

Analisis Swot Pada Unit Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang Kabupaten Landak

Taufiqurrohman

Mahasiswa Pasca Sarjana Ekonomi Syariah IAIN Pontianak, Kalimantan Barat

Email: abahtaufig3@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menentukan prioritas strategi usaha yang dapat mendukung pendapatan perusahaan dalam rangka pendanaan program pondok pesantren. Penelitian ini berupaya mengkaji analisis SWOT program bisnis Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Juli 2024 di Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang Kabupaten Landak. Analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis data yang meliputi pemeriksaan matriks QSPM, matriks SWOT, serta faktor internal dan eksternal (matriks IFE dan EFE). Berdasarkan hasil penelitian, variabel internal Unit Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang memperoleh skor 2,63 yang berarti berada pada posisi sedang hingga sedang. Dengan skor 2,12, faktor eksternal Unit Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang berada pada posisi cukup tanggap terhadap peluang dan tantangan yang ada. Unit Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang berada pada kuadran I yang menekankan pada strategi yang berorientasi pada pertumbuhan dan agresif. Penambahan cabang perusahaan merupakan alternatif tindakan terbaik bagi pengembangan unit usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang.

Kata kunci: QSPM, strategi usaha, SWOT, unit usaha Pesantren.

PENDAHULUAN

Pesantren merupakan salah satu cerminan Islam tradisional Indonesia yang keberadaannya telah teruji oleh sejarah dan terus berlanjut hingga saat ini. Pesantren berperan penting bagi perkembangan Islam, khususnya di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari beberapa faktor yang melatarbelakanginya. Sebagai lembaga pendidikan tertua di Indonesia, pesantren memiliki sejarah panjang dan dampak sosial yang signifikan. Pesantren merupakan lembaga pendidikan bagi generasi muda yang memadukan ilmu agama, etika, dan moral untuk membentuk pribadi yang bermoral dan bermartabat (Kompri 2018).

Pondok pesantren berfungsi sebagai lembaga pendidikan dan dakwah, seiring dengan perkembangannya, peran pondok pesantren juga semakin meluas hingga mencakup kegiatan pemberdayaan masyarakat. Pondok pesantren dapat berperan dalam memberdayakan masyarakat dalam berbagai hal, termasuk ekonomi (Nadzir 2015).

Salah satu teori pondok pesantren yang berkembang saat ini adalah pondok pesantren yang menjalankan programnya secara mandiri tanpa adanya pendanaan dari luar.

Kemampuan pondok pesantren untuk menjalankan kegiatan ekonominya tanpa tergantung pada pihak luar disebut dengan kemandirian ekonomi. Salah satu tolok ukurnya adalah unit usaha pondok pesantren yang memberikan kontribusi besar terhadap operasional pendidikan dan mengurangi ketergantungan lembaga terhadap sumbangan santri atau sumber luar (Bank Indonesia 2015; Irfany 2016). Pondok Pesantren Nurul Islam yang terletak di Kecamatan Ngabang, Kabupaten Landak merupakan salah satu pondok pesantren yang memiliki lembaga unit usaha untuk mendukung kemandirian ekonomi pondok pesantren.

Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang Kabupaten Landak, yang merupakan salah satu institusi pesantren di Kalimantan Barat, berusaha untuk melaksanakan UU Pesantren Nomor 18 tahun 2019 dan berfungsi sebagai lembaga pendidikan dan dakwah Islam. Selain itu, pesantren bertujuan untuk melaksanakan fungsi pemberdayaan sosial dengan mendirikan BMT (*Baitul Maal wa At tamwil*) pada tahun 2019. BMT ini berbadan hukum dan menerima modal dari karyawan yayasan Nurul Islam. Namun, BMT Nurul Islam mengalami Kevakuman setelah satu tahun. Untuk mendukung pengembangan pesantren, Pondok Pesantren mendirikan Toko Nurul Islam dan beberapa usaha ekonomi lainnya pada tahun 2020. Toko Nurul Islam termasuk toko yang menjual sembako dan barang-barang lain yang diperlukan oleh santri dan masyarakat sekitar Pondok Pesantren Nurul Islam. Selain itu, juga ada kantin putra dan kantin putri yang menjual makanan dan minuman untuk para santri.

Tantangan yang dihadapi Pondok Pesantren Nurul Islam dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya yaitu semakin tingginya persaingan bisnis dari berbagai jenis usaha yang ada disekitar pesantren. Namun demikian pihak manajemen Unit Usaha Pesantren Nurul Islam dituntut harus mampu bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam menentukan strategi bisnis yaitu dengan melakukan analisa usaha yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. SWOT merupakan suatu metode analisis yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang dapat digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu proyek atau spekulasi bisnis (Swarsono 2002). Sebagaimana didefinisikan oleh Stephen and Coulter (2007), analisis SWOT meneliti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman lingkungan eksternal suatu organisasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis SWOT program usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang agar diperoleh strategi usaha prioritas yang dapat meningkatkan pendapatan usaha untuk pembiayaan program pesantren.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang Kabupaten Landak pada bulan Mei sampai dengan Juli 2024. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner terhadap responden yaitu Pimpinan Lembaga Ekonomi Usaha Pondok Pesantren Nurul

Islam Ngabang dan pejabat atau pegawai pada masing-masing unit usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT. Matriks QSPM digunakan untuk menganalisis tahap pengambilan keputusan strategis, matriks SWOT, dan faktor internal dan eksternal (matriks IFE dan EFE).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Internal factors evaluation (IFE) matriks

Hasil dari penilaian responden terhadap faktor *internal* Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang didapatkan total skor rata-rata IFE sebesar 2,63 yaitu posisi strategi Lembaga Usaha Pesantren Ngabang berada pada kondisi sedang/rata-rata.

Tabel 1. IFE Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang

No	Faktor-faktor Strategi <i>Internal</i>	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Target konsumen utama adalah santri, guru, dan masyarakat sekitar pesantren	0.15	3.83	0.57
2	Jenis produk yang ditawarkan bervariasi sesuai kebutuhan konsumen	0.14	3.17	0.45
3	Kondisi keuangan unit usaha yang memadai dan bersumber dari lembaga pesantren	0.14	3.17	0.44
4	Harga produk yang ditawarkan terjangkau	0.13	2.67	0.34
Total Kekuatan		0.56	12.83	1.80
Kelemahan				
1	Tempat usaha hanya terfokus diwilayah pesantren	0.10	2.00	0.19
2	Kemampuan SDM terkait manajemen bisnis dan strategi pemasaran yang terbatas	0.11	2.17	0.24
3	Kurang maksimalnya promosi	0.10	2.33	0.23
4	Liburan pesantren	0.13	1.17	0.16
Total Kelemahan		0.44	7.76	0.82
Total Faktor <i>Internal</i>		1.00	20.50	2.63

Sumber: Data penelitian diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada faktor *internal* yang berupa kekuatan dan kelemahan Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang diperoleh bahwa nilai pada faktor kekuatan sebesar 1.80 dan nilai pada faktor kelemahan sebesar 0.82 sehingga diperoleh total skor matriks IFE sebesar 2.63. Mengacu pada hasil identifikasi tersebut diketahui bahwa faktor kekuatan utama pada Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang yaitu target konsumen utama adalah santri, guru,

dan masyarakat sekitar pesantren dengan skor 0.57, hal dikarekana konsumen yang ditetapkan dalam target pasar menjadi faktor kunci terhadap perputaran modal usaha pesanten, dimana Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam fokus pada penyediaan produk-produk kebutuhan pokok santri, guru, maupun masyarakat sekitar (Tabel 1).

Faktor kekuatan Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang yang kedua yaitu jenis produk yang ditawarkan bervariasi sesuai kebutuhan konsumen dengan skor 0.45 dimana Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang memiliki usaha kanti putra dan putri dan usaha penjualan seragam santri yang ditargetkan untuk santri, usaha penjualan sembako, penjualan makanan dan minuman, serta usaha ATK dan buku yang ditargetkan pada santri, guru, dan masyarakat sekitar. Faktor kekuatan ketiga yaitu kondisi keuangan unit usaha yang memadai dan bersumber dari lembaga pesantren dengan skor 0.44, sehingga permodalan usaha stabil, serta faktor kekuatan keempat yaitu harga produk yang ditawarkan terjangkau dengan skor 0.34, dimana harga produk yang dipasarkan disesuaikan dengan kemampuan target pasar yaitu santri, guru, dan masyarakat sekitar pesantren (Tabel 1).

Kelemahan merupakan kondisi keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh Lembaga Usaha Pesantren sesuai dengan observasi yang dilakukan baik keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif dapat menghambat kinerja Lembaga Usaha Pesantren. Manajemen usaha pesantren dapat mengantisipasi kemungkinan kegagalan yang akan terjadi akibat kelemahan yang dimiliki. Kelemahan utama pada Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang yaitu kemampuan SDM terkait manajemen bisnis dan strategi pemasaran yang tebatas dengan skor 0.24, dimana pengelolaan usaha pesantren dengan melibatkan santri yang bertujuan untuk memberikan pembelajaran dan pengalaman bagi santri dalam berwirausaha, namun mereka belum sepenuhnya memiliki pemahaman tekait manajemen bisnis. Selain itu, kelemahan yang dimiliki Lambaga usaha pesantren yaitu kurang maksimalnya promosi dengan skor 0.23 dimana target pasar dan tempat usaha hanya terfokus diwilayah pesantren dengan skor 0.19, sehingga saat musim liburan pesantren dan pulangnya santri pelanggan lembaga usaha dapat menurun dengan skor kelemahan sebesar 0.16 (Tabel 1).

Eksternal factors evaluation (EFE) matriks

Hasil penilaian faktor eksternal Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang diperoleh hasil analisis matrik EFE pada lembaga usaha yang didasarkan pada penambahan faktor eksternal berupa peluang sebesar 1,23 dan faktor eksternal berupa ancaman sebesar 0,89 sehingga total skor matrik EFE sebesar 2,12. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang berada pada

level moderat dalam merespon peluang dan ancaman yang ada. Tabel 2. EFE Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang.

No	Faktor-faktor Strategi <i>Eksternal</i>	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Pertambahan jumlah santri dan pertumbuhan penduduk didekat wilayah pesantren	0.24	1.50	0.36
2	Melakukan kerjasama dengan masyarakat	0.23	2.17	0.49
3	Lembaga usaha sudah dikenal di kalangan masyarakat dan memiliki hubungan baik dengan masyarakat sekitar	0.21	1.83	0.38
Total Peluang		0.68	5.50	1.23
Ancaman				
1	Munculnya pesaing baru dengan jenis unit usaha yang sama	0.15	2.83	0.44
2	Terjadinya inflasi dan menurunnya ekonomi masyarakat	0.17	2.67	0.46
Total Ancaman		0.33	0.50	0.89
Total Faktor <i>Eksternal</i>		1.00	11.00	2.12

Sumber: Data penelitian diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan mariks EFE bahwa peluang Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang yang berada pada urutan pertama yaitu lembaga usaha pesantren perlu melakukan kerjasama dengan masyarakat dengan skor 0.49, hal ini dapat menjadi salah satu strategi promosi dan pengembangan lembaga usaha agar mampu memperluas target pasar yang ditetapkan. Selanjutnya peluang yang dimiliki Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam yaitu lembaga usaha sudah dikenal di kalangan masyarakat dan memiliki hubungan baik dengan masyarakat sekitar dengan skor 0.38, sehingga dengan menjaga hubungan baik tersebut diperoleh loyalitas konsumen terhadap lembaga usaha. Peluang selanjutnya yaitu pertambahan jumlah santri dan pertumbuhan penduduk didekat wilayah pesantren dengan skor 0.36 hal ini dapat menambah target pasar yang ditetapkan (Tabel 2).

Hasil dari identifikasi lingkungan *eksternal* terhadap faktor ancaman pada Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam yaitu adanya ancaman terhadap inflasi dan menurunnya ekonomi masyarakat dengan skor 0.46, serta munculnya pesaing baru dengan jenis unit usaha yang sama dengan skor 0.44 sehingga daya kosumsi masyarakat terhadap produk-produk usaha dapat menurun serta adanya ancaman terhadap berpindahnya pelanggan pada lembaga usaha lainnya yang disebabkan semakin banyaknya pilihan tempat berbelanja yang ada pada konsumen dan berdampak terhadap persaingan bisnis yang semakin ketat (Tabel 2).

Matriks SWOT

Hasil analisis faktor internal Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang Kabupaten Landak seharusnya mampu menghasilkan beberapa alternatif strategi berdasarkan analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman untuk meningkatkan pendapatan usaha dan keberhasilan usaha. Sehingga posisi dan keadaan lembaga usaha pada akhirnya dapat memilih tindakan yang terbaik. Ferrel and Harline (2005), menyatakan bahwa tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengekstrak informasi dari hasil analisis dan membaginya menjadi faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Komponen dari metode ini adalah S-O, S-T, W-O, dan W-T.

Tabel 3. Matriks SWOT Lembaga Usaha Pesantren Nurul Islam Ngabang

		Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
		Peluang (Opportunities)	Strategi W-O
		Ancaman (Threats)	Strategi W-T
Faktor Internal			
Faktor Eksternal			

Kekuatan (Strengths)

- Target konsumen utama adalah santri, guru, dan masyarakat sekitar pesantren
- Jenis produk yang ditawarkan bervariasi sesuai kebutuhan konsumen
- Kondisi keuangan unit usaha yang memadai dan bersumber dari lembaga pesantren
- Harga produk yang ditawarkan terjangkau

Kelemahan (Weakness)

- Tempat usaha hanya terfokus diwilayah pesantren
- Kemampuan SDM terkait manajemen bisnis dan strategi pemasaran yang terbatas
- Kurang maksimalnya promosi
- Liburan Pesantren

Peluang (Opportunities)

- Pertambahan jumlah santri dan pertumbuhan penduduk didekat wilayah pesantren
- Melakukan kerjasama dengan masyarakat
- Lembaga usaha sudah dikenal di kalangan masyarakat dan memiliki hubungan baik dengan masyarakat

Strategi S-O

- Menambah Cabang Usaha (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3)

Strategi W-O

- Melakukan kerja sama atau join bisnis dengan masyarakat (W1, W3, W4, O2, O3)
- Memberikan pelatihan manajemen bisnis kepada Karyawan (W2, O1, O2)

Strategi S-T

- Meningkatkan kualitas produk dan kualitas
- Memberikan potongan harga atau diskon (S1, S2, S3, S4, T2)

Strategi W-T

- Memaksimalkan promosi keluar pesantren (W3, W4, T1)
- Memperluas pangsa pasar keluar pondok pesantren (W1, W4, T1, T2)

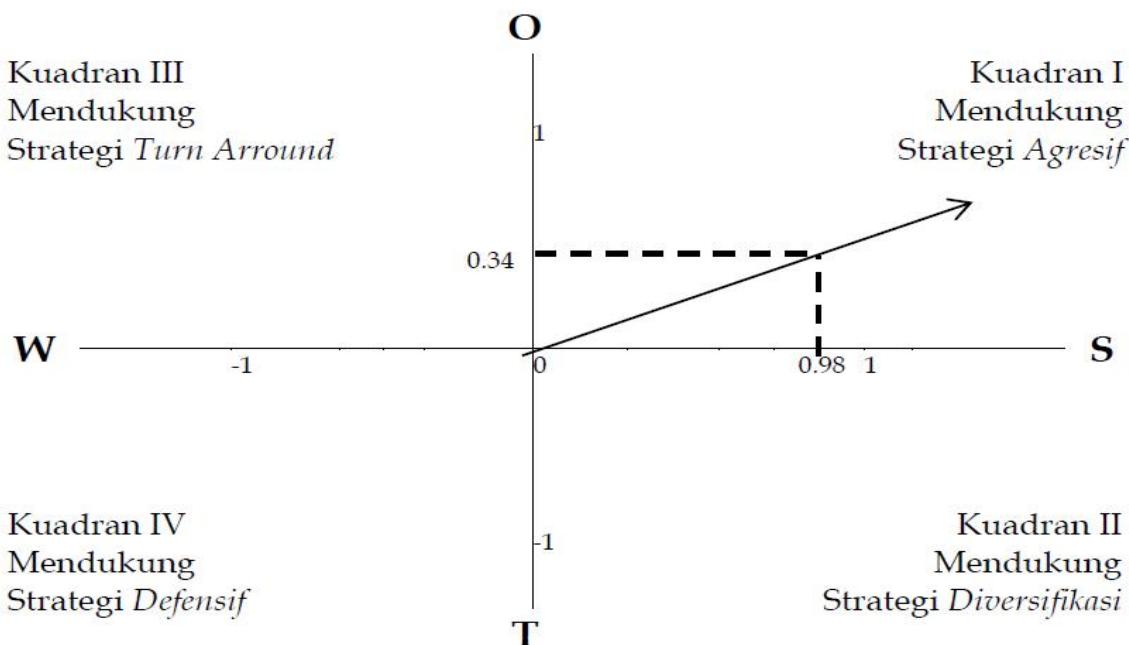
Berdasarkan hasil analisis SWOT Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang Kabupaten Landak diperoleh empat alternatif rumusan strategi yang akan memberikan gambaran jelas tentang bagaimana lembaga usaha tersebut dapat menyesuaikan kekuatan dan kelemahan internalnya dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya.

Diagram analisis SWOT

Diagram analisis SWOT menghitung kondisi perusahaan Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang saat ini. Hasil pengujian IFE dan EFE menunjukkan bahwa ancaman (T) sebesar 0,89, peluang (O) sebesar 1,23, kelemahan (W) sebesar 0,82, dan kekuatan (S) sebesar 1,80. Hasil nilai ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan yang menampilkan letak koordinat X dan Y adalah

sebagai berikut: Diagram analisis SWOT menghitung kondisi perusahaan Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang saat ini. Hasil pengujian IFE dan EFE menunjukkan bahwa ancaman (T) sebesar 0,89, peluang (O) sebesar 1,23, kelemahan (W) sebesar 0,82, dan kekuatan (S) sebesar 1,80. Hasil nilai ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan yang menampilkan letak koordinat X dan Y adalah sebagai berikut:

Nilai koordinat X = S-W = $1.80 - 0.82 = 0.98$ Nilai
koordinat Y = O-T = $1.23 - 0.89 = 0.34$



Nilai koordinat Y (0,98; 0,34) pada Kuadran I (Kekuatan-Peluang) atau mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi berorientasi pertumbuhan), analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa titik potong diagram berada pada sumbu X. Kuadran I merupakan posisi yang sangat menguntungkan untuk mengembangkan Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang (Gambar 1). Hal ini dikarenakan lembaga usaha tersebut kuat dan berpotensi untuk menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru. Karena pendekatan yang disarankan bersifat progresif, maka lembaga usaha pondok pesantren berada dalam kondisi yang sangat baik dan stabil, sehingga memungkinkan untuk terus tumbuh, berkembang, dan maju. Oleh karena itu, pendekatan yang disarankan adalah Strategi S-O (Palit et al. 2017).

Mengembangkan sektor bisnis baru atau meningkatkan mutu lembaga bisnis yang sudah ada merupakan dua cara lembaga bisnis pesantren dapat lakukan. Strategi pada kuadran I adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi yang berpusat pada pertumbuhan). Menurut Rangkuti (2019), strategi pertumbuhan yang agresif diterapkan pada bisnis atau organisasi dalam situasi terbaik dan paling stabil agar dapat terus tumbuh dan mencapai

kemajuan yang sebesar-besarnya. Mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi yang berorientasi pada pertumbuhan) merupakan pendekatan yang harus digunakan dalam situasi ini, khususnya:

a) Penetrasi pasar

Melalui upaya pemasaran yang ekstensif, strategi penetrasi pasar bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar suatu produk atau layanan di pasar saat ini. Hal ini mungkin memerlukan penambahan karyawan atau sumber daya manusia, pengeluaran untuk iklan yang lebih tinggi, menawarkan promosi penjualan yang ekstensif, atau meningkatkan upaya publisitas.

b) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar akan lebih berhasil jika tersedia saluran distribusi baru, murah, dan berkualitas tinggi, organisasi berhasil dalam apa yang dilakukannya, pasar belum dieksplorasi, atau konsumen belum jenuh. Organisasi memiliki sumber daya manusia dan keuangan yang dibutuhkan untuk mengelola pasar dan berkembang pesat dalam skala global.

c) Pengembangan produk

Lembaga usaha yang memiliki produk pada tahap siklus produk akan menemukan bahwa pengembangan produk merupakan pendekatan yang lebih berhasil. Salah satu strateginya adalah membuat pelanggan mencoba barang atau jasa baru sehingga mereka akan memiliki opini positif tentang produk yang diberikan ketika perusahaan beroperasi di sektor ekonomi tempat kemajuan teknis terjadi dengan cepat. Ketika pesaing yang signifikan menyediakan barang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar. Ketika bisnis bersaing dalam industri dengan perkembangan yang cepat. Ketika entitas bisnis memiliki keterampilan penelitian dan pengembangan yang luar biasa

d) Integrasi *horizontal*

Salah satu strategi untuk mengambil alih kendali atau memberikan pengaruh lebih besar pada pesaing perusahaan adalah integrasi horizontal. Meningkatkan integrasi horizontal sebagai strategi pertumbuhan adalah salah satu strategi yang dapat digunakan. Peningkatan skala ekonomi dan transfer sumber daya serta keahlian dimungkinkan oleh penggabungan, akuisisi, dan pengambilalihan pesaing.

e) Diversifikasi

Salah satu strategi yang sering digunakan bisnis untuk memanfaatkan sinergi adalah diversifikasi. Ini termasuk memanfaatkan penggunaan nama merek terkenal secara luas,

menggabungkan berbagai aktivitas bisnis terkait menjadi satu operasi untuk mengurangi biaya, dan mentransfer keahlian kompetitif, teknologi, atau kemampuan lain yang berharga dari satu bisnis ke bisnis lain. Ini juga melibatkan kerja sama lintas lini perusahaan untuk mengembangkan keunggulan dan keterampilan kompetitif.

Quantitative strategic planning matrix (QSPM)

Lembaga Perusahaan Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang menggunakan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) sebagai langkah terakhir dalam menyusun alternatif rencana pertumbuhan perusahaan yang terbaik. Berdasarkan komponen internal dan eksternal yang teridentifikasi dalam matrik analisis IFE, EFE, dan SWOT, matrik QSPM digunakan sebagai alat analisis untuk secara objektif menghasilkan pilihan strategi alternatif terbaik. Berdasarkan keadaan lembaga usaha pondok pesantren saat ini dan penerapan intuisi, maka dilakukan pengisian matrik QSPM. Mengingat salah satu pengambil keputusan strategis primer pada Lembaga Usaha Pondok Pesantren adalah yang berada di bawah kewenangan manajemen, maka yang menjadi responden dalam analisis ini adalah tim manajemen Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang yang meliputi Pimpinan Lembaga Usaha Pondok Pesantren, Nuris Koordinator 1, 2, dan 3.

Matriks QSPM diperoleh dari hasil perhitungan dengan cara mengalikan nilai daya tarik total (TAS) dengan bobot rata-rata masing-masing pengenalan lingkungan internal dan eksternal Lembaga Usaha Pondok Pesantren. Pihak manajemen Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang dapat melaksanakan alternatif tindakan strategis yang akan dihasilkan dari matriks QSPM. Strategi S-O (Strength- Opportunities) merupakan alternatif terbaik berdasarkan titik potong diagram sumbu X; Y berada pada Kuadran I. Hal ini berdasarkan perhitungan matriks IFE dan EFE yang dijadikan pedoman untuk menentukan alternatif strategi pada diagram analisis SWOT Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang. Berdasarkan hasil perhitungan TAS, penambahan cabang usaha dengan nilai TAS sebesar 6,593 merupakan alternatif strategi S-O yang dapat dipertimbangkan dalam mengembangkan Lembaga Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal Unit Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang berada pada posisi sedang/rata-rata dengan skor 2,63. Faktor eksternal Unit Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang berada pada posisi sedang dalam merespon

peluang dan ancaman yang ada, dengan skor 2,12. Posisi Unit Usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang berada pada kuadran I yang mendukung strategi agresif (berorientasi pada pertumbuhan). Alternatif strategi yang tepat untuk mengembangkan unit usaha Pondok Pesantren Nurul Islam Ngabang adalah dengan menambah cabang usaha.

REFERENSI

- Bank Indonesia. 2015. Identifikasi Key Success Factor Lembaga Pesantren. Jakarta: Bank Indonesia.
- Ferrel O, Harline. 2005. Marketing Strategy. South Western: Thomson.
- Irfany MI. 2016. Pemberdayaan Kemandirian Pesantren. FGD Roadmap Pengembangan Kemandirian Ekonomi Pesantren. Jakarta: Bank Indonesia.
- Kompri. 2018. Manajemen dan kepemimpinan Pondok Pesantren. Jakarta: Prenada media .
- Nadzir M. 2015. Membangun Pemberdayaan Ekonomi di Pesantren. Jurnal Economica. 6(1):37–56.
- Palit IG, Talumingan C, Rumagit CAJ. 2017. Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. Jurnal Agri-Sosial Ekonomi Unsrat. 13(2):21–34.
- Rangkuti F. 2019. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Stephen P, Coulter RM. 2007. Management. Prentice Hall.
- Swarsono. 2002. Manajemen Strategik Konsep dan Kasus. Yogyakarta: UPP AMP YKP.