

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesantren sebagai lembaga pendidikan dan pusat penyebaran agama Islam lahir dan berkembang semenjak masa-masa permulaan kedatangan agama Islam di negeri kita. Sebagaimana kita semua mengetahuinya bahwa pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang terlalu di Indonesia.

telah menunjukkan kemampuannya dalam mencetak kader-kader ulama dan turut berjasa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pondok pesantren sering juga disebut sebagai lembaga pendidikan tradisional yang telah beroperasi di Indonesia semenjak sekolah-sekolah pola barat belum berkembang . lembaga pendidikan ini telah memiliki sistem pengajaran yang unik. Pembinaan kader atau pendidikan guru (kyai) dengan sistem magang yang spesifik pula. Pondok pesantren dengan berbagai keunikannya itu telah banyak mewarnai perjuangan bangsa kita dalam melawan imperialisme dan merebut kemerdekaan pada zaman revolusi phisik.

Sebagian pemerintah mengatakan bahwa istilah pondok pesantren berasal dari kata *funduk* dari Bahasa Arab yang artinya hotel atau rumah penginapan. . Akan tetapi pondok di dalam pesantren di Indonesia, khususnya di pulau jawa, lebih mirip dengan pemondokan dalam lingkungan padepokan, yaitu perumahan sederhana yang di petak-petak dan beberapa kamar-kamar merupakan asrama bagi para santri *cantrik* (sebutan pesantren didik di padepokan). Dana keseluruhan lingkungan masyarakat di mana tempat para santri itu bermukim dan untuk menuntut ilmu, maka disebut pesantren.

Pesantren sebagai suatu lembaga pendidikan yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat, sekaligus memadukan tiga unsur pendidikan yang amat penting, yaitu : ibadah untuk menanamkan iman, tablig untuk penyebaran ilmu dan amal untuk mewujudkan kegiatan kemasyarakatan.

Kebanyakan pondok pesantren hanya fokus pada pendidikan pembelajaran formal saja dan mengesampingkan non formal sebagai daya bantu untuk mengembangkan skill dalam menjalankan usaha atau bisnis berbeda dengan pondok pesantren Al- Masduqiah tidak hanya fokus pada pendidikan akan tetap juga fokus pada dunia kewirausaha .dimana pondok pesantren ini menciptakan sebuah usaha dibidang kuliner yang diberi nama Izzy Bakery.

Izzi Bakery adalah usaha dibidang kuliner, yakni istilah umum untuk wirausaha yang melayani pemesanan berbagai macam olahan makanan yang melibatkan perlengkapan untuk kubutuhan pesta maupun instansi yang di siapkan pada waktu dan tempat tertentu.Pengembangan usaha Roti ini sebagai basis ekonomi Pondok, yang merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindak lanjuti dengan langkah nyata.

Yang membedakan izzy bakery dengan produk yang lain yaitu cara pembuatan yang sangat higienis, dan tidak menggunakan bahan – bahan kimia dan yang digunakan bahan-bahan alami, itulah konsumen luar santri dan juga masyarakat sekitar menyukai produk-produk yang ada di papbrik roti (Izzi bakery). pemasarannya dimana produk yang lain menggunakan via online sedangkan di pondok Al- Masduqiah menggunakan pemasaran secara face to face karyawan bisa berinteraksi langsung dengan para konsumen sehingga bisa tahu apa kekurangan dari produk izzy bakery. dan upaya menarik minat konsumen adalah dengan cara melakukan pemasaran melalui alumni yang memproduksinya, memberi pelayanan yang terbaik,memberikan kemasan yang unik,dan memberikan harga yang relative murah,memberikan rasa dan tekstur yang tidak kalah dengan produk yang lainnya.

Pada tanggal 01 Agustus 2016 berdirilah usaha . dan usaha tersebut didirikan oleh Ny.Hj Zulfa Badri S.pdi. sampai sekarang dan Alhamdulillah usaha roti tersebut sudah mencapai kurang lebih 7 tahun berjalan . akan tetapi walau hanya berumur kurang lebih 7 tahun usaha roti tersebut sudah melebihi target maksimum dari penjualan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti ingin lebih mendalami dalam memahami tentang strategi pemasaran bisnis atau usaha roti Izzu Bakery. Hingga peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul; “ **Strategi Pemasaran Izzu Bakery Dalam Meningkatkan Ekonomi Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah)** “dalam rangka meneliti lebih jauh tentang pemasaran usaha Roti Izzu Bakery yang merupakan Badan Usaha Milik Pesantren dan Dalam Upayanya Meningkatkan Ekonomi Pesantren, sehingga banyak menarik konsumen dalam pemesanan.

B. Identifikasi Masalah

Kemandirian Ekonomi di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah telah memberikan kontribusi dalam pengelolaan dan peningkatan perekonomian masyarakat, seperti adanya usaha-usaha di dalamnya, yang di kelola oleh Pesantren tersebut dan melibatkan masyarakat sekitar secara langsung. Bentuk usaha yang ada di wilayah tersebut, langsung bersentuhan dengan para alumni dan juga para toko masyarakat. Berdasarkan latar belakang, dalam penelitian mengidentifikasi beberapa masalah antara lain:

1. Pesantren mayoritas fokus pada pendidikan agama tidak terbiasa fokus pada ekonomi
2. Strategi pemasaran di pesantren masih dianggap belum moderen

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pertanyaan yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran izzu bakery di pondok pesantren Al-Masduqiah dalam meningkatkan ekonomi pesantren?
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan pelaksanaan strategi pemasaran produk izzu Bakery?

D.Tujuan Penelitian

Berkembang dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran izzi bakery di pondok pesantren Al- Masduqiah dalam meningkatkan ekonomi pesantren
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Izzi Bakery dalam meningkatkan ekonomi di pondok pesantren Al- Masduqiah

E.Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritas

- a. Dengan memahami pengembangan strategi pemasaran Izzi Bakery diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu yang baru bagi kita semua.
- b. Dengan memahami pengembangan strategi pemasaran di harapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam memilih usaha yang kita rintis.

2. Secara praktis

Bagi usaha Roti Izzi Bakery Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi bisnis Roti Izzi Bakery untuk menentukan kebijakan dan keputusan dimasa akan datang, serta dapat dijadikan tolak ukur untuk bisa meningkatkan Produk Izzi Bakery dengan baik dan memuaskan konsumen. Dengan begitu Izzi Bakery di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah bisa mewujudkan cita-cita besarnya.

a. Bagi Pihak Lain / Calon Konsumen

Dapat mengetahui informasi tentang Produk Izzi Bakery. Dan juga agar lebih mengetahui tentang pengelolaan usaha Roti yang baik, serta bisa menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya.

b. Bagi Penulis

Dapat menjadi ilmu yang baru dan juga sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas agama Islam di Universitas nurul jadid paiton , probolinggo . Serta mendapat pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas mengenai pemasaran usaha dalam meningkatkan kemandirian Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

F. Definisi Konsep

Dalam hal ini, Penulis akan menjelaskan mengenai istilah- istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak timbul kekeurangelasan atau terdapat perbedaan penafsiran dan juga dalam menginterpretasikan. Adapun istilah yang perlu ditekankan adalah :

1. Strategi

Dalam bidang ekonomi, kata strategi erat kaitannya dengan pemasaran. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi diartikan sebagai rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi.

2. Pemasaran

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan serta pertukaran timbal balik produk, dan nilai dengan orang lain. Jadi, manajemen pemasaran adalah kegiatan pengaturan secara maksimal fungsi-fungsi pemasaran agar kegiatan pertukaran atau penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dapat berjalan lancar dan memuaskan.¹

¹ Widyatama, S, *Manajemen Pemasaran, Journal of Chemical Information and Modeling*, (2018)53(9), 22–39.

Pemasaran menurut Sudaryono merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran berarti jauh lebih luas daripada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran/penjualan produk tersebut. Jadi, kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

3. Peningkatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, peningkatan adalah proses, cara, atau perbuatan yang dilakukan untuk menaikkan sesuatu, atau dapat diartikan sebagai usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya.

4. Ekonomi Pesantren

Ekonomi pesantren adalah kemampuan pesantren untuk mengatur operasional pesantren melalui kegiatan ekonomi tanpa bergantung pada pihak lain. Salah satu indikator sebuah pesantren memiliki kemandirian ekonomi adalah hasil unit usaha memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kegiatan edukasi dan operasional di pesantren sehingga kesinambungan pesantren tidak terlalu tergantung pada kontribusi uang partisipasi dari santri dan bantuan pihak lain.

5. Izzy Bakery

Adalah sebuah Badan Usaha Milik Pesantren (BUMP) roti yang berada di pondok pesantren Al – Mashduqiah kecamatan kraksaan, yang memproduksi

bermacam olahan roti dan jajanan sendiri untuk acara pernikahan maupun acara pertunangan.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama dengan judul yang penulis angkat. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulisan. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Fitri Cahya Latif. Dalam Skripsinya yang berjudul “ Strategi Pemasaran Usaha Nice Bakery (Studi Kasus di Tonado) Untuk dapat menghasilkan produk Nice Bakery dengan perlu mengadakan peningkatan kualitas produk sesuai selera konsumen. Kualitas yang ditetapkan harus sesuai dengan selera konsumen sehingga meningkatkan kualitas yang dilakukan dapat menghasilkan produk Nice Bakery yang dapat memuaskan selera konsumen, dan langkah awal yang perlu dilakukan dengan promosi adalah membuat produk Nice Bakery di kota Tonado mudah dikenali dipasaran. Hal tersebut salah satunya dapat dilakukan dengan mengenalkan identitas produk dengan kemasan menarik dan identitas yang jelas, dengan beberapa keunggulan produk yang diperkenalkan melalui toko, dan konsumen yang akan dengan mudah mengenali produk yang dimaksud dipasaran. Strategi yang dapat digunakan berkenan dengan strategi ini adalah : 1) membuat kemasan produk yang lebih menarik dari produk sejenis lainnya. Konsumen kini lebih banyak membutuhkan waktu untuk memilih produk yang dicari Karena produk sejenis semakin banyak ditawarkan. Diterapkan antara lain strategi yang intensif (penetrasi pasar dan

pengembangan produk). Dari analisis yang telah dilakukan strategi yang pengembangan produk (product developmen.²

Yola Syafitri dalam Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Roti Pada Usaha Roti Andalan Bakery” adalah : a) melakukan promosi, b) memperluas wilayah pemasaran, c) meningkatkan daya tarik produk, d) meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Namun keempat strategi tersebut dievaluasi kembali untuk memperoleh prioritas strategi yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Prioritas strategi tersebut adalah meningkatkan daya tarik produk dengan cara membuat desain kemasan yang di jual dan juga pihak usaha harus melakukan promosi agar produk dapat di kenal oleh masyarakat.³

Muhammad Afridal. Dalam skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjung di Kecamatan Samalanga Kecamatan Bireuen” Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industry rumah tangga Roti Tanjung di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasaran produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah.⁴

² Fitri Cahya Latif, *Strategi Pemasaran Usaha Nice Bakery ,(Studi kasus di Tondano:2013).*

³ Yola Safitri, ”*Strategi Pemasaran Roti Pada Roti Andalan Bakery(Studi Kasus di Kota Padang :2016)*

⁴ Afridal, ”*Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjung di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuan” Skripsi ,(Universitas AlMuslim:2017)*

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian
1	Fitri Cahya Latif	Strategi Pemasaran Usaha Nice Bakery (Studi Kasus di Tondano)	Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilakukan promosi adalah untuk membuat produk nice bakery di kota Tondano mudah dikendali di pasaran.	Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Cahya Latif 2013 strategi pemasaran usaha Nice Bakery di Tondano, kualitas yang ditetapkan harus sesuai dengan selera konsumen dan membuat produk Nice Bakery di Kota Tondano mudah, dikenali di pasaran membuat kemasan produk yang lebih menarik dari produk

				sejenis lainnya.
2.	Yola Syafitri	“Strategi Pemasaran Roti Pada Usaha Roti Andalan Bakery	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Untuk memperoleh prioritas strategi yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan, roti andalas bakery melakukan promosi , dan memperluas wilayah pemasaran.	Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad afridal adalah menegnai strategi pengembangan usha roti tanjung di kecamatan samalang kabupaten bireuan, altenatif strategi yang dapat di terapkan adalah perbaikan sarana dan prasana
3.	Muhammad d afridal	Strategi pengembangan usah roti tanjung di	Menunjukkan bahwa alternative strategi yang	Penelitian yang di lakukan oleh Muhammad

		kecamatan samalang bireun	dapat di terpakan dalam pengembangan usaha adalah perbaikan sarana dan prasana produksi dan sumber daya manusia	afridal adalah mengenai strategi pengembangan usaha roti tanjung di kecamatan samalangan kabupaten bieruan, altenatif setrategi yang dapat di terpakan adalah perbaikan saran dan prasarana
--	--	---------------------------------	---	--