

PENGEMBANGAN UNIT USAHA IBBIEN STORE MELALUI MATRIX TOWS

Muhamad Robbi Shodikin

Institusi Agama Islam Bani Fattah Jombang
robbisodikin63@gmail.com

Abstract: The context of the research raised is How is the Development Strategy of the Ibbien Store Business Unit of Bumi Damai Al Muhibbin Islamic Boarding School Tambak Beras Jombang and How is the Impact of Implementing the Development Strategy of the Ibbien Store Business Unit of Bumi Damai Al Muhibbin Islamic Boarding School Tambak Beras Jombang. This research uses a qualitative approach with a descriptive design to examine the Development Strategy of the Ibbien Store Business Unit of Bumi Damai Al Muhibbin Islamic Boarding School in Tambak Beras Jombang. Researchers act as the main instrument, collecting data through observation, interviews, and documentation.

The results showed that the Ibbien Store development strategy at Pondok Pesantren Bumi Damai Al Muhibbin Tambak Beras Jombang through TOWS analysis showed a significant positive impact. First, the SO strategy helps Ibbien Store capitalize on strengths such as caregiver information and free shipping policies to attract customers and expand the market. Credit offers and affordable prices also increase consumer purchasing power. Second, the ST strategy uses internal strengths to deal with external threats, such as price flexibility and sales skills that respond to negative feedback and maintain the company's

reputation. Third, the WO strategy utilizes opportunities to overcome weaknesses, such as increasing product innovation through market feedback and collaboration with local communities for labor and distribution solutions. Fourth, WT strategies focus on reducing weaknesses and avoiding threats, such as member training to improve skills, market research to understand consumer trends, and development of efficient delivery services.

Keywords: Development Strategy, Business Unit, and Islamic Boarding School.

PENDAHULUAN

Kegiatan berwirausaha merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok untuk meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan. Saat ini, negara membutuhkan banyak pengusaha baru guna memperkaya ekonomi masyarakat. Pentingnya berwirausaha bukan hanya sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup secara individual, melainkan juga sebagai faktor peningkatan kualitas hidup bersama masyarakat dan bangsa.¹

Pendidikan berwirausaha menjadi inovasi baru dalam berbagai bidang pendidikan, baik yang formal maupun informal, untuk meningkatkan minat terhadap dunia usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan, para calon wirausaha diharapkan dapat mandiri dalam menjalankan usaha mereka, sehingga mampu menyerap tenaga kerja dan mengembangkan potensi ekonomi, yang pada gilirannya akan membantu meningkatkan keuangan pesantren. Pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam, memiliki kontribusi yang signifikan dalam pembangunan bangsa, khususnya dalam aspek ekonomi, karena nilai-nilai agama yang dianutnya telah terbukti memiliki hubungan yang kuat dengan kewirausahaan.²

Pesantren mengajarkan pedoman hidup yang menekankan pentingnya moralitas agama, yang dihayati dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain sebagai lembaga pendidikan, pesantren

1 Nur Alifiyah, "Strategi Pengembangan Usaha Melalui Bisnis Model Canvas Kerajinan Pondok Pesantren Al-Falah Ploso, Mojo, Kediri", *Journal Of Sharia Management And Business*, Vol. 2, No. 1, April 2022. Doi: [Http://Ejournal.Iainmadura.Ac.Id/Index.Php/Jmsb/Article/View/5176](http://Ejournal.Iainmadura.Ac.Id/Index.Php/Jmsb/Article/View/5176).

2 Maya Silvana dan Deni Lubis, "Faktor yang Mempengaruhi Kemandirian Ekonomi Pesantren (Studi Pesantren Al-ittifaq Bandung)", *Jurnal Kemandirian Ekonomi*, vol. 9, No. 2, (Bogor: 2021), h. 131, <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jalmuzaraah/article/view/33101>.

juga berperan dalam bidang sosial dan keagamaan, sehingga menjadi wujud nyata dari upaya pemerintah dalam membentuk karakter yang unggul. Seperti yang tercantum dalam Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017 tentang Penguatan Pendidikan Karakter, pemerintah mengakui pentingnya memperkuat nilai-nilai karakter untuk mewujudkan bangsa yang berbudaya, yang mencakup nilai-nilai religius, kejujuran, toleransi, disiplin, kerja keras, kreativitas, kemandirian, demokrasi, semangat kebangsaan, cinta tanah air, apresiasi terhadap prestasi, kemampuan berkomunikasi, perdamaian, kegemaran membaca, kesadaran lingkungan, kepedulian sosial, dan tanggungjawab.³

Dalam era modern, pesantren dihadapkan pada tuntutan untuk tetap relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini mendorong pesantren untuk tidak hanya fokus pada pendalaman ilmu agama, tetapi juga mengembangkan potensi ekonominya.⁴ Penelitian menunjukkan bahwa pesantren yang berhasil mengintegrasikan unit-unit usaha mampu meningkatkan relevansinya dalam masyarakat.⁵ Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk memanfaatkan potensi ekonomi yang dimilikinya, seperti aset-aset ekonomi, ajaran agama, dan ikatan antara kyai, santri, keluarga santri, dan masyarakat sekitar.⁶

Inovasi dalam pengembangan unit-unit usaha di pesantren menjadi kunci untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian santri serta alumni, sehingga mereka dapat bersaing di dunia luar pesantren.⁷ Dengan menyadari bahwa masyarakat pesantren merupakan konsumen primer, pembentukan unit usaha oleh pesantren menjadi strategi yang penting untuk memaksimalkan peluang tersebut.⁸ Potensi lahan tempat dan budaya lokal dapat menjadi modal utama dalam pengembangan unit usaha di pesantren.⁹

3 Peraturan Pemerintah No. 87 Tahun 2017 Tentang Penguatan Pendidikan Karakter.

4 Lami.D (2019), menejermen badan usaha milik pesantren (BUMP) mala kul huda kajianpati jurnal iqtisad, 6 (2),197-223.

5 Prasetyo, M. A. (2017). Manajemen Unit Usaha Pesantren. Hikmah, 6 (1), 19-36

6 Lami.D (2019), menejermen badan usaha milik pesantren (BUMP) malakul huda kajianpati jurnal iqtisad,"

7 Fatony. (2021). "Inovasi dalam Pengembangan Potensi Pesantren: Studi Kasus di Pondok Pesantren X"

8 Prasetyo, M. A. (2017). Manajemen Unit Usaha Pesantren. Hikmah, 6 (1), 19-36.

9 Triyawan, et al. (2019). "Strategi Pengembangan Unit Usaha di Pondok Pesantren: Studi Kasus Pondok Pesantren Y". Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam, 7(1), 30-45.

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dalam penelitian ini peneliti mengkaji kasus yang terjadi di Unit Usaha ibbien Store Pondok Pesantren Bumi Damai Al Muhibbin Tambak Beras Jombang Informasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini didasarkan pada metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti mendapatkan pemahaman yang jelas tentang bagaimana strategi pengembangan Unit Usaha melalui Matrix TOWS ibbien Store serta dampak pengembangan Unit Usaha melalui Matrix TOWS ibbien Store.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pondok Pesantren Bumi Damai Al-Muhibbin

Bumi Damai Al-Muhibbin adalah salah satu unit dari Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang yang didirikan oleh Almagfullah KH. Moh. Djamaluddin Ahmad, beliau adalah salah satu menantu dari alm. KH. Abdul Fattah Hasyim, pendiri Madrasah Mu'allimin Mu'allimat Atas (MMA). Pada awalnya dengan bermodalkan sebidang tanah pemberian dari mertua, beliau membangun rumah yang cukup sederhana dan sebuah kamar di bagian depan.

Selang beberapa waktu mulai datang santri yang berkeinginan untuk ikut mengabdikan pada beliau, dan lama kelamaan kamar tersebut tidak lagi cukup menampung para santri, untuk itu beliau membuat local kecil dengan ukuran 4 x 6 m². Seiring dengan bertambah pesatnya jumlah santri Pondok Pesantren Bahrul Ulum, semakin banyak pula santri yang nyantri pada Almagfullah KH. M. Djamaluddin Ahmad, dan dalam waktu singkat kamar yang ada tidak dapat mampu lagi menampung santri, untuk itu beliau membangun asrama dengan membuat dua lokal di atas rumah beliau dan satu lokal di lantai bawah, dan mulai saat itulah beliau memberi nama asrama ini dengan nama "Al-Muhibbin" yaitu orang-orang yang dicintai oleh Allah SWT. Dalam hal ini Pengasuh Pesantren memiliki keinginan atau do'a agar santri yang menuntut ilmu di Pesantren al-Muhibbin selalu dicintai Allah SWT dalam segala hal.

Karena lokasi yang ada di lingkungan Pondok Induk Bahrul Ulum dirasa sempit sehingga tidak memungkinkan lagi untuk mengembangkan asrama guna menampung jumlah santri yang semakin lama semakin bertambah maka Almagfullah KH. M. Djamaluddin Ahmad beserta Ibu Nyai Hj. Churriyah mencoba mengembangkan Al-Muhibbin dengan membeli sebidang tanah yang

berada + 500 meter di sebelah selatan pondok Induk Bahrul ulum dengan luas + 1 hektar. Pada tahun 1992 M dimulailah pembangunan pondok Pesantren Al-Muhibbin di lokasi yang baru dengan mendirikan sebuah masjid dengan ukuran 25x 25 m² sembilan buah kamar untuk domisili para santri. Pada tahun 1994 M, tepatnya tanggal 28 Rajab 1415 H. Al-Muhibbin diresmikan di lokasi yang baru dan baru diberi nama “Bumi Damai Al-Muhibbin”.¹⁰

Unit-unit usaha di pondok pesantren al-Muhibbin Tambakberas Jombang

Unit usaha merupakan salah satu bangunan yang penting di pondok pesantren karena adanya unit usaha bertujuan untuk memenuhi kebutuhan santri. Adapun unit-unit usaha yang berada dibawah naungan pondok pesantren al-Muhibbin Tambakberas Jombang:

Ibbien store

Dalam hal ini *ibbien store* merupakan salah satu unit usaha yang ada di pondok pesantren al muhibbin. Yang mana sudah berjalan semenjak adanya covid 19 dan secara struktural pondok dinamakan dengan departemen Ekonomi kreatif bumi damai al-muhibbin namun lebih dikenal dengan *Ibbien Store*. *Ibbien Store* mempunyai program yang bertujuan untuk kemaslahatan umat atau masyarakat sekitar. Kemudian *ibbien store* membawahi beberapa unit usaha seperti *ibbien mart*, *ibbien cafe*, *ibbien kantin*, dan *ibbien food*. 1) *Ibbien Mart* merupakan sebuah toko ritel yang menjual berbagai barang kebutuhan sehari hari para santri seperti jajan snack, minuman kemasan alat tulis, peralatan mandi, pakaian santri dan perlekaapan tidur sesuai eceran. 2) *Ibbien cafe* merupakan unit usaha ritel yang menjual makana makana kebutuhan santri seperti gorengan, bakso, mie ayam, nasi bungkus minuman *minuman* dan menu menu yang ada di cafe luar pondok. 3) *Ibbien kantin* merupakan salah satu unit usaha yang menjual makana dan minuman secara ritel antara lain: gorengan, jajan snack, pop mie, nasi bungkus titipan masarakat sekitar. 4) *Ibbien pustaka* ialah unit usaha yang menjual buku buku dan kitab kitab karangan almarhum KH. Moch. Djamaludin Ahmad. mulai dari ritel maupun grosir. Dan berlokasi depan ribat al maliki. 5) *Ibbien food* Dalam hal ini *Ibbien Food* merupakan sebuah unit usaha pemasaran produk-produk UMKM masyarakat sekitar Pondok Bumi Damai Al-

10 Hasil Wawancara dengan Ustadz Mohammad Asadul Arifin selaku Ketua Pondok Pesantren Bumi Damai Al-Muhibbin, pada hari rabu, 3 juli 2024.

Muhibbin dan jama'ah TPQ-MT Al-Muhibbin untuk mempermudah dalam mempromosikan. Seperti tumpeng, nasikotak, dan kue basah.

Strategi Pengembangan Usaha

Pada mulanya, istilah "strategi" diterapkan dalam konteks militer dan berasal dari kata Yunani "*Strategos*", merujuk pada usaha untuk mencapai keunggulan dalam pertempuran. Namun, saat ini, istilah tersebut telah meluas ke berbagai bidang yang menghadapi situasi yang relatif serupa.¹¹ Sementara itu, strategi merujuk pada perencanaan terperinci untuk memilih langkah-langkah yang akan diambil guna mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks persaingan ketat di dunia bisnis, strategi bertujuan untuk memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan.

Konsep strategi memiliki berbagai variasi, sebagaimana diungkapkan oleh para ahli dalam karya mereka masing-masing. Menurut Stephanie K. Marrus, sebagaimana dikutip oleh Sukristono (1995), strategi dapat didefinisikan sebagai proses di mana para pemimpin tertinggi merencanakan langkah-langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, serta merumuskan cara atau tindakan untuk mencapai tujuan tersebut.¹²

Sebelum merumuskan strategi pengembangan usaha, seorang pengusaha harus terlebih dahulu memahami lingkungan bisnisnya. Lingkungan bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam kondisi usaha karena faktor-faktor di lingkungan tersebut akan memengaruhi strategi yang akan diadopsi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan strategi usaha sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan sekitarnya.¹³

Dalam konteks usaha, strategi pengembangan secara konseptual merupakan usaha untuk menganalisis kondisi pasar internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan, serta kondisi pasar eksternal yang mencakup peluang dan ancaman yang dihadapi. Berdasarkan analisis ini, dipilihlah alternatif strategi yang akan diterapkan. Pengembangan pasar dilakukan dengan memasarkan produk atau jasa saat ini ke segmen pasar baru atau wilayah geografis baru. Sementara itu, pengembangan produk perusahaan bertujuan untuk memperkuat posisi

11 Yatminiwati, Mimin, Manajemen Strategi, (Lumajang: Widya Gama Press, 20192). hal. 3

12 Husein Umar, Strategic Management in Action, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), Hal. 31.

13 Gunawan, C. Uji Asumsi Klasik. In C. Gunawan, Mahir Menguasai SPSS. (Deepublish: 2020).

dan memperluas pangsa pasar dengan menambah pilihan produk atau jasa baru. Strategi inovasi digunakan untuk menciptakan keunggulan margin melalui penciptaan dan penerimaan produk dan jasa baru oleh konsumen.¹⁴

Pentingnya melakukan analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengenali peluang-peluang dan ancaman-ancaman signifikan yang dapat memengaruhi suatu organisasi akibat perubahan di lingkungan eksternalnya. Dengan demikian, manajer dapat merumuskan strategi untuk memanfaatkan peluang tersebut dan mengurangi dampak dari potensi ancaman yang muncul. Sementara itu, analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang melekat pada sumber daya dan proses internal bisnis perusahaan.¹⁵

Analisis Tows

Menurut Kurttila,¹⁶ Analisis TOWS merupakan alat yang digunakan untuk menyelidiki baik lingkungan eksternal maupun internal secara bersama-sama, dengan tujuan memperoleh pendekatan sistematis dan dukungan untuk pengambilan keputusan. Pendekatan ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman, seperti yang dijelaskan oleh Dyson.¹⁷ Dalam konteks pengambilan keputusan strategis, proses tersebut selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi. Oleh karena itu, perencana strategis harus melakukan analisis terhadap faktor-faktor strategis organisasi dalam kondisi saat ini, yang sering disebut sebagai analisis situasi.¹⁸

Matriks TOWS, seperti yang diungkapkan oleh David,¹⁹ dapat menjadi alat yang berguna dalam merumuskan strategi masa depan perusahaan. Dengan menggunakan matriks TOWS, organisasi dapat

14 Rozarie, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Surabaya: CV. Rozarie 2017). Hal. 14

15 Rangkuti, Freddy, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Hal. 7

16 Kurttila M., Pesonen M., Kangas J., & Kajanus M. 2000. Utilizing the Analytic Hierarchy Process (AHP) in SWOT Analysis-A Hybrid Method and Its Application to a Forest-Certification Case. *Forest Policy and Economics*; 1: 41-52.

17 Dyson, R. G. (2004). "Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick." *European Journal of Operational Research*, 152, 631-640

18 Rangkuti, F.. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006). Hal. 56

19 David, F. R. *Strategic Management concept and cases*, (South Carolina: Pearson Education International, 2005). Hal. 7

menghasilkan empat kemungkinan strategi, yaitu: 1) Strategi SO (Strengths-Opportunities), yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengejar peluang. 2) Strategi ST (Strengths-Threats), yang menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengatasi ancaman. 3) Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), yang menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan. 4) Strategi WT (Weaknesses-Threats), yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Analisis TOWS memiliki manfaat sebagai berikut: a) Memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu strengths, weakness, opportunities, dan threats. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih keseluruhan. b) Memberikan pemahaman kepada para stakeholders yang berkeinginan untuk bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerjasama yang saling menguntungkan. c) Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan keputusan jangka panjang. d) Dapat dijadikan penilaian secara rutin dalam melihat progress report dari

Dalam menyusun strategi menggunakan analisis TOWS, tentu terdapat faktor yang mempengaruhi komponen analisis TOWS. Faktor tersebut berasal dari internal (dalam perusahaan) dan eksternal (luar perusahaan). Penjelasannya yaitu sebagai berikut:²⁰ yang pertama Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan dimana terdapat dua komponen yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua komponen tersebut berdampak pada lebih baiknya suatu penelitian jika kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Sehingga, jika kekuatan internal perusahaan ini menjadi lebih maksimal maka akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Berikut ini faktor internal yang mempengaruhi analisis TOWS, diantaranya yaitu: 1. Sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan, 2. Finansial dan keuangan yang dimiliki perusahaan, 3. Kelebihan atau kelemahan yang terdapat dalam internal perusahaan, 4. Pengalaman yang sebelumnya pernah dialami oleh perusahaan, baik yang keberhasilan maupun kegagalan.

Strategi Pengembangan Unit Usaha Ibbien Store Melalui analisis TOWS

20 Yuliar Diyanti, Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, (Pinang: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal. 17

Menurut Kurttila, Analisis TOWS merupakan alat yang digunakan untuk menyelidiki baik lingkungan eksternal maupun internal secara bersama-sama, dengan tujuan memperoleh pendekatan sistematis dan dukungan untuk pengambilan keputusan. Pendekatan ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman.²¹ Matriks TOWS, seperti yang diungkapkan oleh David, dapat menjadi alat yang berguna dalam merumuskan strategi masa depan perusahaan. Dengan menggunakan matriks TOWS, organisasi dapat menghasilkan empat kemungkinan strategi, yaitu:²²

Yang pertama, Strategi SO (Strengths-Opportunities), yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengejar peluang. Ibbien Store cerdas dalam mengidentifikasi peluang dari lingkungan eksternal dan mengubahnya menjadi kekuatan internal yang kuat. Memanfaatkan Maklumat Pengasuh dan Kebijakan Bebas Biaya Pengiriman, kombinasi ini dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen dari luar pondok pesantren. Penawaran Kredit dan Piutang Tanpa Batas untuk Meningkatkan Akses Pasar, penawaran kredit dan piutang tanpa batas dapat meningkatkan akses pasar dan daya beli konsumen, terutama di saat kondisi ekonomi sulit. Harga Terjangkau dan Keterampilan Sales untuk Ekspansi Pasar, harga yang terjangkau dan keterampilan para anggota dalam penjualan dapat membantu Ibbien Store untuk memperluas pasar ke luar pondok pesantren. Menggunakan Platform Online dan Dukungan Tenaga Kerja untuk Distribusi Efektif, platform online dan tenaga kerja yang kompeten dapat memastikan distribusi produk yang efisien dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Kolaborasi dengan Komunitas dan Pengembangan Produk Baru, kolaborasi dengan komunitas lokal dan pengembangan produk baru dapat membantu Ibbien Store untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi pasar luar.

Yang Kedua, Strategi ST (Strengths-Threats), yang menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengatasi ancaman. Kotler dan Keller menekankan bahwa organisasi yang mengidentifikasi dan memanfaatkan kekuatan internal mereka untuk menghadapi ancaman eksternal akan memiliki keunggulan kompetitif

21 Kurttila M., Pesonen M., Kangas J., & Kajanus M. 2000. Utilizing the Analytic Hierarchy Process (AHP) in SWOT Analysis-A Hybrid Method and Its Application to a Forest-Certification Case. *Forest Policy and Economics*; 1: 41-52.

22 David, F. R. (2005). *Strategic Management concept and cases*, South Carolina: Pearson Education International. Hal. 17

yang lebih besar. Serta menyarankan agar organisasi tidak hanya fokus pada eksploitasi kekuatan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana kekuatan tersebut dapat diarahkan untuk mengatasi ancaman yang mungkin timbul.²³ Kekuatan yang dimiliki Ibbien Store adalah pertama Memanfaatkan Kebijakan Bebas Biaya Pengiriman untuk Persaingan: Gunakan kebijakan bebas biaya pengiriman sebagai keunggulan kompetitif untuk menarik lebih banyak pelanggan di pasar yang kompetitif. Kedua Menawarkan Kredit dan Piutang untuk Menghadapi Kondisi Ekonomi: Manfaatkan penawaran kredit dan piutang untuk membantu konsumen yang terkena dampak kondisi ekonomi sulit, sehingga menjaga daya beli dan penjualan tetap stabil. Ketiga Fleksibilitas Harga untuk Menghadapi Perubahan Tren Konsumen: Tetap fleksibel dalam penetapan harga untuk mengikuti perubahan tren dan preferensi konsumen, menjaga harga tetap terjangkau dan menarik. Keempat Menggunakan Keterampilan Sales untuk Mengatasi Umpan Balik Negatif: Gunakan keterampilan anggota dalam penjualan untuk secara proaktif merespons umpan balik pelanggan dan memperbaiki reputasi perusahaan. Kelima Maklumat Pengasuh untuk Menjaga Loyalitas dan Reputasi: Manfaatkan maklumat pengasuh untuk membangun basis pelanggan yang loyal dan menjaga reputasi positif di kalangan masyarakat sekitar pondok pesantren. Keenam Peningkatan Platform Online untuk Mengatasi Keteringgalan Teknologi: Terus tingkatkan platform online untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru dan mempermudah konsumen yang berada di jarak jauh. Ketujuh Pelatihan Berkelanjutan untuk Tenaga Kerja: Sediakan pelatihan berkelanjutan bagi tenaga kerja untuk mempertahankan kualitas operasional dan mengurangi turnover karyawan..

Yang Ketiga, Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), yang menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan. Mintzberg menjelaskan bahwa strategi WO merupakan bagian integral dari proses strategis yang holistik. Dia menunjukkan bahwa organisasi yang fokus pada mengubah kelemahan menjadi peluang memiliki potensi untuk inovasi yang lebih besar dan untuk membangun keunggulan kompetitif jangka panjang.²⁴ Ibbien Store dengan cermat mengidentifikasi peluang untuk mengatasi kelemahan internal, seperti: pertama Gunakan maklumat pengasuh untuk memperkuat internalisasi

23 Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing management* (14th ed.). (Pearson Education, 2011). Hal. 28.

24 Mintzberg, H. (1987). Crafting strategy. *Harvard Business Review*, 65(4), 66-75.

nilai-nilai kerja dan disiplin dalam manajemen SDM di pondok. Yang kedua Manfaatkan umpan balik dari pasar eksternal untuk mempercepat inovasi produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat luar pondok. Yang ketiga Kembangkan produk baru yang lebih menarik dan gunakan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan online. Yang keempat Jalin kemitraan dengan perusahaan atau komunitas lokal yang dapat menyediakan tenaga kerja tambahan serta solusi transportasi. Yang kelima Kolaborasi dengan komunitas lokal untuk meningkatkan penataan barang di gudang dan memanfaatkan lokasi mereka sebagai titik distribusi strategis. Yang keenam Tingkatkan layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas untuk membangun kepercayaan, serta kumpulkan umpan balik untuk perbaikan produk dan layanan secara berkelanjutan. Yang ketujuh Lakukan riset pasar untuk mengidentifikasi permintaan pasar eksternal dan mengarahkan inovasi produk agar lebih relevan dan diminati. Yang kedelapan Tentukan saluran distribusi yang tepat dan strategi promosi yang efektif untuk menjangkau pasar luar pondok pesantren, termasuk menggunakan platform digital untuk memperluas jangkauan.

Yang Keempat, Strategi WT (Weaknesses-Threats), yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Kotler dan Keller menggarisbawahi bahwa strategi Weaknesses dan Threats membantu organisasi untuk mengidentifikasi kelemahan internal mereka yang dapat menjadi sumber ancaman dari lingkungan eksternal. Dengan fokus pada memperbaiki atau mengurangi kelemahan tersebut, organisasi dapat meningkatkan ketahanan mereka terhadap ancaman yang mungkin mengganggu jalannya operasional.²⁵ Weaknesses dan Threats merupakan pendekatan strategis yang fokus pada mengurangi atau memitigasi kelemahan internal Ibbien Store sambil menghindari atau mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal Ibbien Store. Ibbien Store yang menerapkan strategi ini yang mana terlebih dahulu melakukan analisis mendalam terhadap kelemahan-kelemahan yang ada. Sebagai contoh, 1) Fokus pada pelatihan dan pengembangan anggota yang ada untuk meningkatkan keterampilan mereka, terutama dalam inovasi produk dan manajemen. 2) Terapkan sistem rotasi tugas untuk meningkatkan pengalaman dan keterampilan anggota dalam berbagai divisi. 3) Lakukan riset pasar secara rutin untuk mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen agar inovasi produk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar. 4)

25 Kotler, P., & Keller, K. L, *Marketing management* (14th ed.). (Pearson Education, 2011)

Tingkatkan kehadiran online melalui media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas meskipun lokasi fisik kurang strategis. Lalu 5) Kembangkan layanan pengiriman yang efisien untuk mengatasi masalah lokasi yang kurang strategis. 6) Buat dan terapkan SOP (Standard Operating Procedures) yang jelas untuk setiap divisi, termasuk jadwal buka tutup unit usaha. 7) Terapkan sistem penjadwalan yang ketat dan pastikan semua anggota mematuhi jadwal tersebut. 8) Jalin kemitraan dengan perusahaan transportasi lokal untuk memastikan ketersediaan transportasi yang stabil. 9) Susun jadwal penggunaan transportasi pondok yang lebih efisien untuk mengurangi ketergantungan.

Dampak Strategi Pengembangan Unit Usaha Ibbien Store Pondok Pesantren Bumi Damai Al Muhibbin Tambak Beras Jombang.

Kotler menyatakan bahwa strategi pengembangan yang efektif tidak hanya mencakup pemasaran dan promosi, tetapi juga perlu mempertimbangkan bagaimana pengembangan produk dan penetrasi pasar dapat berdampak pada pertumbuhan jangka panjang sebuah unit usaha.²⁶ Drucker mengemukakan juga bahwa strategi pengembangan harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pasar dan kemampuan internal perusahaan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.²⁷ Dalam hal ini terdapat beberapa Dampak Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan oleh Ibbien Store antara lain: adanya Pertumbuhan Pendapatan, keunggulan kompetitif, Inovasi dan Pengembangan Produk, serta kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Pertumbuhan Pendapatan

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Ibbien Store berdampak signifikan pada pertumbuhan pendapatan unit usahanya. Perluasan strategi mereka tidak hanya meningkatkan penjualan secara keseluruhan tetapi juga mengoptimalkan pendapatan bersih dan kontribusi terhadap laba secara keseluruhan. Mulai dari produk dengan margin kecil seperti makanan ringan dan minuman kemasan hingga produk dengan margin besar seperti kitab kuning, setiap segmen produk di Ibbien Store mengalami manfaat dari strategi ini. Penambahan variasi produk dan layanan baru telah memperluas

26 Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1997). Hal. 20

27 Drucker, P. F. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. (New York: Harper & Row, 1973). Hal. 36.

pangsa pasar mereka, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang ada. Selain itu, strategi ini membantu Ibbien Store untuk mempertahankan daya saingnya dalam industri yang kompetitif dengan terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren pasar yang berubah. Dengan demikian, pengembangan strategi ini tidak hanya berdampak pada kinerja finansial unit usaha saat ini tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan dan ekspansi yang berkelanjutan di masa depan.

Keunggulan Kompetitif

Dampak kedua dari keberhasilan Ibbien Store adalah yaitu unggulnya unit usaha Ibbien Store secara posisi dalam menghadapi pesaing setelah menerapkan strategi baru. Mulai diterimanya oleh masyarakat setempat, yang merupakan tolak ukur penting bagi kesuksesan mereka. Ini mencakup dukungan yang kuat dari para alumni pondok dan pengasuh pondok, tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, serta hubungan yang harmonis dengan pihak-pihak terkait. Ibbien Store telah secara signifikan diterima di kalangan masyarakat pondok sekitar, dengan banyak pondok-pondok memesan dan melakukan transaksi dengan mereka. Sehingga unit usaha ini menjadi unggul dalam kompetitif. Selain itu, antusiasme masyarakat umum terhadap kehadiran Ibbien Store juga sangat positif, terutama karena penawaran yang mereka sediakan. Ini mencerminkan komitmen Ibbien Store dalam membangun reputasi yang solid dan menjaga hubungan baik dengan seluruh komunitas lokal. Kesuksesan mereka dalam membangun dukungan luas ini tidak hanya memperkuat posisi mereka di pasar, tetapi juga mengukuhkan Ibbien Store sebagai bagian integral dari ekosistem bisnis lokal yang berkelanjutan.

Inovasi dan Pengembangan Produk

Dampak berikutnya yang dirasakan oleh pihak Ibbien Store adalah terbiasanya para anggota untuk berkontribusi dalam inovasi produk atau layanan, serta kemampuan mereka untuk berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Dalam setiap aspek bisnisnya, mulai dari barang kecil hingga barang-barang besar, Ibbien Store terus mendorong para anggotanya untuk berpikir kreatif dan menghasilkan solusi yang inovatif. Hal ini tidak hanya memperkuat posisi Ibbien Store dalam pasar yang kompetitif, tetapi juga memastikan bahwa mereka tetap relevan dan responsif terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Kemampuan Ibbien Store untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan ekonomi dan perilaku konsumen tidak hanya meningkatkan daya saing mereka,

tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi di masa depan.

Kepuasan Pelanggan

Setelah unit usaha Ibbien Store mengadopsi strategi baru sangat terlihat. Hal ini berdasarkan berbagai promosi yang dilakukan terhadap para konsumen. Banyak konsumen memesan produk kami dan berbagai variasi item produk yang dipesan.

PENUTUP

Strategi pengembangan Ibbien Store di Pondok Pesantren Bumi Damai Al Muhibbin Tambak Beras Jombang melalui analisis TOWS menunjukkan dampak positif yang signifikan. Pertama, strategi SO (Strengths-Opportunities) membantu Ibbien Store memanfaatkan kekuatan seperti maklumat pengasuh dan kebijakan bebas biaya pengiriman untuk menarik pelanggan dan memperluas pasar. Penawaran kredit dan harga terjangkau juga meningkatkan daya beli konsumen. Kedua, strategi ST (Strengths-Threats) menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal, seperti fleksibilitas harga dan keterampilan penjualan yang merespons umpan balik negatif dan menjaga reputasi perusahaan. Ketiga, strategi WO (Weaknesses-Opportunities) memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan, seperti meningkatkan inovasi produk melalui umpan balik pasar dan kolaborasi dengan komunitas lokal untuk solusi tenaga kerja dan distribusi. Keempat, strategi WT (Weaknesses-Threats) fokus pada mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman, seperti pelatihan anggota untuk meningkatkan keterampilan, riset pasar untuk memahami tren konsumen, dan pengembangan layanan pengiriman yang efisien.

Dampak Strategi Pengembangan Unit Usaha Ibbien Store Pondok Pesantren Bumi Damai Al Muhibbin Tambak Beras Jombang memiliki Dampak positif signifikan. Antara lain: Pertama, pendapatan meningkat dengan perluasan produk dan layanan, menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas. Kedua, dukungan kuat dari masyarakat, alumni, dan pengasuh pondok memperkuat posisi kompetitif mereka. Ketiga, inovasi dan pengembangan produk mendorong kreativitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Keempat, kepuasan pelanggan meningkat melalui promosi efektif dan variasi produk. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kinerja saat ini tetapi juga membuka peluang pertumbuhan dan ekspansi berkelanjutan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2005). *Strategic Management concept and cases*, South Carolina: Pearson Education International.
- Drucker, P. F. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper & Row, 1973.
- Dyson, R. G. (2004). "Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick." *European Journal of Operational Research*, 152, 631-640
- Fatony. (2021). "Inovasi dalam Pengembangan Potensi Pesantren: Studi Kasus di Pondok Pesantren X"
- Gunawan, C. Uji Asumsi Klasik. In C. Gunawan, Mahir Menguasai SPSS. (Deepublish: 2020).
- Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001).
- Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1997). Hal. 20
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing management* (14th ed.). (Pearson Education, 2011).
- Kurttila M., Pesonen M., Kangas J., & Kajanus M. 2000. Utilizing the Analytic Hierarchy Process (AHP) in SWOT Analysis-A Hybrid Method and Its Application to a Forest-Certification Case. *Forest Policy and Economics*; 1: 41-52.
- Lami.D (2019), menejemen badan usaha milik pesantren (BUMP) mala kul huda kajianpati jurnal iqtisad, 6 (2),197-223.
- Maya Silvana dan Deni Lubis, "Faktor yang Mempengaruhi Kemandirian Ekonomi Pesantren (Studi Pesantren Al-ittifaq Bandung)", *Jurnal Kemandirian Ekonomi*, vol. 9, No. 2, (Bogor: 2021),h.131. Doi:<https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jalmuzaraah/article/view/33101>.
- Mintzberg, H. (1987). *Crafting strategy*. *Harvard Business Review*, 65(4), 66-75.
- 1Nur Alifiyah, "Strategi Pengembangan Usaha Melalui Bisnis Model Canvas Kerajinan Pondok Pesantren Al- Falah Ploso, Mojo,

Kediri”, *Journal Of Sharia Management And Business*, Vol. 2, No. 1, April 2022. Doi: [Http://Ejournal.Iainmadura.Ac.Id/Index.Php/Jmsb/Article/View/5176](http://Ejournal.Iainmadura.Ac.Id/Index.Php/Jmsb/Article/View/5176).

Peraturan Pemerintah No. 87 Tahun 2017 Tentang Penguatan Pendidikan Karakter.

Prasetyo, M. A. (2017). *Manajemen Unit Usaha Pesantren*. Hikmah, 6 (1), 19-36

Rangkuti, F.. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006). Hal. 56

Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.

Rozarie, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Surabaya: CV. Rozarie 2017).

Triyawan, et al. (2019). "Strategi Pengembangan Unit Usaha di Pondok Pesantren: Studi Kasus Pondok Pesantren Y". *Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 7(1), 30-45.

Wawancara dengan Ustadz Mohammad Asadul Arifin selaku Ketua Pondok Pesantren Bumi Damai Al-Muhibbin, pada hari rabu, 3 juli 2024.

Yatminiwati, Mimin, *Manajemen Strategi*, Lumajang: Widya Gama Press, 2019.

Yuliar Diyanti, *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan*, (Pinang: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal. 17