitian di mana temuan tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau penghitungan formal

[5] Pesantren Cipansor, dikutip dari https://pesantrencipansor.com/, diakses tanggal 12 juni 2018.

[6] Sudarwan Danim, Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), Cet. I, 51.

[7] Lexy. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), 3.

lainnya.[8]

Jenis penelitian ini menjelaskan dan menggambarkan Model Pengelolaam UMKM di linkungan Pondok Pesantren Cipansor dalam model pengelolaan dan manajemen bisnis, melibatkan berbagai aspek strategis pemasaran. Pondok Pesantren Cipansor ini berkontribusi dalam memberikan dukungan finansial, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM di wilayah Pesantren.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui kegiatan tanya jawab atau komunikasi secara langsung antara peneliti dengan responden untuk mendapatkan informasi yang belum diperoleh. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.[9]

Dalam penelitian observasi dilakukan sebagai langkah awal untuk mendapatkan gambaran masalah yang akan diangkat dalam karya tulis ini. Pengamatan dilakukan di lokasi, dengan fokus melihat kontribusi Pondok Pesantren Cipansor dalam memajukan usaha mikro, kecil di Kecamatan Kadipaten.

Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi terutama berupa gambar yang diambil untuk mengabadikan kejadian-kejadian penting selama berlangsungnya penelitian, baik saat observasi maupun saat wawancara dengan yayasan atau warga pesantren. Gambar-gambar ini menjadi bukti visual yang dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung dan menguatkan temuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

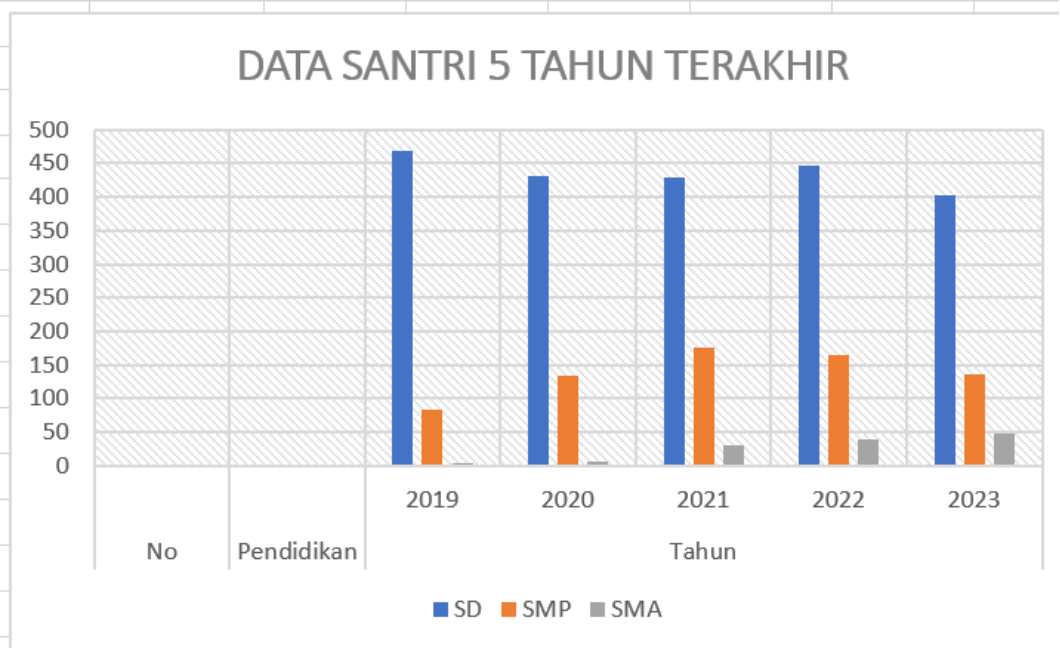
Deskripsi Singkat Pondok Pesantren Cipansor

Pondok Pesantren Cipansor adalah salah satu Pondok Pesantren Modern yang terletak di Jl. Malambong Kp. Nyalindung RT/RW 01/01 Desa Buniasih Kec. Kadipaten Kab. Tasikmalaya, Lembaga pendidikan Islami dengan visi “Mencetak Generasi Qur’ani yang cerdas dan mandiri” yang sudah berdiri sejak tahun 1911. Pondok pesantren Cipansor dari data pesantren yang diambil dari 5 tahun terakhir 2019-2023 memiliki 3.000 jumlah santri dari tingkat SD, SMP dan SMA. Satuan Pendidikan Pesantren Cipansor dari data 5 tahun terakhir jumlah santri yang berada di Pendidikan Pesantren Cipansor mengalami naik turun, dengan jumlah keseluruhan santri pesantren cipansor adalah 3000 jiwa yang terdiri dari 1703 jiwa laki-laki dan 1297 jiwa perempuan.

[8] Warul Walidin, Saifullah, dan Tabrani, “Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory”, (Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015), 77.

[9] Newman “Metedologi Penelitian Sosial”, *Pendekatan kualitatif dan kuantitatif,* (Jakarta, 4 November 2013), 3.

Sumber: Hasil Penelusuran Diolah



Dan dari data yang diambil juga santri yang berada di Pendidikan Pesantren Cipansor bukan hanya dari asal Daerah yang berada di sekitaran Pesantren saja ada juga yang dari luar kota, Bisa dilihat Gambar dibawah ini:



Sumber : Hasil Penelusuran Diolah

Pondok Pesantren Cipansor, seperti banyak pesantren lainnya, memiliki santri yang berasal dari berbagai daerah, tidak hanya dari daerah sekitar pesantren. Hal ini menunjukan bahwa Pesantren Cipansor memiliki daya tarik yang luas dan dikenal di berbagai wilayah. Biasanya, keberagaman asal daerah santri di pesantren dapat mengindikasi beberapa hal:

a. Reputasi dan Kualitas Pendidikan: Pesantren yang memiliki santri dari berbagai daerah cenderung memiliki reputasi yang baik dalam hal kualitas pendidikan dan pengajaran agama, sehingga menarik perhatian dari berbagai tempat.
b. Program dan Fasilitas: Pesantren yang menawarkan program-program khusus, fasilitas yang baik, atau metodologi pengajaran yang unik dapat menarik santri dari berbagai daerah.

c. Koneksi dan Jaringan: Jaringan alumni atau hubungan yang baik dengan komunitas di berbagai daerah juga bisa mempengaruhi asal daerah santri.
d. Kemudahan Akses dan Biaya: Pertimbangan biaya dan kemudahan akses juga berperan dalam keputusan santri untuk memilih pesantren, terutama bagi mereka yang datang dari daerah yang jauh.

Informasi ini juga dapat menunjukkan bahwa Pesantren Cipansor memiliki sistem penerimaan dan pelayanan yang baik bagi santri dari luar daerah, serta mendukung keberagaman dan inklusi dalam komunitasnya.

Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah di lingkungan pondok pesantren Cipansor

Setelah melalui penelitian terhadap beberapa pelaku UMKM antara lain:

a. Cipansor Mart

Dengan adanya Cipansor Mart Seluruh Warga Pesantren dan para santri ikut terbantu dalam kebutuhan sehari-hari nya dan juga para warga pesantren dan santri banyak berbelanja ke toko Cipansor Mart. Namun meskipun demikian, Menurut Bapak Rasyid yang mengelola Cipansor Mart adaa beberapa juga UMKM lainnya yang menjadi opsi untuk warga dan para santri berbelanja, Cipansor Mart juga tidak hanya dikhusus kan untuk warga pesantren dan santri saja tetapi juga diperuntukan untuk masyarakat umum melakukan transaksi melalui Uang sah Negara jadi Cipansor Mart ini bisa melakukan dua transaksi pembayaran yang pertama melalui Uang Koin Pesantren dan yang kedua menggunakan Uang Sah Negara. Selama 4 tahun berdiri banyak orang tua santri yang berkujung ke pesantren dan masyarakat umum juga sering berbelanja dan sudah mengetahui adanya Cipansor mart ini.

b. Warkop Cipansor

Selain adanya Cipansor Mart, Pesantren Cipansor juga mempunyai UMKM lainnya yaitu Warkop Cipansor yang sudah berdiri selama 4 tahun sama halnya dengan Cipansor Mart, Warkop Cipansor juga konsumen nya dari Warga Pesantren dan santri yang sering berbelanja ke Warkop Cipansor yang dikelola oleh Bapak Asep, Bukan hanya warga pesantren dan santri saja yang sering berbelanja ke Warkop Cipansor ini ada juga dari orang tua siswa santri SD yang tidak menetap di pesantren ketika ingin menjemput anaknya mereka berbelanja ke Warkop Cipansor , Untuk Masyarakat Umum itu kurang yang berbelanja ke Warkop Cipansor karena dari kondisi yang mungkin kalah saing dengan Usaha Mikro Kecil Menengah Masyarakat umum yang ada di sekitaran Pesantren.

c. Air Galon isi ulang

Pondok Pesantren Cipansor juga sudah memliki UMKM yang berdiri nya sudah cukup lama sekitar 10 tahun yaitu UMKM Air Galon isi ulang yang dikelola oleh Bapak Anang Kosim. Menurut Bapak Anang Air Galon isi ulang ini sebagai pemasok utama Warga Pesantren dan Santri untuk kebutuhan minum nya, jadi para Warga Pesantren dan Santri meminum dari Air Galon yang dikelolah olehnya, Berbeda dengan UMKM yang ada di lingkungan pesantren cipansor lainnya konsumen yang berbelanja bukan hanya dari warga pesantren dan santri saja banyak juga dari masyarakat umum yang mengisi air galon dan ada juga konsumen yang menjual belikan lagi, Untuk Eksistensi Air Galon isi ulang ini sudah menyebar luas bukan hanya dari masyarakat sekitar pesantren saja ada juga dari kampung tetangga.

Potensi usaha yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di lingkungan Pondok

Pesantren Cipansor.

1. Cipansor Mart

Menurut Bapak Rasyid sebagai pengelola UMKM Cipansor Mart kekuatan dalam usaha toko Cipansor Mart ini. Bekerja sama dengan pihak pesantren melalui model alat transaksi nya, yang dimana ini ciri khas dari UMKM kami bisa melayani konsumen dengan transaksi melalui uang koin atau uang sah negara, dan untuk kelemahanya Cipansor Mart belum bisa menjamin kebutuhan warga pesantren dan santri menyeluruh karena masih kurang bekerja sama dengan pemasok untuk kebutuhan disini, Namun halnya demikian Dengan hanya ada satu toko saja di area pesantren yakni toko yang kami kelola, Kami dapat memanfaatkan keadaan untuk meningkatkan omset kami dengan menyediakan segala kebutuhan santri dan para warga sekitar pesantren yang tidak tersedia di UMKM sekitar pesantren lainnya.

b. Warkop Cipansor

Menurut Bapak Asep kekuatan dalam usaha bidang kuliner ini. Bahan baku yang relatif mudah ditemui dan menyediakan makanan siap saji jadi bisa langsung dinikmati dan untuk kelemahannya untuk bahan baku yang selalu naik harga nya dan juga kalau semisal ga habis itu selalu basi makanan yang dijual nya, Selain dari pengolahan langsung oleh Bapak Asep yang buat makanan siap saji, Warkop Cipansor juga menyediakan penitipan bagi UMKM luar yang ingin menitipkan usaha nya di UMKM yang Bapak Asep kelola.

c. Air Galon isi ulang

Menurut Bapak Anang Kosim Kekuatan dalam UMKM yang dikelolanya Mata air yang ada di pesantren cipansor yang tidak pernah surut dan juga air merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, Untuk kelemahan dari UMKM ini Persaingan yang semakin banyak di daerah kami dan juga kekurangan personil untuk mendistribusikan kepada konsumen yang rumahnya jauh dari UMKM yang saya kelola ucap Bapak Anang Kosim. Selain dari Air galon isi ulang Bapak Anang Kosim pun menyediakan Gas Lpg isi ulang untuk memanfaatkan potensi usaha yang ada di lingkung Pondok Pesantren Cipansor.

5. Upaya pelaku UMKM di Pondok Pesantren Cipansor dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dalam manajemen bisnis.

a. Cipansor Mart

Menurut Bapak Rasyid Cipansor Mart merupakan UMKM yang langsung dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Cipansor, Tentu saja pesantren ikut membantu untuk kemajuan UMKM yang saya kelola selain dari diwajibkan para santri membeli ke toko Cipansor Mart, Cipansor Mart pun diberikan pelatihan tata cara mengelola UMKM ini, Untuk Strategi pemasaran saat ini Cipansor Mart hanya menunggu para konsumen yang ada, jadi untuk kedepan nya Cipansor akan membuat sosial media untuk mengenalkan bahwa di pesantren cipansor itu ada toko swalayan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari, dan Strategi yang dikembangkan yakni dengan mengisi barang di toko yang sekiranya dibutuhkan oleh para warga dan santri di pesantren.

b. Warkop Cipansor

Seluruh UMKM di pesantren Cipansor dibantu dalam pengembangan usaha yang dikelola dan juga diberikan pelatihan untuk memajukan UMKM yang dikelolanya, Dan Strategi yang di kembangkan saat ini melakukan sistem *delivery order* jadi para santri bisa membeli makanan dan nanti diantarkan ke asrama nya, Untuk saat ini Bapak Asep berusaha

untuk meningkatkan usaha yang dikelolanya dengan target konsumen bukan hanya dari warga pesantren dan santri saja tetapi masyarakat sekitar juga.

c. Air Galon isi ulang

Menurut Bapak Anang Kosim pihak pesantren ikut andil dalam pengembangan UMKM ini dan juga mempromosikan UMKM yang kami kelola kepada masyarakat umum, Untuk saat ini strategi yang dilakukan tetap menjalankan sistem *delivery order* jadi para konsumen hanya tinggal menelepon saja jiga ingin membeli air galon isi ulang, Dan Terus mencari konsumen yang lebih banyak untuk meningkatkan penjualan usaha air galon ini supaya target pemasaran nya bukan hanya masyarakat yang di daerah sekitar pesantren saja.

Pembahasan

1. Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah di Pondok Pesantren Cipansor

Berdasarkan hasil penelitian diketahui jumlah UMKM yang sudah ada di pesantren cipansor berjumlah 3 sektor usaha dan eksistensi UMKM di lingkungan Pondok Pesantren Cipansor dalam memperkenalkan UMKM yang mereka kelola agar tidak hanya bisa dinikmati oleh warga pesantren dan santri saja dengan cara memperkenalkan kepada masyarakat umum.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Wirdan (2023) di Yayasan Pesantren Kh. Muhammad Syawir Dahlan. Peran yayasan dapat membantu meningkatan perekonomian di pesantren seperti peminjaman dan pemberian modal usaha melalui koperasi yayasan.[10]

Menurut Teguh Sulistia Untuk meningkatkan penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ada beberapa strategi yang bisa diterapkan antara lain :

a. Penguatan branding dan pemasaran

Pengembangan Identitas Brand seperti logo dan nama desain logo yang profesional dan mudah diingat dan melakukan pemasaran digital seperti buat konten yang menarik seperti foto, dan video yang relavan dengan produk atau layanan usaha.

b. Peningkatan kualitas produk

Pastikan produk memenuhi standar kualitas yang konsisten dan lakukan pemeriksaan kualitas yang berkala.

c. Kolaborasi dan kemitraan

Cari mitra yang memiliki visi dan tujuan yang sejalan dengan bisnis usaha. Pertimbangkan mitra dari sektor yang saling melengkapi atau memiliki audiens yang relavan.

d. Pelayanan pelanggan yang unggul

Pastikan pelanggan dapat dengan mudah mengakses produk atau layanan baik secara online atau oflfine.

e. Promosi atau diskon

Berikan diskon pada periode tertentu seperti diskon akhir tahun, diskon Ramadan, atau hari besar agama.

f. Edukasi dan pelatihan karyawan

Tetapkan tujuan pelatihan yang jelas sesaui dengan kebutuhan organisasi dan karyawan.

[10] Wirdan, "Eksistensi Yayasan Pesantren KH. Muhammad Syawir Dahlan dalam mengembangkan usaha ekonomi mikro dikota Pangkaje'ne dan Kepulauan", 30 Desember 2023.

Dioperasionalkan pada kegiatan ekonomi yang dijalankan.[11]

Eksistensi adalah proses dinamis, menjadi atau mengada. Hal ini sesuai dengan kata eksistensi itu sendiri *exsistere* berarti keluar dari, melampaui atau mengatasi. Eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti melaikan lentur dan mengalami perkembangan atau kemunduran tergantung kemampuan aktualisasi diri atau potensi yang dimiliki oleh UMKM agar keberadaan UMKM memberi arti kepada masyarakat sekitar.

Dari uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa cara eksistensi usaha mikro kecil menengah di lingkungan pondok pesantren cipansor berhasil dalam cara mengeksistensikan UMKM yang mereka kelola dan memiliki cara agar terus berupaya memperkenalkan usaha usaha yang dijalankan di pondok pesantren cipansor. Untuk meningkatkan Eksistensi penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ada beberapa strategi yang bisa diterapkan:

a) Penguatan Branding dan Pemasaran**:** Membangun citra merek yang kuat dan konsisten, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Ini bisa termasuk penggunaan media sosial, promosi daring, atau kerjasama dengan influencer yang relevan.
b) Peningkatan Kualitas Produk atau Layanan**:** Memastikan produk atau layanan UMKM memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Mengumpulkan umpan balik dari pelanggan dan terus-menerus melakukan perbaikan produk atau layanan.
c) Ekspansi Pasar**:** Mengidentifikasi peluang pasar baru atau segmentasi pasar yang lebih luas. Ini bisa melalui pengembangan produk baru atau adaptasi produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan segmen pasar yang berbeda.
d) Kolaborasi dan Kemitraan**:** Berkolaborasi dengan perusahaan lain, baik sebagai mitra pemasaran, distribusi, atau dalam bentuk kemitraan strategis untuk mencapai pasar yang lebih besar.
e) Optimasi Penjualan Online**:** Memanfaatkan platform e-commerce dan pasar digital untuk meningkatkan aksesibilitas produk UMKM. Ini termasuk membangun toko online, berpartisipasi dalam marketplace besar, dan menggunakan strategi SEO yang tepat.
f) Pelayanan Pelanggan yang Unggul**:** Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan solutif terhadap masalah pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendatangkan ulasan positif.
g) Penyediaan Diskon dan Promosi**:** Menawarkan diskon atau promosi khusus untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan pembelian ulang dari pelanggan yang sudah ada.
h) Analisis Data dan Strategi Berbasis Data**:** Mengumpulkan data tentang perilaku pelanggan, tren pasar, dan kinerja produk untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan. Dengan demikian, UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam merancang strategi penjualan.

[11] Harahap, Solehuddin, Dafiar Syarief, ”jurnal model dan strategi pengembangan bisnis”, *jurnal model dan strategi pengembangan bisnis pondok pesantren modern subulussalam padang pariaman*, vol. 19, 2016.

i) Partisipasi dalam Pameran dan Event**:** Menghadiri pameran dagang, event komunitas, atau festival lokal untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jaringan.
j) Edukasi dan Pelatihan Karyawan**:** Melatih karyawan tentang keterampilan penjualan, layanan pelanggan, dan manajemen inventaris untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan.

Dengan demikian, keberadaan UMKM di Pesantren Cipansor sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan pembangunan komunitas lokal sejalan dengan Hadist Nabi Dari Abu Hurairah Ra, Rasulullah Saw Bersabda: " Barangsiapa melepaskan satu kesulitan dunia dari seorang mukmin, maka Allah akan melepaskan darinya satu kesulitan pada hari kiamat. Barangsiapa memudahkan orang yang sedang kesulitan, maka Allah akan memudahkan baginya di dunia dan akhirat. Barangsiapa menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutupi aibnya di dunia dan akhirat. Allah akan senantiasa menolong seorang hamba, selama hamba tersebut menolong saudaranya." (HR. Muslim) dan peraturan UMKM di Indonesia tentang Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial: Undang-undang ini mengatur tentang penyelenggaraan kesejahteraan sosial oleh pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Fokusnya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup, mengatasi kemiskinan, dan memberikan perlindungan sosial bagi kelompok rentan.

2. Potensi Usaha Mikro Kecil Menengah di lingkungan Pondok Pesantren Cipansor

Berdasarkan hasil penelitian diketahui para pelaku UMKM juga memanfaatkan potensi usaha di lingkungan pondok pesantren dengan melakukan inovasi untuk meningkatkan pendapatan selain dari UMKM yang mereka kelola.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh fathudin (2022) di Pesantren Az-zainiyah. Pelaku UMKM di wilayah Az-Zainiyah bertahan bahkan usahanya mengalami peningkatan karena mereka menetapkan strategi pemasaran yaitu dilihat dari produk, harga, tempat dan promosi.[12]

Menurut Nurlida dan Sinuraya (2020) potensi internal UMKM yaitu terdiri dari jumlah UMKM yang besar dapat mengembangkan usaha dalam skema rantai nilai dan pasok sehingga effisien sistem produksi dan pemasaran yang ditingkatkan, Stuktur organisasi karakteristik pengelolaan yang fleksibel sehingga memberikan kemudahan, UMKM menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang dapat terjangkau oleh masyarakat.[13]

Potensi UMKM menurut UU No 20 tahun 2008 yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan mengurangi angka kemiskinan sedangkan menurut peraturan mentri koperasi dan UMKM Indonesia No. 07/PER/M.KUKM/VII/2015, Potensi dan peluang UMKM ditunjukan oleh perannya sumber pendapatan masyarakat, kebutuan barang dan jasa domestik, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka

[12] Siti Ruqyyah, Fathudin, Saefuddin, " Pelaku UMKM dipondok Pesantren", *Jurnal Fenomenologis terhadap pandemi effect.*

[13] Citra Dwi Anggraeni, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui inovasi produk", Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi.[14]

Berdasarkan pembahasan diatas pelaku UMKM yang berada di lingkungan pondok pesantren cipansor harus terus meningkatkan pendapatan, dan terus berinovasi dengan melihat kebutuhan dari para konsumen yang ada. Usaha Mikro Kecil Menengah di Pesantren memiliki potensi usaha yang bisa dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan lokal antara lain :

a) Kuliner dan Makanan: Menyediakan layanan katering untuk acara-acara seperti pernikahan, ulang tahun, dan rapat perusahaan dan juga produksi makanan olahan seperti keripik, kue, roti, samabal, dan makanan beku.
b) Kerajinan Tangan: Membuat dan menjual produk-produk souvenir dan oleh-oleh khas daerah dan Menghasilkan produk kreatif dari bahan-bahan daur ulang seperti plastik, kertas , dan kain bekas.
c) Fashion dan Aksesoris: Produksi dan penjualan pakaian seperti batik, kebaya, dan pakaian muslim.
d) Edukasi dan Pelatihan: Menyediakan layanan bimbingan belajar untuk siswa SD, SMP, dan SMA, serta menjalankan kursus keterampilan seperti bahasa asing dan komputer.
e) Transportasi: Menawarkan jasa rental mobil, motor, atau sepeda untuk kebutuhan wisata atau transportasi sehari-hari.
f) Pariwisata: Menawarkan paket tur dan wisata, termasuk wisata alam, wisata budaya, dan wisata edukasi.

Dengan Memanfaatkan potensi-potensi ini, Usaha Mikro Kecil Menengah dapat meningkatkan daya saing, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Dengan adanya potensi usaha yang besar, penulis menyayangkan belum adanya bantuan dari pemerintah yang memadai untuk pengembangan potensi tersebut, sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat belum maksimal, dikarenakan :

a) Kurangnya Akses Pembiayaan: Banyak pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam mengakses pembiayaan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka. Meskipun ada program kredit dari pemerintah, proses pengajuannya seringkali rumit dan persyaratannya sulit dipenuhi oleh UMKM kecil.
b) Minimnya Pelatihan dan Pendidikan: Pelaku usaha seringkali tidak memiliki akses ke pelatihan dan pendidikan yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam manajemen, pemasaran, dan teknologi. Hal ini membatasi kemampuan mereka untuk mengoptimalkan potensi usaha mereka.
c) Kurangnya Infrastruktur Pendukung: Infrastruktur seperti jalan, listrik, dan internet yang tidak memadai dapat menghambat pertumbuhan usaha. Di banyak daerah, khususnya di wilayah pedesaan, akses terhadap infrastruktur dasar ini masih menjadi masalah besar.
d) Regulasi dan Birokrasi yang Kompleks: Proses perizinan yang rumit dan regulasi yang sering berubah dapat menjadi hambatan bagi pengusaha kecil untuk menjalankan dan

[14] Indupurnahayu, Muhammad Fahrudin Salafah, Miranti, "Potensi dan Peluang UMKM Terhadap Pemulihan Ekonomi di Kota Bogor pada Era Pandemi Covid-19", *Jurnal Covid-19 Potensi dan Peluang UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi.*

mengembangkan usahanya. Birokrasi yang berbelit-belit seringkali menambah beban operasional mereka.

e) Akses Pasar yang Terbatas: Banyak UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka, baik di pasar lokal maupun internasional. Kurangnya pengetahuan tentang cara memasuki pasar baru dan bersaing dengan produk yang sudah ada menjadi kendala utama.
f) Kurangnya Dukungan Teknologi: Pemanfaatan teknologi yang masih minim di kalangan UMKM membuat mereka sulit untuk bersaing di era digital ini. Dukungan teknologi, seperti e-commerce, pemasaran digital, dan manajemen bisnis berbasis teknologi, sangat penting untuk pengembangan usaha.

3. Upaya pelaku UMKM di Pondok Pesantren Cipansor dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dalam manajemen bisnis

Berdasarkan hasil penelitian pelaku usaha mikro kecil menengah di lingkungan pondok pesantren cipansor terus mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dalam manajemen bisnis melalui penjualan *delivery order*

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Citra Dwi Anggraeni tentang strategi pengembangan UMKM melalui inovasi produk. Dan juga sejalan secara teoritis tentang Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah berbasis daya saing, dan strategi yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu perusahaan.

Menurut Terry (2004) pengembangan dan strategi pemasaran harus melihat dari *planing*, *organizing*, *actuating*, *controlling* dan menurut Albert S. Humphrey strategi pemasaran juga harus menganalisis dari *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* analisis swot mampu menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas mutu pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.[15]

Dalam UUD No 20 Tahun 2008 Pasal 1 Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk pertumbuhan iklim dan pengembangan terhadap Usaha mikro kecil dan menengah sehingga mampu dan tumbuhdan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.[16]

Berdasarkan pembahasan diatas, disarankan agar pelaku UMKM terus mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran usaha nya agar terus berkembang lebih pesat lagi dan terciptanya pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Untuk meningkatkan pelaku usaha, terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), beberapa langkah yang dapat diambil antara lain:

a) Pemberian Pelatihan dan Pendampingan: Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha dalam hal manajemen usaha, pemasaran, keuangan, dan teknologi agar mereka dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengelola usaha .

[15] Muzafar,*"Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Studi Deskriptif"*, (Bandung: Manajemen 2013).

[16] Wirdan, "Eksistensi Yayasan Pesantren KH. Muhammad Syawir Dahlan dalam mengembangkan usaha ekonomi mikro dikota Pangkaje'ne dan Kepulauan", 30 Desember 2023.

b) Akses Keuangan yang Mudah: Memfasilitasi akses pelaku usaha ke sumber pendanaan yang mudah dan terjangkau, seperti kredit usaha mikro, program bantuan modal, atau koperasi untuk membantu dalam pengembangan usaha .
c) Penguatan Jaringan dan Kolaborasi: Mendorong pelaku usaha untuk berkolaborasi dengan pelaku usaha lain, pemerintah, dan lembaga terkait untuk memperluas jaringan, berbagi pengalaman, dan mendapatkan informasi yang berguna untuk pengembangan usaha .
d) Dukungan Teknologi dan Inovasi: Mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi dan inovasi dalam proses produksi, pemasaran, dan manajemen usaha guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha mereka.[17]

Dengan implementasi langkah-langkah tersebut, diharapkan pelaku usaha, terutama UMKM, dapat meningkatkan kualitas usaha mereka, memperluas pasar, dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

SIMPULAN

Eksistensi Usaha Mikro Kecil Menengah di lingkungan Pondok Pesantren Cipansor menunjukkan peran penting dalam mendukung perekonomian dan keberlangsungan pesantren. UMKM di lingkungan pesantren ini fokus pada produk atau jasa yang berkaitan dengan kebutuhan komunitas pesantren, seperti makanan, minuman, dan peralatan pendidikan. dan keberadaan UMKM di lingkungan Pondok Pesantren Cipansor memberikan mafaat pertama peningkatan ekonomi lokal, pengembangan keterampilan, dan kemandirian ekonomi. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dapat memanfaatkan potensi usaha yang ada seperti Memproduksi makanan dan minuman khas yang sesuai dengan selera dan kebutuhan lokal, seperti cemilan tradisional, makanan olahan bahan lokal, dan minuman herbal dengan memanfaatkan potensi ini UMKM di Pondok Pesantren Cipansor bisa mengoptimalkan sumber daya loal dan meningkatkan perekonomian di pesantren. Upaya pelaku Usaha mikro kecil menengah di Pondok Pesantren Cipansor dalam mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran yang efektif seperti Pemanfaatan media sosial dan digital, kolaborasi dengan pesantren, pemasaran berbasis kebutuhan lokal, peningkatan kualitas dan inovasi produk dengan mengimplementasikan strategi ini, Pelaku UMKM di Pondok Pesantren Cipansor dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan mendongkrak pertumbuhan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Avrizal , Haryadi, and Syurya Hidayat, Analisis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Pondok Pesentren Di Kota Jambi, *"Jurnal Paradigma Ekonomika"*, 2020.

Dwi, Citra Anggraeni, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui inovasi produk", Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Danim, Sudarwan, Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002. J, Lexy Moleong,

[17] Putu Krisna Adwitya Sanjaya Dan I Putu Nuratama," *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*", (Gowa : CV. Cahaya Bintang Cemerlang, 2017), Hal 16

Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.

Harahap, Solehuddin, Dafiar Syarief, ”jurnal model dan strategi pengembangan bisnis”, *jurnal model dan strategi pengembangan bisnis pondok pesantren modern subulussalam padang pariaman*, vol. 19, 2016.

Indupurnahayu, Muhammad Fahrudin Salafah, Miranti, “Potensi dan Peluang UMKM Terhadap Pemulihan Ekonomi di Kota Bogor pada Era Pandemi Covid-19”, *Jurnal Covid-19 Potensi dan Peluang UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi.*

J, Lexy Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.

Muzafar,"*Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Studi Deskriptif*", Bandung: Manajemen 2013.

Marlina, “Potensi pesantren dalam pengembangan ekonomi Syariah”, *Jurnal hukum islam JHI*, Vol 1, 2014.

Newman “Metedologi Penelitian Sosial”, *Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*, (Jakarta, 4 November 2013).

Pesantren Cipansor, https://pesantrencipansor.com/, 12 juni 2018.

Tambunan, “*Usaha Kecil dan Menengahdi Indonesia: Beberapa Isu Penting*”, Jakarta:Salemba

Walidin, Warul, Saifullah, dan Tabrani, “Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory”, Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015.

Wirdan, “Eksistensi Yayasan Pesantren KH. Muhammad Syawir Dahlan dalam mengembangkan usaha ekonomi mikro dikota Pangkaje’ne dan Kepulauan”, 30 Desember 2023.