

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Analisa model pendirian *social entrepreneurial organization* (SEO) pada pondok pesantren (ponpes) di Sumatera Barat (Sumbar) dilakukan pada 2 tipe ponpes yaitu ponpes salafiyah Darul Ulum dan ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek. Analisa model pendirian usaha tersebut terdiri dari 4 tahap yaitu *search, select, formulate dan implement*. Kesimpulan untuk masing-masing tahap untuk setiap tipe ponpes adalah sebagai berikut:

1. Tahap *Search*

Tahap *search* adalah tahap mencari peluang bisnis baru yang tepat untuk masing-masing ponpes. Tahap ini terdiri dari 4 tahap yaitu 1) menentukan landasan ide bisnis, 2) analisa lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi tren pasar (peluang pasar) dan analisa lingkungan internal untuk mengidentifikasi kompetensi ponpes, 3) analisa tren untuk menganalisa peluang bisnis baru dan 4) analisa kesesuaian antara landasan ide bisnis dan peluang bisnis. Pada tahap *search* akan diperoleh sebuah landasan ide bisnis dan 2 buah peluang bisnis baru. Hasil tahap *search* pada masing-masing ponpes adalah sebagai berikut.

Ponpes Salafiyah Darul Ulum

Terdapat perbedaan landasan ide bisnis antara ponpes salafiyah Darul Ulum dan ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek. Alasan utama ponpes salafiyah

Darul Ulum mendirikan SEO adalah untuk menjaga keberlangsungan ponpes, mengingat ponpes ini mengalami defisit keuangan sudah beberapa tahun belakangan ini. Oleh karena itu landasan ide bisnis ponpes ini adalah

“Sebagai amal jariyah untuk menjaga keberlangsungan ponpes dan wadah pembelajaran kewirausahaan santri dengan memberdayakan masyarakat sekitar”

Berdasarkan analisa eksternal dan internal kemudian analisa tren dan analisa kesesuaian maka diperoleh 2 peluang bisnis baru yang tepat bagi ponpes ini yaitu bisnis pembibitan tanaman dan bisnis pertanian padi.

Ponpes Khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek

Ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek memiliki cukup dana untuk operasional bahkan keuangan sudah surplus. Namun sumber keuangan utama ponpes berasal dari dana santri. Oleh karena itu alasan utama ponpes mendirikan unit usaha adalah untuk mewujudkan kemandirian ponpes sehingga biaya yang dikeluarkan santri bisa menurun. Berdasarkan hal tersebut maka landasan ide bisnis ponpes ini adalah

“Sebagai amal jariyah untuk peningkatkan kemandirian ponpes dan wadah pembelajaran kewirausahaan santri dengan mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar”

Berdasarkan analisa eksternal dan internal kemudian analisa tren dan analisa kesesuaian maka diperoleh 2 peluang bisnis baru yang tepat bagi ponpes ini yaitu bisnis budi daya sayuran organik dan bisnis penggemukan sapi.

2. Tahap *Select*

Dua peluang usaha yang telah ditetapkan pada tahap *search* kemudian di seleksi untuk mendapatkan sebuah peluang bisnis yang sudah layak menurut riset pasar dan analisa biaya memulai usaha dan pendanaan usaha. Hasil seleksi pada ponpes salafiyah Darul Ulum diperoleh sebuah peluang usaha yang layak yaitu bisnis pembibitan tanaman. Sedangkan pada ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek adalah bisnis budi daya sayuran organik.

3. Tahap *Formulate*

Setelah peluang bisnis ditetapkan kemudian disusun strategi perencanaan bisnis agar SEO ponpes dapat mencapai keunggulan bersaing. Tahapan ini terdiri dari 3 tahap yaitu 1) input, 2) pencocokan dan 3) keputusan. Pada tahap ini diperoleh sebuah strategi perencanaan bisnis. Strategi perencanaan bisnis pembibitan tanaman pada ponpes salafiyah Daru Ulum adalah

“Mengembangkan bibit tanaman yang inovatif dengan menyediakan variasi yang berbeda dan unik, serta memasukkan edukasi perawatan tanaman sebagai pelayanan purna jual”

Strategi perencanaan bisnis budi daya sayuran organik pada ponpes khalafiyah Saumatera Thawalib Parabek adalah

“Mengembangkan produk sayuran organik yang inovatif dan berkualitas dengan cara merancang proses pertanian yang berbeda dan unik melalui kerjasama dengan Dinas Pertanian dan BPTP”.

4. Tahap *Implement*

Tahap ini adalah tahap untuk menerapkan konsep ide bisnis yang telah diputuskan pada tahap *search*, *select* dan *formulate*. Tahap ini terdiri atas 4 yaitu 1) membangun *business model canvas* (BMC), 2) menyusun struktur organisasi usaha, 3) proses mekanisme legalitas usaha, 4) alternatif sumber pendanaan usaha. Strategi utama perencanaan bisnis yang telah diformulasikan pada tahap 3 akan menghasilkan 9 alternatif komponen BMC. Komponen BMC pada tiap ponpes adalah sebagai berikut

Ponpes Salafiyah Darul Ulum

Komponen BMC pada bisnis pembibitan tanaman terdiri dari *value proposition* yaitu *religious rewards* berupa amal jariyah yang juga berperan sebagai variabel yang menyatukan dan pusat penggerak bagi komponen BMC lainnya. Pelanggan juga memperoleh pengetahuan bertani secara organik, bibit dengan jaminan kualitas yang telah bersertifikat/label sehingga sayuran dan buahan yang dihasilkan pun akan sehat dan alami.

Customer yang dibidik adalah masyarakat yang fanatik terhadap label ponpes dan sekaligus memiliki kesetiaan dan keterikatan emosi dengan ponpes, masyarakat yang suka berkebun dan peduli makanan sehat alami serta petani atau asosiasi petani sayur, buah dan tanaman hias.

Value chain atau *customer relationship* yang digunakan untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya adalah memberikan pelayanan prima dengan berkomunikasi secara lancar, intensif dan akrab layaknya saudara, mendapatkan *feed back* setelah pembelian dan pelayanan edukasi perawatan tanaman.

Channels atau *distribution architectures* yang digunakan untuk menyalurkan produk adalah *showroom* di pekarangan ponpes, *websites* resmi, jejaring sosial, aplikasi, instansi pemerintah (balai pembibitan, dinas pertanian dan perkebunan, dinas kehutanan), bazar, pameran, TV lokal, koran lokal dan *websites* pemerintah.

Core capabilities atau *key resource* pada bisnis pembibitan tanaman ini terdiri dari warga ponpes, penyuluh pertanian, mentor bisnis, lahan pertanian, *showroom*, fasilitas pendukung, sistem manajemen, cara pembibitan tanaman secara organik dan unggul, pengolahan pupuk organik dan modal kerja.

Offer atau *key activities* yang merupakan aktifitas utama bisnis pembibitan tanaman adalah kegiatan pembibitan tanaman secara organik dan edukasi perawatan tanaman.

Partner atau *key partner* pada bisnis pembibitan tanaman ini adalah masyarakat pelaku usaha pembibitan tanaman, balai pembibitan, BPTP, Dinas Pertanian dan Perkebunan, Disperindag dan pemerintah Kota Padang dan Sumatera Barat.

Source of revenue atau *revenues stream* yang digunakan untuk menghasilkan laba dalam bisnis pembibitan tanaman ini adalah hasil pembibitan tanaman, hasil pengolahan pupuk organik, pelayanan edukasi perawatan tanaman, bantuan modal usaha dari pemerintah, sumbangan masyarakat dan sumbangan dari orang tua santri.

Cost Structures sebagai dampak dari keputusan tersebut adalah biaya variabel terdiri dari biaya habis pakai dan upah karyawan dan alokasi biaya tetap seperti peralatan pertanian, mesin pengolah kompos dan alokasi keuntungan SEO untuk operasional ponpes.

Struktur organisasi SEO dianalisa menurut 2 perspektif, pertama posisi SEO pada struktur organisasi yayasan dan kedua struktur organisasi SEO itu sendiri. SEO ponpes merupakan penambahan unit baru pada struktur organisasi yayasan ponpes dimana SEO berada dibawah yayasan yang akan mengurus urusan bisnis dan ekonomi ponpes, terpisah dari manajemen ponpes dan bertanggung jawab pada pimpinan yayasan. Struktur organisasi SEO bisnis pembibitan ponpes Darul Ulum disusun berdasarkan struktur divisional proses yang terdiri divisi pembibitan organik, divisis edukasi dan perawatan tanaman, divisi pemasaran.

Mekanisme legalitas usaha SEO merujuk pada bentuk SEO yang akan didirikan dan hukum izin pendirian usaha di Indonesia. Bentuk SEO pada ponpes Darul Ulum adalah koperasi. Ponpes ini telah memiliki koperasi sehingga izin pendirian tidak dilakukan tetapi hanya mekanisme mengaktifkan kembali koperasi ponpes dengan cara membentuk pengurus, melaksanakan rapat anggota tahunan dan menghidupkan kembali usaha koperasi.

Alternatif sumber pendanaan usaha pendirian SEO pada ponpes Darul ULum hanya berasal dari dana eksternal yaitu program *lifeskill* Kemenag RI, Program pengembangan keterampilan dan kewirausahaan Dinas Ketenagakerjaan, program kewirausahaan untuk pemula dari Dinas Koperasi dan UKM serta dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari perusahaan.

Ponpes Khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek

Komponen BMC pada bisnis budidaya sayuran organik terdiri dari *value proposition* yaitu *religious reward* berupa amal jariyah yang juga berperan

sebagai variabel yang menyatukan dan pusat penggerak bagi komponen BMC lainnya. Pelanggan juga memperoleh sayuran organik dengan kualitas unggul.

Customer yang dibidik adalah masyarakat yang fanatik terhadap label ponpes dan sekaligus memiliki kesetiaan dan ikatan emosional dengan ponpes, masyarakat peduli makanan sehat alami serta pengusaha restoran.

Value chain atau *customer relationship* yang digunakan untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya adalah memberikan pelayanan prima dengan berkomunikasi secara lancar, intensif dan akrab layaknya saudara sendiri serta mendapatkan *feed back* setelah pembelian.

Channels atau *distribution architectures* yang digunakan untuk menyalurkan produk adalah *showroom* di koperasi ponpes, *websites* resmi, jejaring sosial, aplikasi, bazar, pameran, TV lokal, koran lokal, *websites* pemerintah, swalayan, pasar induk dan restoran.

Core capabilities atau *key resource* pada bisnis pembibitan tanaman ini terdiri dari warga ponpes, penyuluh pertanian, mentor bisnis, lahan pertanian, *showroom*, fasilitas pendukung, sistem manajemen, cara pertanian hidroponik secara organik dan unggul, pengolahan pupuk organik dan modal kerja.

Offer atau *key activities* yang merupakan aktifitas utama bisnis pembibitan tanaman adalah kegiatan pertanian hidroponik secara organik dan pengolahan hasil pertanian

Partner atau *key partner* pada bisnis pembibitan tanaman ini adalah petani budidaya sayuran organik, balai pembibitan, BPTP, Dinas Pertanian dan Disperindag dan distributor sayuran.

Source of revenue atau *revenues stream* yang digunakan untuk menghasilkan laba dalam bisnis pembibitan tanaman ini adalah hasil pengolahan pertanian, hasil pengolahan pupuk organik, bantuan modal kerja dari yayasan ponpes, bantuan modal usaha dari pemerintah, sumbangan masyarakat dan sumbangan dari orang tua santri.

Cost Structures sebagai dampak dari keputusan tersebut adalah biaya variabel terdiri dari biaya habis pakai dan upah karyawan dan alokasi biaya tetap seperti peralatan pertanian, mesin pengolah kompos dan alokasi keuntungan SEO untuk operasional ponpes.

Posisi SEO ponpes ini pada struktur yayasan sama dengan ponpes salafiyah Darul Ulum. SEO berada dibawah yayasan yang akan mengurus urusan bisnis dan ekonomi ponpes, terpisah dari manajemen ponpes dan bertanggung jawab pada pimpinan yayasan. Struktur organisasi SEO bisnis budidaya sayuran organik disusun berdasarkan struktur divisional proses yang terdiri divisi pertanian organik dan divisi pemasaran.

Mekanisme legalitas usaha SEO merujuk pada bentuk SEO yang akan didirikan dan hukum izin pendirian usaha di Indonesia. Bentuk SEO pada ponpes Sumatera Thawalib Parabek adalah koperasi. Ponpes ini telah memiliki koperasi sehingga izin pendirian tidak perlu dilakukan

Alternatif sumber pendanaan usaha pendirian SEO pada ponpes Sumatera Thawalib Parabek berasal dari dana internal dan dana eksternal. Dana internal yaitu dana yang berasal dari internal yayasan ponpes. Sedangkan dana eksternal bersumber dari luar ponpes yang sama dengan ponpes Darul Ulum.

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan maka secara umum, analisa model pendirian *social entrepreneurial organization* pada pondok pesantren salafiyah Darul Ulum dan ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib parabek dapat disimpulkan sebagai berikut:

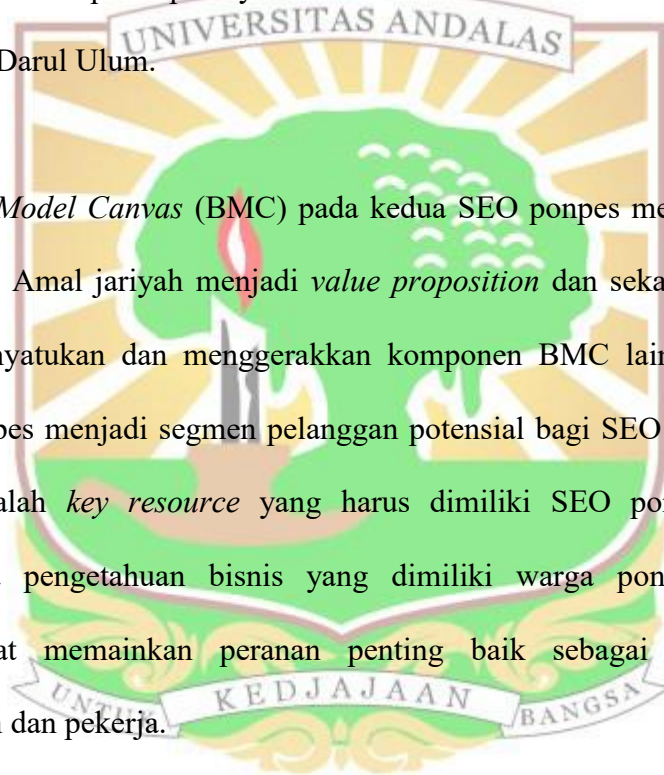
1. Pondok pesantren Darul Ulum dan pondok pesantren Sumatera Thawalib Parabek memiliki potensi besar untuk mendirikan *social entrepreneurial organization*. Ponpes adalah sebuah institusi pendidikan yang telah berintegrasi dengan masyarakat, oleh karena itu pendirian SEO sangat mungkin. Adanya *religious reward* yaitu amal jariyah yang menjadi penggerak bagi warga ponpes untuk mendirikan SEO. Ponpes juga memiliki lahan, potensi mendapatkan donasi modal usaha dari masyarakat dan pemerintah, memiliki jumlah santri yang banyak, jaringan alumni yang luas. Selain itu adanya fanatisme label ponpes di tengah masyarakat juga menjadi potensi bagi ponpes.
2. Pendirian SEO di ponpes Darul Ulum dan ponpes Sumatera Thawalib Parabek melibatkan masyarakat dan santri. Ponpes adalah “milik masyarakat” dan ada untuk masyarakat, oleh karena itu pendirian SEO harus melibatkan dan memperhatikan masyarakat sekitar sehingga dapat memberi dampak pada masyarakat. Dalam menentukan peluang usaha, ponpes harus mempertimbangkan potensi masyarakat sekitar, kemudian ponpes juga mengikutsertakan masyarakat dalam bisnis di ponpes, sebagai mitra ataupun pekerja. Santri juga harus dilibatkan untuk membantu operasional SEO.

Tujuannya adalah untuk menambah pengalaman dan pengetahuan santri tentang kewirausahaan

3. Ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek memiliki modal kerja dan pengalaman berwirausaha lebih banyak dari ponpes salafiyah Darul Ulum . Sumber daya tersebut membuat ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek lebih siap dan percaya diri dalam mendirikan SEO di banding ponpes salafiyah Darul Ulum.

4. *Business Model Canvas* (BMC) pada kedua SEO ponpes memiliki keunikan tersendiri. Amal jariyah menjadi *value proposition* dan sekaligus komponen yang menyatukan dan menggerakkan komponen BMC lainnya. Fanatisme label ponpes menjadi segmen pelanggan potensial bagi SEO ponpes. Mentor usaha adalah *key resource* yang harus dimiliki SEO ponpes mengingat minimnya pengetahuan bisnis yang dimiliki warga ponpes. Selain itu masyarakat memainkan peranan penting baik sebagai mitra, partner, pelanggan dan pekerja.

5. *Religious reward* yaitu amal jariyah menjadi pendorong bagi warga kedua ponpes, masyarakat, pemerintah, komunitas bisnis untuk berpartisipasi mendirikan SEO di ponpes.



5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini telah menganalisa model pendirian SEO pada ponpes di Sumatera Barat melalui 4 tahap (*search, select, formulate dan implement*). Pada tahap akhir telah dihasilkan *business model canvas* (BMC) untuk masing-masing peluang bisnis. Analisa model pendirian SEO ini dapat digunakan dalam pendirian SEO pada ponpes salafiyah Darul Ulum dan ponpes khalafiyah Sumatera Thawalib Parabek. Implikasi yang dihasilkan pada penelitian ini antara lain:

1. Mempercepat proses pendirian SEO pada ponpes salafiyah Darul Ulum dan ponpes Sumatera Thawalib Parabek.

Adanya model pendirian SEO akan mendorong percepatan pendirian SEO pada ponpes. Model pendirian usaha akan menjadi *guidance* bagi warga ponpes untuk mendirikan SEO sehingga akan memotivasi mereka untuk segera mendirikan SEO.

2. Meningkatkan pendapatan ponpes, santri dan masyarakat sekitar ponpes
Tujuan utama pendirian SEO di ponpes adalah untuk menunjang operasional ponpes. Oleh karena itu sebahagian keuntungan akan di alokasikan untuk ponpes yang otomatis akan meningkatkan pendapatan ponpes. Selain itu, santri yang terlibat secara langsung pada unit usaha akan mendapatkan kompensasi berupa penghapusan biaya sekolah dan pemberian beasiswa. Pendirian SEO juga akan melibatkan masyarakat sebagai mitra atau pekerja sehingga akan menambah penghasilan mereka.

3. Terbentuknya inkubator bisnis syariah

Pendirian dan pengembangan SEO di ponpes akan dijalankan sesuai dengan syariat Islam (*business based on religion*). Oleh karena itu SEO di ponpes akan menjadi salah satu inkubator bisnis syariah di Sumbar yang akan menjadi contoh bagi masyarakat tentang pelaksanaan bisnis syariah.

4. Partisipasi komunitas bisnis sebagai mentor bisnis untuk mendampingi pendirian dan pengembangan unit usaha di ponpes.

Sebahagian besar warga ponpes tidak memiliki ilmu bisnis. Oleh karena itu mereka membutuhkan mentor bisnis untuk membantu mereka mendirikan dan mengembangkan usaha di ponpes. Pendirian SEO di ponpes akan menggerakkan komunitas bisnis yang ada di Padang dan Sumbar untuk berpartisipasi dalam mengawal jalannya bisnis di ponpes. Partisipasi tersebut merupakan amal jariyah yang akan memotivasi mereka untuk berkontribusi dalam mendirikan SEO di ponpes.

5. Pemberian penyuluhan/pelatihan pertanian secara organik, unggul, efisien dan kreatif kepada warga ponpes

Bidang bisnis yang akan didirikan pada kedua ponpes bergerak dibidang pertanian/agrobisnis yaitu bisnis pembibitan tanaman dan bisnis budidaya sayuran organik. Aktivitas utama kedua bisnis tersebut adalah kegiatan pembibitan dan pertanian yang inovatif. Oleh karena itu implikasi pendirian SEO ini akan mendorong munculnya penyuluhan dari Dinas Pertanian untuk

memberikan pelatihan kepada warga ponpes tentang cara bertani yang organik, unggul, efisien dan kreatif. Penyuluhan tersebut juga merupakan amal jariah yang akan memotivasi para penyuluh.

6. Perancangan dan alokasi dana untuk bantuan modal kerja pendirian SEO di ponpes dari pemerintah, masyarakat dan orang tua santri.

Pendirian SEO di ponpes dapat dijadikan dasar bagi pemerintah dalam merancang anggaran untuk pengembangan kewirausahaan di ponpes. Selain itu, pendirian SEO di ponpes akan mendorong masyarakat untuk bersedekah membantu pendirian SEO di ponpes karena merupakan amal jariah bagi mereka. Orang tua santri juga akan terdorong untuk memberi bantuan modal kerja, selain sebagai amal jaryiah juga untuk mengembangkan ponpes sehingga dapat meningkatkan proses pendidikan santri.

7. Terbentuknya sinergi dan integrasi bisnis antara ponpes, masyarakat, petani, pelaku usaha, instansi pemerintah dan komunitas bisnis.

Model pendirian SEO di ponpes telah melibatkan banyak pihak. Oleh karena itu pendirian SEO di ponpes akan menyatukan semua pihak tersebut untuk menghasilkan sinergi bagi proses bisnis di Sumbar.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian analisa model pendirian SEO pada ponpes di Sumbar memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini merupakan tahap awal pendirian SEO bukan tahap penerapan SEO di ponpes. Oleh karena itu nilai keagamaan dan fanatisme masyarakat terhadap label ponpes tidak bisa dijadikan sebagai indikator dalam proses pendirian usaha.
2. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Oleh karena itu temuan pada penelitian ini tidak bisa digeneralisir untuk semua ponpes di Sumbar.
3. Pendirian SEO di ponpes Darul Ulum dan Sumatera Thawalib Parabek memerlukan mentor bisnis sebagai pendamping yang akan mengawal pendirian SEO.
4. Belum banyaknya penelitian tentang pendirian SEO di ponpes sebagai referensi dalam penelitian.

5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Sehubungan dengan keterbatasan penelitian tersebut maka saran penulis pada penelitian selanjutnya adalah

1. Perlu dilakukan penelitian pendahuluan tentang selera konsumen.
2. Perlu dilakukan penelitian selanjutnya tentang analisa pengaruh nilai religiusitas (manfaat amal jariah) dan fanatisme label ponpes terhadap penyusunan kesembilan komponen BMC sehingga diperoleh model BMC yang paling inovatif untuk menghasilkan revenue bagi ponpes.

