

**STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN UNTUK  
MENUMBUHKAN MINAT DAN BAKAT SANTRI DALAM  
BERWIRUSAHA (STUDI KASUS DI PONDOK PESANTREN  
MAHASISWA ENTREPRENEUR NURIS 2 JEMBER)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
Fakultas Dakwah  
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh :

Halimatus Sa'diah  
NIM. D20181018

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
DESEMBER 2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN UNTUK  
MENUMBUHKAN MINAT DAN BAKAT SANTRI DALAM  
BERWIRUSAHA (STUDI KASUS DI PONDOK PESANTREN  
MAHASISWA ENTREPRENEUR NURIS 2 JEMBER)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
Fakultas Dakwah  
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

**Halimatus Sa'diah  
NIM : D20181018**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
Disetujui Pembimbing



**Nasiruddin Al Ahsani, M.Ag.**  
**NIP. 199002262019031006**

**STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN UNTUK  
MENUMBUHKAN MINAT DAN BAKAT SANTRI DALAM  
BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS DI PONDOK PESANTREN  
MAHASISWA ENTREPRENEUR NURIS 2 JEMBER)**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
Fakultas Dakwah  
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Kamis  
Tanggal: 29 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua

  
Muhammad Ardiansyah, M.Ag  
NIP. 19761222 200604 1 003

Anggota :

1. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I, M.Si
2. Nasirudin Al Ahsani, M.Ag.

Sekretaris

  
Muhammad Farhan, M.I.Kom  
NUP. 201908186



  
Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah  
Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag.  
MP. 197406062000031003

## MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya : “Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. (Q.S. Al-Najm: 39).\*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

\* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al Qur' dan Terjemahan.

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan penuh rasa syukur pada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat tersusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana. Dengan segenap rasa cinta dan kasih sayang, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Terima kasih kepada kedua orang tuaku yang tiada henti mendoakan yang terbaik terhadap peneliti pada proses belajarnya. Terimakasih karena telah tulus mendengarkan segala keluh kesah dan terimakasih atas segala dukungan baik secara moril maupun moral.
2. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing, Bapak Nasiruddin Al Ahsani, M.Ag. yang bersedia dengan sabar meluangkan waktunya dengan tulus dalam memberikan bimbingan, arahan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Gus Abdurrahman Fathoni, M.Si beserta Ning Balqis Al-Humairo S.Pd.I selaku pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di lembaganya.
4. Segenap informan yakni Ustdzah Zafila, Ustdzah Anggi, Ustdzah Emil, mbk Kiki yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian skripsi ini.
5. Kepada pimpinan, dosen, karyawan serta seluruh civitas akademik Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah terlibat selama proses kegiatan belajar mengajar hingga selesai.

6. Kepada sahabat-sahabatku, Saiful Bahri, Cahyani, Diyah, Sheila, Kisya, Nenny, Elza, Titin, Fiki yang bersedia memberikan waktu untuk bertukar pikiran dan bersedia mendengarkan keluh kesah perihal skripsi.
7. Kepada teman-teman KPI angkatan 2018, khususnya kleas O1 yang telah memberikan semangat dan motivasi, bersedia memberikan bantuan perihal pengerjaan skripsi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah dengan mengucapkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang menggenggam seluruh alam semesta beserta isinya, yang telah memberi taufik dan hidayah-Nya, serta yang telah memberikan segala kemudahan selama penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, agar mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak.

Skripsi ini disusun oleh peneliti sebagai syarat memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Strata satu (S-1). Setelah melalui proses yang panjang, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember). Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tanpa terlepas dari kehendak Allah SWT, serta berbagai pihak yang telah memberikan dukungan. Dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku Rektor UIN KH Achmad Shiddiq Jember.
2. Prof Dr. Ahidul Asror, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah
3. Gus Abdurrahman Fathoni, M.Si beserta Ning Balqis Al-Humairo S.Pd.I selaku pengasuh dan ustazdah Anggi selaku ketua Pondok Pesantren

Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di lembaganya.

4. Bapak Mochammad Dawud, S.Sos., M.Sos., selaku Kepala Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah
5. Bapak Nasiruddin Al Ahsani, M.Ag. selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia dengan sabar meluangkan waktunya dengan tulus dalam memberikan bimbingan, arahan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh bapak dan ibu dosen terkhusus Fakultas Dakwah yang telah Memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga kepada peneliti selama berada di bangku perkuliahan,

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan yang ada didalamnya. Sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER, 07 November 2022  
J E M B E R

**Halimatus Sa'diah**  
**NIM: D20181018**



## ABSTRAK

Halimatus Sa'diah, 2022 : *Strategi Komunikasi Pondok Pesantren untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Jember)*.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Pondok Pesantren, Minat dan Bakat Santri, Berwirausaha

Kemampuan berkomunikasi tidak menjadi jaminan terjadinya hubungan yang baik, tanpa didukung dengan adanya strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan konsep atau upaya untuk mengerahkan potensi sumber daya kedalam rangkaian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sebuah lembaga pasti mempunyai tujuan serta ciri khas yang membedakan dengan lembaga lainnya. Untuk mencapai tujuannya tersebut sebuah lembaga terutama lembaga pondok pesantren tentunya membutuhkan strategi, salah satu strategi yang dibutuhkan yakni strategi komunikasi yang terencana dengan baik dan benar. Strategi komunikasi sangat diperlukan oleh pondok pesantren terutama mengenai kegiatan-kegiatan, seperti kegiatan kewirausahaan. Diantara banyaknya pondok pesantren yang membekali para santrinya untuk menciptakan generasi-generasi wirausahawan adalah Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*. Sebuah lembaga pasti mempunyai tujuan serta ciri khas yang membedakan dengan lembaga lainnya. Untuk mencapai tujuannya sebuah lembaga pondok pesantren tentunya membutuhkan strategi, salah satu strategi yang dibutuhkan adalah strategi komunikasi yang terencana dengan baik dan benar.

Fokus masalah yang diteliti adalah: 1) Bagaimana strategi komunikasi di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?. 2) Apa saja faktor penghambat dan pendukung dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?.

Untuk mengetahui permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan yakni: strategi yang digunakan oleh pondok pesantren yakni dengan cara mengajak santri secara langsung mengenai kewirausahaan. Pertama yaitu dengan cara penyampaian materi kepada santri dan yang kedua yaitu dengan cara praktek langsung di lapangan. Kemudian faktor penghambat yang terjadi adalah kurang maksimalnya komunikasi yang dilakukan oleh tutor pada saat melakukan *action* atau praktek di lapangan. Sedangkan faktor pendukungnya adalah sasaran komunikasi, pemilihan media dalam komunikasi, pengkajian pesan yang disampaikan, serta perananan komunikator dalam kegiatan kewirausahaan sudah sesuai dan cukup baik.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah .....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori.....	23

C. Kerangka Teoritik.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	52
B. Lokasi Penelitian .....	53
C. Subjek Penelitian .....	54
D. Teknik Pengumpulan Data .....	54
E. Analisis Data.....	56
F. Keabsahan Data .....	56
G. Tahap-tahap Penelitian .....	57
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	61
B. Penyajian data dan Analisis .....	67
C. Pembahasan Temuan .....	78
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

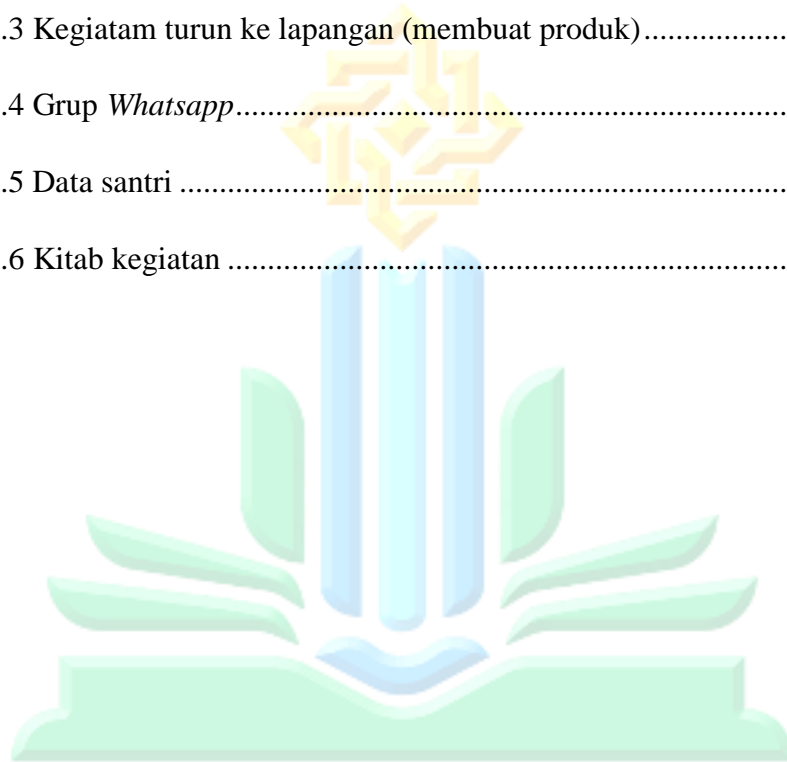
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
--------------------------------------	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka teoritik.....	51
Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan.....	66
Gambar 4.2 Kegiatan wirausaha (penyampaian materi).....	70
Gambar 4.3 Kegiatan turun ke lapangan (membuat produk).....	71
Gambar 4.4 Grup <i>Whatsapp</i> .....	76
Gambar 4.5 Data santri .....	77
Gambar 4.6 Kitab kegiatan .....	78



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Manusia adalah makhluk ciptaan Allah SWT di muka bumi paling sempurna dan memiliki potensi yang tidak dimiliki makhluk lain yakni komunikasi. Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lain, ingin mengetahui bagaimana keadaan yang ada di sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya sendiri. Rasa ingin tahu tersebutlah yang mengharuskan manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi bersifat *omnipresent* (hadir dimana-mana) kapan saja, dimana saja, dan dengan siapa saja.<sup>1</sup> Syarat terjadinya sebuah komunikasi yakni adanya interaksi antara komunikator (penyebarnya) dengan komunikan (penerima pesan). Tidak hanya itu saja, dalam berkomunikasi tentu terdapat etika seperti halnya berkomunikasi dengan perkataan yang baik. Berkomunikasi dengan menggunakan perkataan yang benar dan yang baik merupakan prinsip komunikasi yang terkandung dalam Al-Qur'an yang terdapat di surah Al-Ahzab ayat 70.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.”<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017), hal 02.

<sup>2</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al Qur' dan Terjemahan.

Jadi, Allah SWT memerintahkan manusia untuk senantiasa bertakwa dengan perkataan yang benar. Dengan begitu Allah SWT senantiasa akan membalikkan amal dan mengampuni dosa. Serta siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya niscaya ia akan mencapai keberuntungan yang besar.

Komunikasi juga dapat disebut sebagai proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih, baik disampaikan secara langsung maupun melalui media. Proses komunikasi pun dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja contohnya seperti orang tua dan anak, sesama dengan teman, dan seorang guru dengan muridnya. Komunikasi mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Sehingga komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem, lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

Menurut Laswell terdapat lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain. Pertama, sumber (*source*), atau disebut juga dengan pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*). Kedua, pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada penerima pesan. Ketiga, saluran atau media, yakni alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Keempat, penerima pesan sering disebut dengan komunikan (*communicate*), khalayak (*audience*), atau pendengar (*listener*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber atau komunikator. Kelima, efek yakni apa yang terjadi pada penerima

setelah ia menerima pesan, misalnya penambahan pengetahuan, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju).<sup>3</sup>

Kemampuan berkomunikasi tidak menjadi jaminan terjadinya hubungan yang baik, tanpa didukung dengan adanya strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan konsep atau upaya untuk mengerahkan potensi sumber daya kedalam rangkaian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut effendi terdapat beberapa komponen-komponen didalam strategi komunikasi, antara lain: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, dan pengkajian tujuan pesan komunikasi.<sup>4</sup>

Sebuah lembaga tidak akan lepas dari adanya ide atau pemikiran, baik itu pemikiran individu maupun pemikiran secara kelompok. Sebuah lembaga pasti mempunyai tujuan serta ciri khas yang membedakan dengan lembaga lainnya. Untuk mencapai tujuannya tersebut sebuah lembaga tentunya membutuhkan strategi, salah satu strategi yang dibutuhkan yakni strategi komunikasi yang terencana dengan baik dan benar. Pengertian dari strategi komunikasi sendiri merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan, dalam arti bahwa

---

<sup>3</sup> Yasir, “*pengantar ilmu komunikasi (sebuah pendekatan kritis dan komprehensif)*”, (Yogyakarta: cv budi utama, 2020), hal 9-10.

<sup>4</sup> Dzia, Mutiara, Winda, “*Strategi komunikasi Pendidik Dalam Menghadapi Temper Tantrum Berkebutuhan Khusus*”, Jurnal Makna 5, No, 2, (2019), hal 5-6.



pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.<sup>5</sup> Begitu juga dengan sebuah lembaga keagamaan seperti pondok pesantren.

Istilah “pesantren” berasal dari kata pe”santri”an, dimana kata “santri” berarti murid dalam bahasa Jawa. Sedangkan istilah “pondok” berasal dari bahasa Arab “*funduuq*” yang berarti penginapan.<sup>6</sup> Pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan islam yang para siswanya tinggal bersama dan belajar bersama di bawah bimbingan guru yang lebih dikenal dengan sebutan kyai dan mempunyai asrama untuk bertempat tinggal.

Pondok pesantren pada umumnya bertujuan untuk belajar mengenai agama islam dan mencetak pribadi muslim yang kaffah dalam kehidupan sehari-hari. Pondok pesantren menggunakan eksistensinya menjadi salah satu forum yang mempunyai dampak untuk membentuk kemandirian ekonomi melalui program-program yang ditawarkan oleh pondok pesantren baik dalam hal pendidikan keagamaan hingga pada pelatihan kewirausahaan. Dalam hal tersebut memotivasi beberapa pondok pesantren untuk mencoba memadukan sistem pendidikan dengan

**KI** kewirausahaan.<sup>7</sup>

Diantara pondok pesantren yang memberikan pelatihan mengenai kewirausahaan kepada santri-santrinya adalah Pondok Pesantren

---

<sup>5</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 32.

<sup>6</sup> Imam Syafe’I, “pondok pesantren (lembaga pendidikan pembentukan karakter)”, *Jurnal Pendidikan Islam* 8, (2017): hal 87.

<sup>7</sup> Hasna, Alfi, Muhammad, “Peran pondok Pesantren dalam mencetak wirausaha industry modern (Studi kasus di Pondok Pesantren Aswaja Lintang Songo)”, *Jurnal mahasiswa FIAI-UII, Vol 2, No, 2, 2021*, hal 519.

Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember. Peneliti memilih Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember karena pondok pesantren tersebut memfasilitasi para santrinya untuk belajar mengenai wirausaha yang dapat dijadikan bekal ketika di masyarakat nantinya selain itu pondok pesantren tersebut bisa dikatakan satu-satunya pondok pesantren yang berada disekitar UIN Khas Jember yang mempunyai label *Entrepreneur*. Meskipun di pondok pesantren telah memfasilitasi program atau kegiatan kewirausahaan. Tidak semua santri berminat dalam hal berwirausaha, karena setiap santri memiliki minat dan kemampuan dalam berbagai program kegiatan yang berbeda.<sup>8</sup>

Pondok Pesantren sendiri merupakan lembaga “*Tafaqquh fii ad-din*” (memperdalam ilmu-ilmu agama) yang bergerak dalam berbagai bidang yaitu dakwah islamiyah, pendidikan, pengajaran dan pelayanan sosial. Jadi dari istilah tersebut Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember sebagaimana pondok pesantren yang lain pada umumnya juga bergerak dalam tiga bidang di atas.

KI Berdasarkan dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk menjadikan penelitian dan mengangkatnya menjadi judul penelitian yaitu “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember)”.

---

<sup>8</sup> Santri, diwawancara oleh peneliti, 12 Oktober, 2022.

## B. Fokus Penelitian

Dari konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, dapat ditetapkan fokus dalam penelitian proposal skripsi ini, diantaranya:

1. Bagaimana strategi komunikasi di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?.

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu gambaran yang di dalamnya menjelaskan mengenai gambaran yang akan dituju dalam melakukan penelitian.<sup>9</sup> Adapun Tujuan penelitian dari proposal skripsi ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember dalam menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan apa saja faktor penghambat dan pendukung dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember

---

<sup>9</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*,(Jember:IAIN Jember Press, 2020), hal 45.

untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Unsur manfaat dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, dalam setiap penelitian harus mendapat sesuatu yang bermanfaat baik bagi peneliti, pembaca dan masyarakat maupun khazanah eilmuan. Manfaat penelitian harus realistis, dari penjabaran tersebut maka tersusunlah manfaat penelitian yaitu sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak dan dapat menambah khazanah keilmuan tentang Strategi Komunikasi Pondok Pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha (studi kasus di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember). Sehingga mampu menjadi acuan penelitian selanjutnya yang sejenis dengan penelitian ini.

##### 2. Manfaat Secara Praktis

###### a. Bagi Peneliti

- 1) Penelitian ini memberikan pengalaman dan latihan kepada peneliti dalam Penelitain karya ilmiah secara teori maupun praktek.
- 2) Penelitian ini memberikan wawasan pengetahuan peneliti mengenai menganalisa sebuah lembaga maupun instansi

terutama dalam hal strategi komunikasi, serta dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan kompetensi peneliti.

b. Bagi Pondok Pesantren

Dapat memberikan wawasan dan masukan bagi pondok pesantren sebagai bahan acuan untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam hal berwirausaha. Serta diharapkan dapat memunculkan inovasi baru pada pesantren lain untuk menumbuhkan minat dan bakat santrinya dalam berwirausaha.

c. Bagi Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi seluruh aktivitas akademik untuk menggali lebih dalam suatu kompetensi maupun wawasan pengetahuan terkait strategi komunikasi.

d. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang aktual kepada masyarakat terkait strategi komunikasi dalam meningkatkan minat dan bakat santri untuk berwirausaha, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan pengertian dari beberapa istilah penting yang terdapat pada karya ilmiah. Istilah tersebut menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>10</sup> Maka diperlukan adanya penegasan istilah. Adapun istilah yang digunakan pada proposal skripsi ini diantaranya:

### 1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.<sup>11</sup>

### 2. Pondok Pesantren

Istilah pondok berasal dari bahasa Arab *funduq* yang berarti asrama atau tempat tinggal santri. Istilah pondok biasa dikenal di daerah Madura, sedangkan di daerah Jawa istilah pondok dikenal dengan pesantren. Sementara di Aceh corak pendidikan seperti itu disebut dengan meunasah, dan di Sumatra Barat dikenal dengan

<sup>10</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2020), hal 45.

<sup>11</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 32.

istilah Surau. Secara etimologis berasal dari kata “santri” mendapat awalan pe dan akhiran an yang berarti tempat tinggal para santri. Pondok pesantren merupakan sebuah organisasi pendidikan Islam non formal yang dikelola oleh seorang ulama atau kiai sebagai seorang pimpinan, ustad sebagai staf pengajar dan peserta didiknya disebut dengan santri.<sup>12</sup>

### 3. Minat dan Bakat

Minat merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan sesuatu yang menjadi keinginannya. Minat merupakan faktor yang dapat mengarahkan bakat dan keberadaannya merupakan faktor utama dalam pengembangan bakat. Minat lebih menggambarkan kepada motivasi, yang dapat mempengaruhi perhatian, berfikir dan beprestasi. Sedangkan bakat merupakan talenta untuk membangun kekuatan pribadi seseorang di masa yang akan datang. Seseorang dapat dikatakan mempunyai bakat terhadap kegiatan tertentu, jika seseorang tersebut merasa suka atau senang mengerjakannya.<sup>13</sup>

### 4. Wirausaha

Wirausaha merupakan seseorang yang bebas memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan

---

<sup>12</sup> Nur Komariah, “Pondok Pesantren Sebagai Role Model Pendidikan Berbasis Full Day School” , *Jurnal Pendidikan Islam Vol 5, No. 2*,(2016), hal 185.

<sup>13</sup> Wahyuni Desti, Salsa Bila, “Mengidentifikasi Minat Bakat Siswa Sejak Usia Dini Di SD Adiwiyata”, *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan, Vol 2, No 1*, 2020,(Universitas Muhammadiyah Tangerang), hal 166-167.

usaha atau bisnis.<sup>14</sup> Wirausaha adalah sebuah kemampuan yang didalamnya termasuk dalam artian usaha, aktifitas, aksi serta tindakan untuk menyelesaikan suatu tugas. Dalam menyelesaikan suatu tugas tersebut harus berani mengganggu resiko yang terjadi.

## **F. Sitematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan sampai dengan bab penutup.<sup>15</sup> Gambaran singkat tentang skripsi yang dikemukakan secara beraturan dari bab per bab dengan sistematis dengan tujuan agar pembaca dapat dengan mudah mengetahui gambaran isi dari skripsi.

Skripsi yang akan ditulis oleh peneliti terdiri dari lima bab, secara garis besarnya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: pendahuluan merupakan pengantar tentang topik dan garis besar.<sup>16</sup> Dalam bab ini terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Kepustakaan: merupakan ringkasan tertulis dari jurnal, artikel, buku-buku, dan dokumen lain, yang berisi tentang uraian informasi masa lalu atau sekarang yang relevan dengan judul penelitian.<sup>17</sup>

Dalam bab ini berisi tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari

---

<sup>14</sup> Bisri Mustofa, *Membangun Wirausaha Baru*, (Tangerang : Loka Aksara, 2019), hal 6.

<sup>15</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2020), hal 91.

<sup>16</sup> John W. Creswell, *penelitian kualitatif dan desain riset*, (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2010), hal 316.

<sup>17</sup> Sugiyono, *metode penelitian kualitatif*, (Bandung: penerbit alfabeta, 2020), hal 77.



beberapa penelitian terdahulu, kajian teori yang digunakan sebagai perspektif peneliti, dan kerangka teoritik.

Bab III Metode Penelitian: metode penelitian merupakan penyajian metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Dalam bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan terakhir adalah tahap-tahap penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

Bab IV Penyajian dan analisis: merupakan penyajian dan analisis data yang didapatkan oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitian secara empiris. dalam bab ini berisi tentang objek penelitian, penyajian data dan analisis, serta diakhiri dengan pembahasan temuan.

Bab V Penutup: merupakan kreatif yang berbicara tentang esensi dari studi tersebut dan inspirasi bagi peneliti.<sup>18</sup> Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung pemenuhan kelengkapan data skripsi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>18</sup> Cresweel, *Penelitian dan desain Riset*, hal 316.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu hal yang menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian. Peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya).<sup>19</sup>

1. Skripsi Emil Lailatus Sa'diyah, *"Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember"*, 2022.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian tersebut yaitu prosedur sistem informasi akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember bisa dikatakan masih menggunakan sistem yang sederhana, terlihat dengan adanya pencatatan debit dan kredit saja dan tidak ada pencatatan akuntansi seperti buku besar, buku bantu maupun penjurnalan, sehingga hal ini akan mempengaruhi efektifitas dalam penyusunan laporan keuangan.

---

<sup>19</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember:IAIN Jember Press, 2020), hal 46.

2. Jurnal Ridwan, *“Peran Pesantren Dalam Menumbuhkan Minat Wiausaha (Studi Di Pesantren Al Mawaddah Kudus)”*, (Jurnal: Pendidikan dan Pendidikan Agama Islam, Vol 3, No. 1), 2021. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah, pondok pesantren Al Mawaddah sangat berperan dalam menumbuhkan minat wirausaha santri, pesantren ini tidak hanya dilatih mengaji, akan tetapi juga dilatih mengenai wirausaha dan dapat gaji, sehingga membuat santri semangat belajar, mengaji serta berwirausaha.
3. Skripsi Muzaqi Aziz, *“Strategi Pondok Pesantren Dalam Mengembangkan Potensi Santri Berwirausaha (Studi Kasus Pendidikan Vokasional di Perguruan Islam Pondok Tremas Pacitan-Jawa Timur)”*, 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi Pondok Tremas dalam mengembangkan potensi santri berwirausaha melalui lembaga vokasional Pondok Tremas yang memiliki empat program yaitu otomotif, teknologi informasi, tataboga dan kerajinan kriya. Metode yang digunakan untuk mengembangkan potensi wirausaha santri yaitu membangun kepribadian, disiplin diri, kreativitas, dan percaya diri.
4. Jurnal Adip Pangestu Ramadhan, dan Mohammad Luthfi, *“Strategi Pondok Pesantren Al-Istiqomah Dalam Pembelajaran Bahasa arab Aebagai Bahasa Bahasa Resmi”* (Jurnal : Islamic Communication,

Vol 3, No. 1), 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yakni bahwa strategi komunikasi pembelajaran Bahasa Arab di Pondok Pesantren Al-Istiqomah dilakukan melalui pelatihan guru dalam kegiatan micro teaching, pemilihan guru senior yang telah lama mengajar bahasa arab, pembelajaran dalam kelas, pendisiplinan bahasa diluar kelas, mengadakan kegiatan berbahasa arab setiap bulanya, pemilihan media yang sesuai pembelajaran, pemetaan komunikasi sesuai pendidikan terakhir. Faktor yang menjadi penghambat adalah kurangnya jumlah pengajar untuk kelas tingkat MA, terdapat kekosongan kelas karena guru disibukkan dengan pembenahan pondok pesantren, penggunaan kamus yang sama sebagai sumber kosa kata Bahasa Arab, buku-buku pendukung pembelajaran bahasa yang terbatas, ruangan perpustakaan yang masih menyatu dengan kantor KMI dan kurangnya kepercayaan diri santri dalam berbahasa arab.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J. E. M. B. E. P.

5. Skripsi Gusti Randa, *“Strategi Komunikasi Pengasuh Dalam Pembinaan Akhlak Santri Di Pondok Pesantren Al-Mubarak Di Kota Bengkulu,* 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi komunikasi yang digunakan dalam pembinaan akhlak santri adalah komunikasi interpersonal (antarpribadi) dan strategi komunikasi perencanaan adapun metode yang digunakan ialah, metode ceramah, diskusi,

nasehat, dan pendekatan. Faktor pendukung, Sumber daya manusia ustad/ustadzah, sarana dan prasarana, dan manajemen pendidikan pondok pesantren Al-Mubarak Kota Bengkulu. Faktor penghambat latar belakang santri, latar belakang pendidikan santri, dan kemampuan santri dalam memahami pembelajaran di Pondok Pesantren Al-Mubarak Kota Bengkulu.

6. Skripsi Uswatun Hasanah, *“Fungsi Pondok Pesantren Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Santri Raudlatul Muta’allimin Desa Jaya Tinggi Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan”*, 2018. Hasil dari penelitian ini yakni Pondok Pesantren Raudlatul Muta’allimin telah menjalankan fungsi sebagai lembaga yang memberikan pendidikan kewirausahaan yang dilakukan dengan dua cara yaitu: penanaman jiwa kewirausahaan dan pengembangan kewirausahaan melalui keterampilan. Penanaman jiwa kewirausahaan yang dijalankan di Pondok Pesantren yakni melalui sikap kemandirian, kedisiplinan, dan kejujuran yang menjadi modal para santri dalam menjalankan kewirausahaan. Sedangkan dalam pengembangan kewirausahaan melalui keterampilan yakni dengan cara mengembangkan bakat yang dimiliki oleh para santri.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Emil Lailatus Sa'diyah (2022)	Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember	a. Bagaimana implementasi SIA penerimaan kas pada Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember b. Bagaimana implementasi SIA pengeluaran kas pada Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember	hasil penelitian ini yaitu prosedur sistem informasi akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember bisa dikatakan masih menggunakan system yang sederhana, terlihat dengan adanya pencatatan debit dan kredit saja dan tidak ada pencatatan akuntansi seperti buku besar, buku bantu maupun penjurnalan, sehingga hal ini akan mempengaruhi efektifitas dalam penyusunan laporan keuangan.	Lokasi penelitin yang sama yakni di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember, dan metode metode penelitian yang digunakan juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif	Penelitian yang dilakukan oleh penelitian ini yakni bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi SIA penerimaan dan pengeluaran kas yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Mangli Jember. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yakni bertujuan untuk mengetahui bagaimana startegi komunikasi yang dilakukan oleh pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha
Ridwan (2021)	Peran Pesantren Dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha (Studi Di	Bagaimana konsep pelatihan kewirausahaan di pesantren dan kegiatan apa	Adapun hasil dari penelitian ini adalah, pondok pesantren Al Mawaddah	Keduanya meneliti mengenai kewirausahaan dan	Penelitian yang dilakukan oleh penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

	Pesantren Al Mawaddah Kudus)	yang dilakukan untuk menumbuhkan kewirausahaan santri di pesantren yang notabennya hanya bias mengaji.	sangat berperan dalam menumbuhkan minat wirausaha santri, pesantren ini tidak hanya dilatih mengaji, akan tetapi juga dilatih mengenai wirausaha dan dapat gaji, sehingga membuat santri semangat belajar, mengaji serta berwirausaha.	menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif	bagaimana konsep pelatihan kewirausahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren untuk menumbuhkan minat bakat santri dalam berwirausaha. serta apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.
Muzaqi Aziz (2020)	Strategi Pondok Pesantren Dalam Mengembangkan Potensi Santri Berwirausaha (Studi Kasus Pendidikan Vokasional Di Perguruan Islam Pondok Tremas Pacitan-Jawa Timur)	Bagaimana Strategi Pondok Pesantren Dalam Mengembangkan Potensi Santri Berwirausaha?	Hasil dari penelitian ini yaitu strategi Pondok Tremas dalam mengembangkan potensi santri berwirausaha melalui lembaga vokasional Pondok Tremas yang memiliki empat program yaitu otomotif, teknologi	Keduanya meneliti mengenai jiwa wirausaha. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui strategi Pondok Pesantren dalam mengembangkan potensi santri berwirausaha sedangkan penelitian yang

			informasi, tataboga dan kerajinan kriya. Metode yang digunakan untuk mengembangkan potensi wirausaha santri yaitu membangun kepribadian, disiplin diri, kreativitas, dan percaya diri.		dilakukan oleh peneliti yaitu bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren untuk menumbuhkan minat bakat santri dalam berwirausaha.
Adip P.R dan M. Luthfi (2020)	Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Al-Istiqomah Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Sebagai Bahasa Resmi	Analisis strategi komunikasi dan faktor yang menjadi hambatan pondok pesantren Al-Istiqomah dalam pembelajaran Bahasa Arab sebagai bahasa resmi.	Hasil dari penelitian ini yakni bahwa strategi komunikasi pembelajaran Bahasa Arab di Pondok Pesantren Al-Istiqomah dilakukan melalui pelatihan guru dalam kegiatan micro teaching, pemilihan guru senior yang telah lama mengajar bahasa arab, pembelajaran dalam kelas, pendisiplinan bahasa diluar kelas, mengadakan kegiatan berbahasa arab setiap bulanya, pemilihan media yang sesuai pembelajaran, pemetaan komunikasi sesuai pendidikan	Keduanya meneliti mengenai strategi komunikasi, serta menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Penelitian ini fokus kepada staregi komunikasi pondok pesantren dalam pembelajaran Bahasa Arab sebagai bahasa resmi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni fokus kepada strategi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.



			<p>terakhir. Faktor yang menjadi penghambat adalah kurangnya jumlah pengajar untuk kelas tingkat MA, terdapat kekosongan kelas karena guru disibukkan dengan pembenahan pondok pesantren, penggunaan kamus yang sama sebagai sumber kosa kata Bahasa Arab, buku-buku pendukung pembelajaran bahasa yang terbatas, ruangan perpustakaan yang masih menyatu dengan kantor KMI dan kurangnya kepercayaan diri santri dalam berbahasa arab.</p>		
Gusti Randa (2019)	Strategi Komunikasi Pengasuh Dalam Pembinaan Akhlak Santri Di Pondok Pesantren Al-Mubarak Di Kota Bengkulu	<p>a. Bagaimana strategi komunikasi dalam pembinaan akhlak santri pondok pesantren Al- Mubarak Kota Bengkulu ?</p> <p>b. Faktor-faktor apa saja yang</p>	<p>a. Strategi komunikasi yang digunakan dalam pembinaan akhlak santri adalah komunikasi interpersonal (antarpribadi) dan strategi komunikasi perencanaan adapun metode yang digunakan</p>	Keduanya meneliti mengenai strategi komunikasi. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Dalam penelitian ini fokus kepada startegi komunikasi pemberdayaan akhlak, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus mengenai strategi komunikasi minat bakat

		<p>mendukung dan menghambat strategi komunikasi dalam pembinaan akhlak santri pondok pesantren Al-Mubarak Kota Bengkulu ?</p>	<p>ialah, metode ceramah, diskusi, nasehat, dan pendekatan</p> <p>b. Faktor pendukung : Sumber daya manusia ustad/ustadzah, sarana dan prasarana, dan manajemen pendidikan pondok pesantren Al-Mubarak Kota Bengkulu. Faktor penghambat latar belakang santri, latar belakang pendidikan santri, dan kemampuan santri dalam memahami pembelajaran di Pondok Pesantren Al-Mubarak Kota Bengkulu.</p>		<p>santri dalam berwirausaha.</p>
<p>Uswatun Hasanah (2018)</p>	<p>Fungsi Pondok Pesantren Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Santri Raudlatul Muta'allimin Desa Jaya Tinggi Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan</p>	<p>Bagaimana Fungsi Pondok Pesantren Raudlatul Muta'alimin Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Santri Di Bidang Pertanian, Perikanan, dan Perbengkelan.</p>	<p>Adapun temuan-temuan dari hasil penelitian ini adalah: Pondok Pesantren Raudlatul Muta'allimin telah menjalankan fungsi sebagai lembaga yang memberikan</p>	<p>Keduanya meneliti mengenai jiwa wirausaha dan pengembangan ketrampilan melalui fasilitas yang sudah tersedia.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui fungsi Pondok Pesantren dalam memberikan pendidikan</p>

			<p>pendidikan kewirausahaan yang dilakukan dengan dua cara yaitu: penanaman jiwa kewirausahaan dan pengembangan kewirausahaan melalui keterampilan. Penanaman jiwa kewirausahaan yang dijalankan di Pondok Pesantren yakni melalui sikap kemandirian, kedisiplinan, dan kejujuran yang menjadi modal para santri dalam menjalankan kewirausahaan. Sedangkan dalam pengembangan kewirausahaan melalui keterampilan yakni dengan cara mengembangkan bakat yang dimiliki oleh para santri.</p>		<p>kewirausahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren untuk menumbuhkan minat bakat santri dalam berwirausaha. serta apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.</p>
--	--	--	---	--	---

Dilihat dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hasil dari penelitian tersebut berbeda-beda dan mempunyai keunikan masing-masing. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu cukup signifikan dimana penelitian ini mempunyai keunikan tersendiri, dimana kegiatan kewirausahaan yang ada Pondok Pesantren Mahasiswa

Entrepreneur Nuris 2 Jember tersebut menyesuaikan dengan label nama pondok pesantren. Sedangkan penelitian-penelitian terdahulu lokasi penelitiannya tidak ada label nama mengenai kewirausahaan.

## B. Kajian Teori

Bagian ini berisi mengenai pembahasan teori yang akan dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang akan dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.<sup>20</sup>

### 1. Strategi Komunikasi

#### a. Strategi

##### 1. Pengertian Strategi

“Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratagos*” yang berarti militer Ag yang berarti memimpin. Dalam konteks awalnya, strategis diartikan *Generalship* atau suatu yang dilakukan para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.<sup>21</sup> Akan tetapi, kata strategi banyak digunakan dalam berbagai kegiatan atau program yang tujuannya untuk memperoleh keberhasilan atau kesuksesan dalam pelaksanaan misi.

---

<sup>20</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2020), hal 46.

<sup>21</sup> Abdul fatah, “Strategi Pondok Pesantren At Taqwa Putra Bekasi Dalam Menerapkan Komunikasi Berbahasa Arab dan Inggris Pada Santri”, (*Skripsi, Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah*, 2011), hal 12.

Menurut Henry Mintzberg istilah strategi dapat digunakan secara implisit dan eksplisit kedalam lima definisi untuk membantu manajer dalam melakukan maneuver terhadap pesaingnya, kelima definisi tersebut adalah strategi sebagai rencana, posisi, perspektif, pengecok dan pola yang akan dijabarkan satu persatu.<sup>22</sup>

Tahapan utama dalam strategi dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Analisis arah, yaitu untuk menentukan visi-misi tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh organisasi.
- b. Analisi situasi, yakni tahapan untuk membaca situasi dan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang akan menjadi dasar perumusan strategi.
- c. Penetapan strategi, yaitu tahapan untuk identifikasi alternatif dan memilih strategi yang akan dijalankan oleh organisasi.

Kata strategi seringkali diartikan sebagai teknik atau metode. Pemaknaan tersebut dapat dilakukan secara sempit maupun luas. Pengertian secara sempit, strategi identik dengan metode atau teknik, yakni cara menyampaikan pesan (*message*) kepada khalayak (*audience*) yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kemudian apabila diartikan secara luas, strategi dapat mencakup antara lain: metode, pendekatan, pemilihan sumber-sumber, pengelompokan (*audience*), dan

---

<sup>22</sup> Zaenal Afandi, "Strategi Pendidikan Entrepreneurship di Pesantren Al Mawaddah Kudus" *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol 7, No 1, 2019, (Universitas Islam Sultan Agung Semarang), hal 58.

pengukuran keberhasilannya. Secara umum strategi mengandung pengertian sebagai garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.<sup>23</sup>

## 2. Model Strategi<sup>24</sup>

Sinambela dkk mengatakan bahwa model dapat dimaknai sebagai suatu gambaran sederhana mengenai aspek-aspek tertentu yang dianggap penting dan disusun untuk suatu tujuan. Sedangkan Wahab berpendapat bahwa model tidak jauh beda dengan yang disampaikan Sinambela, dkk, yakni gambaran secara komprehensif mengenai situasi tertentu yang pada saatnya nanti sama dengan situasi yang sebenarnya terjadi.

Pada intinya model strategi dapat diartikan sebagai suatu gambaran secara keseluruhan mengenai langkah dan upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam mengatasi permasalahan yang ada.

Wijayanti mengutip dari pendapat Chaffe mengatakan bahwa model strategi ada tiga, yakni :

## 3. Strategi Linier

Strategi linier memfokuskan pada persaingan antar organisasi atau perusahaan. Maka dari itu, pemimpin atau manajer merencanakan bagaimana cara menghadapi seorang

<sup>23</sup> Haidir, Salim, *Strategi Pembelajaran (Suatu Pendekatan Bagaimana Meningkatkan Kegiatan Belajar Siswa Secara Transformatif)*, (Medan: Perdana Publishing, 2012), hal 99-100.

<sup>24</sup> Abd. Rohman, M.AP, *Dasar-dasar Manajemen*, (Malang: Intelengesia Media, 2017), hal 170-171.

pesaing untuk mencapai suatu tujuan. Aspek yang terlibat dalam perencanaan tersebut antara lain metode yang akan digunakan, pengarahan terhadap bawahan dan suatu rangkaian tindakan yang akan dilaksanakan.

#### 4. Strategi Adaptif

Strategi adaptif fokus pada bagaimana suatu organisasi atau perusahaan dan bagian-bagiannya berubah melaksanakan penyesuaian dengan keinginan konsumen. Maka, perubahan dan penyesuaian tersebut akan dilakukan secara proaktif atau reaktif.

#### 5. Strategi Interpretatif

Strategi interpretatif adalah menyampaikan tujuan dan maksud suatu organisasi atau perusahaan dengan harapan dapat mendorong pemegang untuk menyokong organisasi atau perusahaan tersebut. Dalam strategi tersebut, suatu organisasi atau perusahaan menghadapi lingkungan melalui komunikasi dan tindakan simbolik.

### **b. Komunikasi**

#### 1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini

maksudnya adalah sama makna.<sup>25</sup> Maka, jika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi. Akan tetapi, studi Aristoteles hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Baru pada pertengahan abad ke-20 ketika dunia dirasakan semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, televisi, dan sebagainya.

---

<sup>25</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 9.



## 2. Tujuan Komunikasi

1. Informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh orang lain.
2. Memahami orang lain.
3. Gagasan dapat diterima oleh orang lain.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan semua.<sup>26</sup>

## 3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk:

- a. Memberikan informasi
- b. Menghibur
- c. Membentuk opini publik

David K. Berlo mahaguru komunikasi dari *Michigan State University* mengatakan bahwa komunikasi sebagai instrument interaksi sosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat. Jadi komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, baik individu maupun sebagai anggota masyarakat.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Dr. Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Depok : Balebat Dedikasi Prima, 2017), hal 5.

<sup>27</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & strategi komunikasi* (Edisi Revisi),(Jakarta : Rajawali Pers, 2022), hal 42.

#### 4. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan sekunder.<sup>28</sup>

##### a. Proses Komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi ada lah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu "menerjemahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini, baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang. Kial (gesture) memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi menggapaikan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengedipkan mata, atau

---

<sup>28</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 11.

menggerakkan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirene, dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambang tersebut mempunyai batas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain. Gambar sebagai lambang yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kias, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan "menerjemahkan" pikiran seseorang, tetapi tetap tidak melebihi bahasa. Buku-buku yang ditulis dengan bahasa sebagai lambang untuk "menerjemahkan" pemikiran tidak mungkin diganti oleh gambar, apalagi oleh lambang-lambang lainnya. Akan tetapi, demi efektifnya komunikasi, lambang-lambang tersebut sering dipadukan penggunaannya. Dalam

kehidupan sehari-hari bukankah hal yang luar biasa apabila kita terlibat dalam komunikasi yang menggunakan bahasa disertai dengan gambar yang berwarna.

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi, tidak semua orang pandai mencari kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang

sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang.

Kata-kata mengandung dua jenis pengertian, yakni pengertian denotatif dan pengertian konotatif. Sebuah perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus (*dictionary meaning*) dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Perkataan dalam pengertian konotatif adalah yang mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu (*emotional or evaluative meaning*).

b. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya.

Seiring berkembangnya masyarakat beserta peradaban dan kebudayaannya, komunikasi bermedia (*mediated communication*) mengalami kemajuan dengan memadukan komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar dan warna. Maka film, televisi, dan videopun sebagai media yang mengandung bahasa, gambar, dan warna.

## 5. Unsur-unsur Komunikasi

Adapun beberapa unsur yang terdapat di dalam komunikasi, diantaranya yaitu:<sup>29</sup>

- a. Sumber
- b. Pesan
- c. Saluran
- d. Penerima
- e. Efek
- f. Umpan balik
- g. Lingkungan atau situasi

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio,

---

<sup>29</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & strategi komunikasi* (Edisi Revisi), (Jakarta : Rajawali Pers, 2022), hal 37-38.

film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, buletin, stiker, dan semacamnya.

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh biasa disebut dengan nama akibat atau dampak.

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan istilah *feedback*, *reaction*, *response*, dan semacamnya.

Lingkungan ialah situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima. Misalnya tempatnya jauh di daerah pegunungan, lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya, dan sebagainya.

### c. Strategi Komunikasi

#### 1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.<sup>30</sup>

Pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton menyatakan bahwa strategi

---

<sup>30</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 32.



komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.<sup>31</sup>

Penetapan strategi dalam komunikasi tentu saja tidak lepas dari elemen komunikasi. Menurut paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima elemen, yaitu:<sup>32</sup>

- a) Komunikator (*communicator, source, sender*)
- b) Pesan (*message*)
- c) Media (*channel*)
- d) Komunikan (*communicant, receiver, recipient*)
- e) Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell diatas, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

## 2. Penetapan Strategi dalam Perencanaan Komunikasi

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali terhadap elemen dari komunikasi, yakni *who says what, to whom through what channel, and what effect*. Karena itu

---

<sup>31</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & strategi komunikasi* (Edisi Revisi), (Jakarta : Rajawali Pers, 2022), hal 64.

<sup>32</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 10.

strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut.<sup>33</sup>

a. Memilih dan Menetapkan Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas.

b. Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Masyarakat

Dalam studi komunikasi masyarakat disebut dengan khalayak (*audience*). Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya

---

<sup>33</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & strategi komunikasi* (Edisi Revisi), (Jakarta : Rajawali Pers, 2022), hal 133.

biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan maka kegiatan komunikasi yang dilakukan sia-sia.

c. Teknik Menyusun Pesan

Dalam uraian teknik penyampaian pesan yang bersifat informatif, persuasif dan mendidik, diantaranya yakni:

1) Pesan yang bersifat Informatif

Dalam kehidupan sehari-hari informasi sering kali dikaitkan dengan makna berita, penerangan, dan pengetahuan. Kalau kita perhatikan orang duduk di depan TV, mendengar radio atau membaca surat kabar, maka kita bisa menduga bahwa ia memerlukan informasi.

Sifat informasi dapat dibedakan atas dua macam, yakni informasi yang bersifat aktual dan informasi yang bersifat umum. Informasi yang bersifat aktual ditandai dengan "kebaruan" atas kejadian informasi itu, misalnya berita jatuhnya pesawat pada pukul 06.55 pagi dan langsung disebarluaskan dengan cepat oleh media massa (terutama televisi dan radio) dapat digolongkan sebagai berita yang sangat aktual, sementara berita yang bersifat umum digolongkan dalam kategori publikasi, misalnya

berita tentang pelaksanaan seminar Strategi Politik yang dihadiri oleh ketua umum Dewan Pimpinan Pusat dianggap sebagai berita umum, ataukah berita tentang kunjungan seorang Duta Besar ke Universitas.

## 2) Pesan yang bersifat Persuasif

Semua kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam hubungan antar manusia memiliki tujuan. Penyusunan pesan yang bersifat persuasi memiliki sebuah proposisi, yakni adanya hasil yang diperoleh sumber dari penerima atas pesan yang disampaikannya. Artinya setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan. Komunikas persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan. Karena itu kegiatan komunikasi atau kampanye yang bertujuan untuk perubahan memerlukan keterampilan persuasi.

## 3) Pesan yang bersifat Mendidik (Edukatif)

Pesan mendidik harus memiliki tendensi ke arah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya. Karena itu unsur psikomotorik ditekankan dalam hal ini. Pesan mendidik disusun dengan tujuan tertentu.

d. Memilih Media atau Saluran Komunikasi

Dalam menentukan jenis media yang akan digunakan, sering kali terjadi pergeseran. Hal ini disebabkan perkembangan media itu sendiri selalu berubah dan berkembang dari waktu ke waktu secara cepat. Misalnya media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio dan TV), media luar ruang, dan media tradisional sudah digolongkan sebagai media lama (konvensional), sedangkan internet dan telepon selular (*handphone*) digolongkan sebagai media baru (*new media*).

e. Efek Komunikasi

Semua program komunikasi yang dilakukan memiliki tujuan yaitu mempengaruhi khalayak. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, adalah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisasi dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukan terhadap suatu objek. Sedangkan yang dimaksud dengan perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan.

### 3. Tujuan Strategi Komunikasi

Berbagai tujuan strategi komunikasi diantaranya adalah:<sup>34</sup>

1. Meningkatkan efektifitas pesan komunikasi
2. Membantu tercapainya tujuan komunikasi meliputi ketepatan target sasaran, efek yang ingin ditimbulkan serta *feedback* yang diharapkan
3. Mengurangi potensi hambatan komunikasi sehingga memperkecil peluang kegagalan.

## 2. Pondok Pesantren

### a. Pengertian Pondok Pesantren

Istilah pondok berasal dari bahasa Arab *funduq* yang berarti asrama atau tempat tinggal santri. Istilah pondok biasa dikenal di daerah Madura, sedangkan di daerah Jawa istilah pondok dikenal dengan pesantren. Sementara di Aceh corak pendidikan seperti itu disebut dengan meunasah, dan di Sumatra Barat dikenal dengan istilah Surau.<sup>35</sup> Adapun istilah pesantren secara etimologis berasal dari kata “santri” mendapat awalan pe dan akhiran an yang berarti tempat tinggal para santri.

Pondok pesantren merupakan sebuah organisasi pendidikan Islam non formal yang dikelola oleh seorang ulama atau kiai sebagai seorang pimpinan, ustad sebagai staf pengajar dan peserta didiknya

<sup>34</sup> Mbakjhe, “Memahami Strategi Komunikasi”, Agustus 23, 2019, <https://kelaskomunikasi.com/memahami-strategi-komunikasi/>, (diakses pada senin, 30 juni, 2022, pukul 12.45).

<sup>35</sup> Nur Komariah, “Pondok Pesantren Sebagai Role Model Pendidikan Berbasis Full Day School”, (*Jurnal Pendidikan Islam Vol 5, No. 2*), 2016, hal 185.

disebut dengan santri. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Abd. Halim Soebahar bahwa pesantren adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional, dimana para santri tinggal dan belajar bersama di bawah bimbingan seorang kiai. Sementara itu menurut Muhammad Hambal Shafwan pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional Islam untuk memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama Islam (*tafaqquh fiddin*) dengan menekankan pentingnya moral agama Islam sebagai pedoman hidup bermasyarakat sehari-hari.

Ada beberapa elemen pesantren yang membedakan dengan lembaga pendidikan lain, yaitu; (1) pondok : tempat menginap para santri, (2) santri: peserta didik, (3) masjid: sarana ibadah dan pusat kegiatan pesantren, (4) kyai: tokoh atau sebutan seseorang yang memiliki kelebihan dari sisi agama, dan kharisma yang dimilikinya, (5) kitab kuning: sebagai referensi pokok dalam kajian keislaman.

b. Tujuan dan fungsi pondok pesantren

Secara umum tujuan dari pondok pesantren adalah sebagai penyelenggaraan pendidikan Islam untuk menghasilkan perubahan tingkah laku baik, berupa bertambahnya pengetahuan, keahlian, keterampilan dan perubahan sikap dan perilaku.

Menurut Tholkhah Hasan mantan menteri agama RI, bahwa pesantren seharusnya mampu menghidupkan fungsi-fungsi sebagai berikut, 1) pesantren sebagai lembaga pendidikan yang melakukan transfer ilmu-ilmu agama (*tafaqquh fi al-din*) dan nilai-nilai Islam

(*Islamic values*), 2) pesantren sebagai lembaga keagamaan yang melakukan kontrol sosial, dan 3) pesantren sebagai lembaga keagamaan yang melakukan rekayasa sosial (*social engineering*) atau perkembangan masyarakat (*community development*). Semua itu, menurutnya hanya bisa dilakukan jika pesantren mampu melakukan proses perawatan tradisi-tradisi yang baik dan sekaligus mengadaptasi perkembangan keilmuan baru yang lebih baik, sehingga mampu memainkan peranan sebagai *agent of change*.<sup>36</sup>

### 3. Minat dan Bakat

#### a. Pengertian Minat

Minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu yang menjadi keinginannya. Minat merupakan faktor yang dapat mengarahkan bakat dan keberadaannya merupakan faktor utama dalam pengembangan bakat.<sup>37</sup> Kata minat lebih menggambarkan motivasi, yang mempengaruhi perhatian, berpikir dan berprestasi.

Minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu minat pribadi (*personal interest*) dan minat situasional. Minat pribadi (*personal interest*), yaitu ciri pribadi individu yang relatif stabil. Minat pribadi ditujukan pada suatu kegiatan atau topik yang spesifik (misalnya minat pada olah raga, ilmu pengetahuan, musik, tarian, komputer, dan

<sup>36</sup> Imam Syafe'I, "Pondok Pesantren : Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter", (*Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 8),2017, hal 94.

<sup>37</sup> Indah Ayu, Wahyuni Desti, Salsa Bila, "Mengidentifikasi Minat Bakat Siswa Sejak Usia Dini Di SD Adiwiyata", (*Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, Vol 2, No 1),2020, (Universitas Muhammadiyah Tangerang), hal 166-167.



lain-lain). Sedangkan minat situasional, yaitu minat yang ditumbuhkan oleh kondisi atau faktor lingkungan, misalnya peran pendidikan formal, informasi yang diperoleh melalui buku, internet atau televisi.

#### b. Pengertian Bakat

Bakat merupakan talenta untuk membangun kekuatan pribadi untuk dimasa yang akan datang. Seseorang dikatakan mempunyai bakat terhadap kegiatan tertentu, ketika merasakan kenikmatan serta apabila merasa gembira mengerjakannya dan membicarakannya, serta ketika berusaha untuk mendapatkan keinginannya dengan menampakkan seluruh tenaganya guna untuk mencapai hal tersebut.

Menurut C. Semiawan dalam buku karangannya Yudrik Jahja mendefinisikan bahwa bakat merupakan kemampuan bawaan yang merupakan potensi yang masih perlu dikembangkan atau dilatih.<sup>38</sup> Setiap manusia memiliki bakat pada suatu bidang dengan kualitas yang berbeda-beda.

Adapun ciri-ciri bakat sebagai berikut :

- a) Aktivitas yang disukai tidak bisa dibatasi.
- b) Bakat biasanya memunculkan banyak momen spesial.
- c) Merasa nyaman mempelajari aktivitas yang disukai.
- d) Bakat itu *fast learner*

---

<sup>38</sup> Indah Ayu, Wahyuni Desti, Salsa Bila, “Mengidentifikasi Minat Bakat Siswa Sejak Usia Dini Di SD Adiwiyata”, (Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan, Vol 2, No 1),2020, (Universitas Muhammadiyah Tangerang), hal 165.

- e) Bakat itu terus memunculkan minat untuk memenuhi kebutuhan anak
- f) Bakat selalu mencari jalan keluar.
- g) Bakat menghasilkan karya.
- h) Bakat menjadikan anak menyukai untuk penampilan

#### 4. Wirausaha

##### a. Pengertian Wirausaha

Wirausaha merupakan seseorang yang bebas memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usaha, atau bisnis.<sup>39</sup> Seorang yang mempunyai jiwa dan sikap wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Wirausaha merupakan orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Adapun ciri-ciri wirausaha yang dikemukakan oleh M

Scarborough dan Thomas W. Zimmerer yaitu<sup>40</sup> :

1. *Desire for responsibility* yaitu mempunyai tanggung jawab atas usaha yang dilakukannya
2. *Preference for moderate risk* yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun resiko yang terlalu tinggi. *Confidence in*

<sup>39</sup> Bisri Mustofa, *Membangun Wirausaha Baru*, (Tangerang : Loka Aksara, 2019), hal 6.

<sup>40</sup> Bisri Mustofa, hal 14-15.

*theirability to succed*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil

3. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera
4. *Highlevel of egergy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik
5. *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan , perspektif, dan berwawasan jauh ke depan
6. *Skill at organising*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah
7. *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

#### b. Tujuan Wirausaha

Adapun beberapa tujuan dari seorang wirausaha yaitu<sup>41</sup> :

1. Berusaha dan bertekad dalam meningkatkan jumlah para wirausaha yang baik dengan kata lain ikut serta dalam mengkader manusia calon wirausaha untuk membangun jaringan bisnis yang lebih baik
2. Mewujudkan kemampuan para wirausaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dan negaranya

<sup>41</sup> M. Anang Firmansyah, Anita Roosmawarni, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*, (Surabaya : Qiara Media, 2019), hal 6.

3. Ikut serta dalam menumbuhkan dan mengembangkan kesadaran serta orientasi kewirausahaan yang kokoh.
4. Menyebarluaskan dan membuat budaya ciri-ciri kewirausahaan disekitarnya terutama dalam masyarakat
5. Mengembangkan dalam bentuk inovasi dan kreatifitas agar tercipta dinamika dalam kewirausahaan atau dunia bisnis sehingga kemakmuran dapat tercapai.

## 5. Faktor-faktor Dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor penghambat dan faktor pendukung pada komponen, diantaranya yakni:

Faktor Penghambat:

### 1. Gangguan

Terdapat dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan, diantaranya yakni gangguan mekanik dan gangguan semantik.

Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Contohnya seperti gangguan sinyal pada pesawat radio yang disebabkan oleh dua pemancar yang berdempetan gelombang, gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layar televisi, huruf yang tidak jelas, jalur huruf yang hilang atau terbalik, serta halaman yang hilang atau sobek pada surat kabar.

Gangguan semantik gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Pada hakikatnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi menginterpretasikan bahasa yang menyalurkan suatu pesan dengan berbagai cara, oleh karena itu mereka mempunyai pengertian yang berbeda.

## 2. Kepentingan

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian saja, tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita terhadap segala perangsang yang tidak sesuai atau bertentangan dengan suatu kepentingan

## 3. Motivasi Terependam

*Motivation* atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginannya, kebutuhannya dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda dengan orang lain, dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga motivasi itu berbeda dengan intensitasnya, begitu pula intensitas tanggapan seseorang terhadap komunikasi.

Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya. Sering kali pula seorang komunikator tertipu oleh tanggapan komunikasi yang seolah-olah tampaknya *khusus* menanggapi, sesungguhnya pesan komunikasi tak bersesuaian dengan motivasinya.

#### 4. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat suatu bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, melainkan juga terhadap agama, pendirian politik, kelompok, pendek kata suatu perangsang yang dalam pengalaman pernah memberi kesan yang tidak enak.<sup>42</sup>

#### Faktor Pendukung:

##### 1. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, tentunya perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi, tentunya tergantung pada tujuan komunikasi. Apakah hanya

<sup>42</sup> Onong Uchjana effendi, *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya bakti, 2003), hal 45.

sekedar untuk mengetahui saja dengan metode informatif atau melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif).

## 2. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan digunakan.

## 3. Pengkajian pesan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Hal tersebut menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Lambang atau symbol yang paling sering digunakan adalah bahasa. Karena bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran.

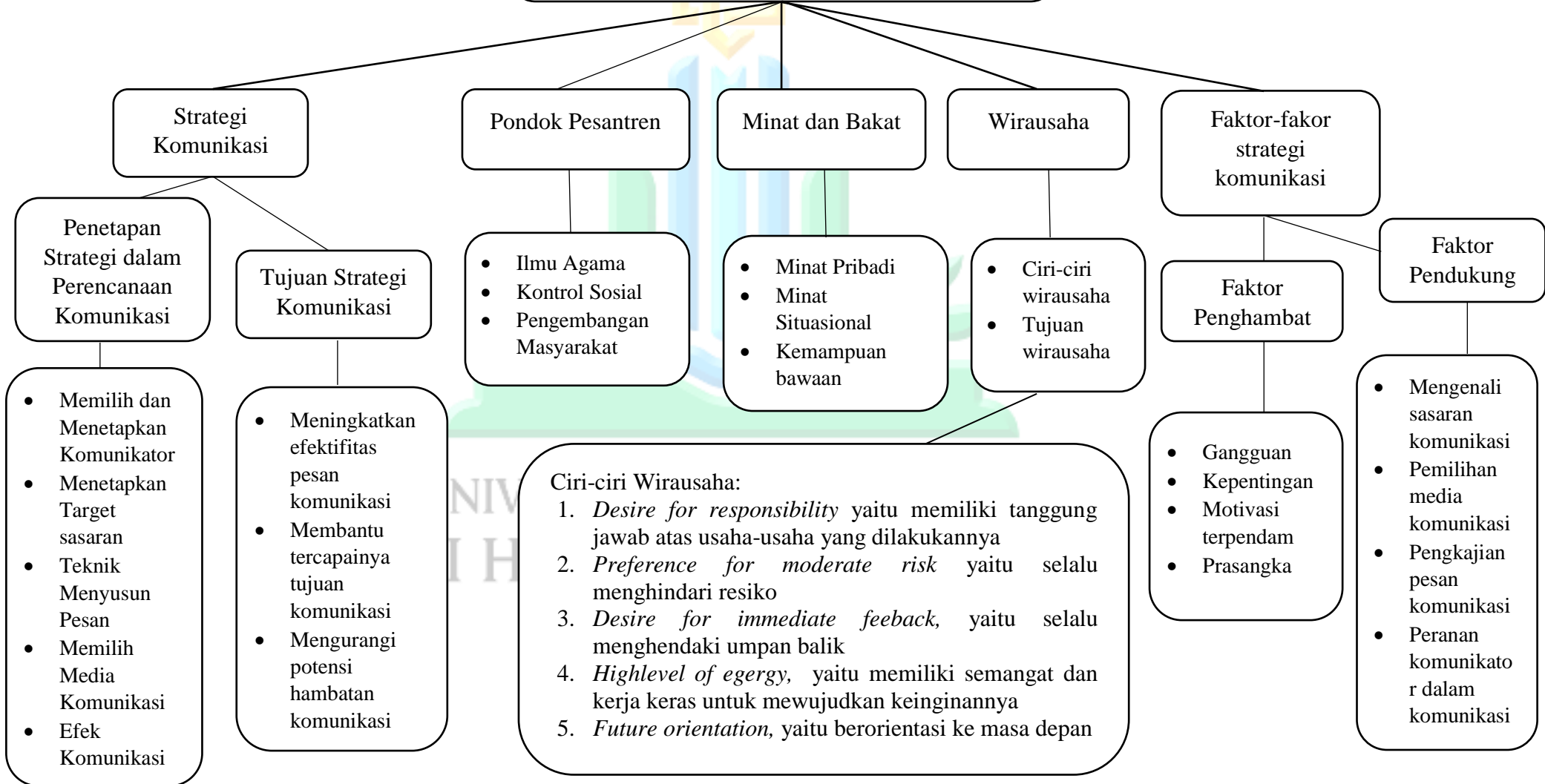
## 4. Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor yang penting pada diri komunikator dalam melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik dan sumber kepercayaan,

- a) Seorang komunikator harus mampu merubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik.
- b) Sumber kepercayaan. Kepercayaan komunikan pada komunikator banyak bersangkutan pada profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator.

### C. Kerangka Teoritik

Strategi Komunikasi Pondok Pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha (studi kasus di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember)





## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan langkah peneliti untuk mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, atau *setting* sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Makna dalam tulisannya harus sesuai dengan data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka. Dalam penelitian laporan penelitian kualitatif berisi kutipan-kutipan data (fakta) yang diungkap dilapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya.<sup>43</sup>

Pendekatan kualitatif ini dipilih oleh peneliti dikarenakan dapat mengungkapkan data secara mendalam tentang Strategi Komunikasi Pondok Pesantren untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember). Sedangkan jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian deskriptif data yang didapatkan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, gambar, video, dan dokumen pribadi maupun dokumen resmi lainnya. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode penelitian tersebut guna untuk melakukan penelitian

---

<sup>43</sup> Albi Anggito, Johan Setiawan, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, (Sukabumi : CV Jejak, 2018), hal 11.

secara terperinci dan mendalam melalui metode yang digunakan sehingga dapat menemukan fakta-fakta mengenai fokus penelitian yang akan digali secara mendalam.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian dilakukan. Adapun lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian ini di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember yang beralamatkan di Jalan Jumat No. 68 Karang Mluwo Mangli, Jember. Pondok pesantren ini merupakan salah satu pondok pesantren yang berada di area Universitas Islam Negeri Jember KH. Achmad Shiddiq Jember yang berorientasi pada bidang kewirausahaan (*entrepreneur*).

Alasan Pemilihan lokasi penelitian ini yaitu:

1. Salah satu pondok pesantren yang berada di sekitar Universitas Islam Negeri Jember KH. Achmad Shiddiq Jember yang mempunyai label *entrepreneur*.
2. Unit usaha yang dimiliki pondok pesantren berbeda dengan yang lain, Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember mampu berkembang dalam bidang *real estate* serta dalam bidang *bakery*. Hal ini terbukti dengan adanya pengembangan perumahan yang bernama *Grand Residence* Panti yang berada di Kecamatan Panti.

### C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian.<sup>44</sup> Uraian tersebut menjelaskan mengenai apa saja yang diperoleh dari penelitian tersebut, siapa saja yang menjadi informan, hingga cara pencarian data agar validitasnya terjamin.

Adapun informan penelitian pada penelitian ini yaitu:

1. Ustadzah Anggi Rahma, selaku ketua Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*
2. Ustadzah Siti ZaZafilah Firdausiah, M.H selaku Bendahara Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*
3. Ustadzah Emil Laylatus selaku pengurus Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*
4. Kiki selaku santri Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*

Untuk menunjang validitas penelitian, peneliti menggunakan buku, jurnal, dan artikel sebagai subjek sekunder dalam penelitian.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama yang harus ditempuh dalam melakukan penelitian. Tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.

---

<sup>44</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Pers, 2020), hal 47.

a. Observasi

Dilihat dari peran peneliti dalam pengamatan, maka secara umum ada tiga macam pengamatan yang bisa diperankan oleh peneliti, yaitu: Pengamatan partisipan, pengamatan non-partisipan, dan pengamatan kuasi pasrtisipan.<sup>45</sup>

Observasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Dalam pengamatan non-partisipan, yaitu pengamatan di mana pengamat tidak ikut aktif di dalam kegiatan yang diamati (pengamat hanya mengamati dari jauh).

Pertimbangan dalam menggunakan metode observasi ini adalah memudahkan terhadap pengumpulan data yang cukup banyak dengan pelaksanaan yang cukup teratur, dan dapat melakukan pengamatan secara bebas dan tidak terikat dengan waktu.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur.

Tujuannya agar peneliti mendapatkan informasi dengan sebebaskan mungkin tanpa ada pedoman yang harus digunakan. Namun wawancara yang dilakukan tidak keluar dari garis besar permasalahan.

---

<sup>45</sup> Nurul Yuliantin, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya* (Malang: MNC Publishing, 2017), hal 211-212.

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hal 317.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>47</sup>

Peneliti menggunakan dokumentasi pada penelitian ini untuk mendapatkan suatu kebenaran yang diteliti melalui berbagai dokumentasi yang ditetapkan oleh peneliti.

**E. Analisis Data**

Pada bagian analisis data, prosedur analisis data yang hendak dilakukan diuraikan satu per satu. Sehingga peneliti mendapatkan gambaran, selanjutnya pengolahan data dilakukan. Seperti proses pelacakan, pengaturan, dan klasifikasi data akan dilakukan.<sup>48</sup>

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yaitu aktivitas pengumpulan data dan penyajian data serta penarikan kesimpulan berlangsung yang bersifat interaktif secara terus menerus hingga tuntas.<sup>49</sup>

**F. Keabsahan Data**

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hal 329.

<sup>48</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN JEMBER PRESS, 2020), hal 47.

<sup>49</sup> Sugiono, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung : Alfabeta CV, 2020), hal 133.

triangulasi atau biasa disebut gabungan beberapa data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat beberapa triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni triangulasi teknik. Triangulasi teknik menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, kemudian dicek dengan observasi, dan dokumentasi. Apabila dari ketiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.<sup>50</sup>

## **G. Tahap-tahap Penelitian**

Pada tahap ini, peneliti akan menjelaskan atau memberikan gambaran mengenai proses pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Proses penelitian dari awal hingga akhir perlu dijelaskan secara pertahap.

Adapun tahap-tahap penelitian yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

### **1. Tahap pra penelitian lapangan**

Dalam tahap pra penelitian lapangan terdapat beberapa tahap yang dilalui oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut:

---

<sup>50</sup> Sugiono, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung : Alfabeta CV, 2020), hal 191.

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian dengan mengumpulkan permasalahan yang diangkat sebagai judul penelitian, kemudian dilanjut dengan pengajuan judul, membuat matriks penelitian, yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing, dan dilanjut dengan menyusun proposal dan yang terakhir diseminarkan.

b. Memilih tempat penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah memilih lokasi penelitian yang akan dilaksanakan sebagai tempat penelitian dan peneliti memilih Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, sebagai lokasi penelitian.

c. Mengurus surat perizinan penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian resmi, maka peneliti harus menyertakan surat izin dari pihak akademik kampus kepada pihak lembaga atau instansi tempat penelitian yang akan dilakukan.

d. Menilai lapangan

Setelah surat perizinan telah disampaikan kepada pihak lembaga dengan respon yang baik atau dengan kata lain peneliti telah diberikan izin untuk melakukan penelitian dilembaga tersebut, maka selanjutnya peneliti melakukan penelitian lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian, lingkungan penelitian,

dan lingkungan informan, hal ini dilakukan untuk mempermudah penulis dalam menggali data.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini peneliti memilih beberapa informan yang dianggap layak memberikan informasi terkait dalam proses penelitian.

f. Menyiapkan peralatan penelitian

Setelah tahap menyusun rancangan penelitian sampai pada tahap memilih dan memanfaatkan informan, maka selanjutnya adalah menyiapkan beberapa peralatan yang diperlukan pada saat melakukan penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan jadwal yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

b. Pengolahan Data

Pengolahan data dari hasil pengumpulan data dalam penelitian dimaksudkan untuk mempermudah dalam proses analisis data.

c. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul dan tersusun, kemudian dianalisis dengan teknik analisis kualitatif, yaitu mengemukakan gambaran terhadap apa yang telah diperoleh selama pengumpulan data. Hasil analisis data diuraikan dalam paparan data dan temuan penelitian.



d. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan adalah penyusunan hasil penelitian dalam bentuk skripsi sesuai dengan pedoman yang berlaku pada program Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Pondok Pesantren

Awalnya nama pesantren ini adalah Pondok Pesantren Mahasiswa Nurul Islam 2 Jember tetapi nama pesantren mengalami perubahan setelah berada di bawah naungan Gus Abd. Rohman Fathoni dan Ning Balqis Humairo menjadi Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nurul Islam 2 Jember. Pergantian nama dilatar belakangi dari hasil analisis Gus Abd. Rohman yang melihat kemampuan santriwati dalam berwirausaha.<sup>51</sup> Melihat hal tersebut akhirnya pesantren Nuris membentuk program kegiatan yang menaungi kegiatan wirausaha yakni *Entrepreneur Academy* (EA).

Kegiatan *Entrepreneur Academy* (EA) merupakan kegiatan yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Nuris 2 untuk mengajarkan santriwati ahli dalam bidang wirausaha atau *entrepreneur*. Pesantren juga memfasilitasi santriwati dengan adanya koperasi santri agar santriwati bisa menjual kreasi-kreasi yang mereka buat, bisa berupa makanan atau kerajinan, bahkan dari penuturan salah satu pengurus pondok pesantren yakni Emil bahwa dulu sempat ada depo air galon Nuris yang dikelola sendiri oleh pesantren tetapi saat ini sudah tidak berjalan akibat

---

<sup>51</sup> Ustadzah Emil Laylatus, diwawancara oleh penulis, Jember, 20 Oktober 2022.

penambahan gedung baru di pesantren yang mengharuskan pesantren membongkar lahan depo air. Meskipun depo air galon di Pondok Nuris 2 sudah tidak berjalan akan tetapi ada unit kewirausahaan yang lain seperti koperasi santri, Nuris Bakery, Nuris Toserba, dan Perumahan yang ada di daerah Panti Jember.<sup>52</sup>

Pelaksanaan kegiatan wirausaha ini dilatar belakangi oleh adanya cita-cita pengasuh agar para santri mempunyai kesiapan mental untuk dapat hidup di segala kondisi nantinya dan juga mampu melahirkan para santri yang berjiwa wirausaha ketika nanti lulus dari pesantren.

Untuk mewujudkan kegiatan wirausaha ini maka dibentuklah beberapa unit usaha yang dimiliki oleh PPME Nuris 2 Jember salah satu di antara usaha-usaha tersebut yakni koperasi santri, Nuris *bakery*, Nuris toserba, dan perumahan yang ada didaerah Panti Jember. Tentunya dari beberapa unit usaha yang dimiliki oleh pondok Nuris 2 Jember membutuhkan strategi komunikasi yang baik untuk mengajak para santrinya agar bisa menumbuhkan minat dan bakat santri dalam kegiatan berwirausaha.

## 2. Visi dan Misi Pondok Pesantren

Visi

Mencetak SDM yang entrepreneur barakhlakul karimah berlandasan aswaja dan berwawasan internasional.

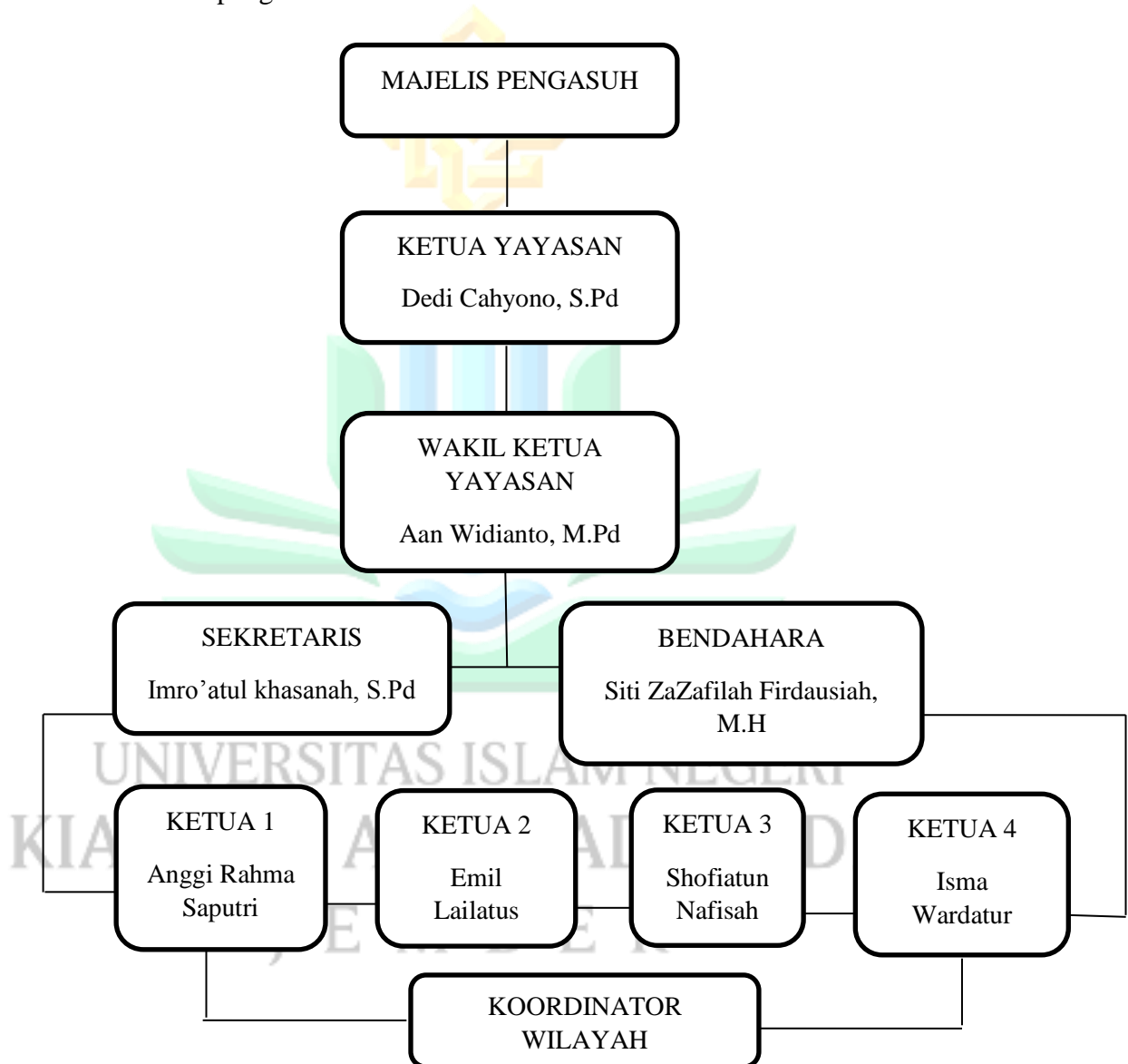
Misi

---

<sup>52</sup> Ustadzah Emil Laylatus, diwawancara oleh penulis, Jember, 20 Oktober 2022.

- a. Mengembangkan pelatihan kewirausahaan
- b. Mengembangkan kajian keilmuan klasik maupun modern
- c. Mengembangkan keahlian Ahlus Sunnah Wal jamaah
- d. Melakukan kerja sama pendidikan dan kebudayaan internasional

### 3. Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren



Gambar 4.1 Struktur kepengurusan Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember

Sumber data : Dokumentasi Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember<sup>53</sup>

#### 4. Latar belakang kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.

Awal mula berdirinya kegiatan di pondok pesantren itu bermula dari nama pondok pesantren sendiri yakni Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, yang bertujuan mengajak para santri untuk memiliki bekal dan ilmu kewirausahaan kelak ketika para santri sudah keluar dari pondok pesantren. Kemudian Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember juga sudah mempunyai beberapa bidang usaha yang sudah mulai berjalan, diantaranya yakni Nuris *bakery*, Nuris toserba, dan perumahan yang ada di daerah Panti Jember. Dengan adanya unit usaha yang dimiliki oleh pondok pesantren maka para santri bisa belajar bagaimana berwirausaha dengan baik.

Latar belakang berdirinya kegiatan kewirausahaan ini bermula dari perubahan yang terjadi pada pondok pesantren, yakni Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, jadi kita mencetak generasi yang bisa mempunyai jiwa-jiwa *entrepreneur*, kemudian ide dan gagasan berdirinya kegiatan wirausaha ini yakni dari Majelis Pengasuh sendiri yaitu Neng Balqis dan Gus Abduh.<sup>54</sup>

Seiring berjalannya waktu kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren sudah berjalan dengan baik. Dengan adanya beberapa unit kewirausahaan yang telah dimiliki oleh pondok pesantren, seperti

---

<sup>53</sup> Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, "Struktur pengurus" 10 Oktober 2022.

<sup>54</sup> Ustadzah Anggi Rahma, diwawancara oleh penulis, Jember, 11 Oktober 2022.

Nuris *bakery*, Nuris toserba, dan perumahan yang ada di daerah Panti Jember.

#### 5. Kondisi Kegiatan Wirausaha Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember

Kegiatan kewirausahaan yang dilaksanakan oleh Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember ini berlangsung selama 1 minggu 1 kali. Kegiatan tersebut dilakukan pada setiap hari minggu setelah ba'da isya'. Minggu pertama di isi kajian kitab atau materi mengenai muamalah kemudian minggu selanjutnya di isi dengan cara praktek atau terjun kelapangan secara langsung bagaimana cara berwirausaha. Tidak ada tuntutan untuk semua santri harus mengikuti kegiatan kewirausahaan, santri dibebaskan memilih sesuai dengan keinginan serta kemampuan yang dimilikinya untuk mengikuti kegiatan apa saja yang ada di pondok pesantren.

Setiap santri dibebaskan untuk memilih kegiatan apa yang ingin diikutinya kita sebagai pengurus pondok pesantren tidak mengharuskan semua santri mewajibkan mengikuti kegiatan kewirausahaan. Kemudian pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini dilakukan setiap satu minggu satu kali di hari minggu malam senin saja. Tidak hanya teori saja yang di berikan kepada para santri, akan tetapi kita juga melangsungkan praktek bagaimana cara berwirausaha. Jika kita hanya memberikan materi saja kepada santri maka santri akan merasa jenuh dan bosan, jadi agar santri tidak merasa jenuh dan bosan maka kita selaku pengurus mengatur jadwal dimana setiap seminggu sekali memberikan materi kemudian diminggu selanjutnya melakukan praktek.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Ustadzah Anggi Rahma, diwawancara oleh penulis, Jember, 11 Oktober 2022.

Keadaan kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren sudah berjalan dengan cukup baik. sehingga untuk para santri kelak ketika sudah keluar atau sudah lulus dari Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember bisa mengembangkan ilmunya ketika dimasyarakat.

Untuk beberapa unit kewirausahaan yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, diantaranya yakni Nuris toserba, dimana kami menjual beberapa alat rumah tangga serta peralatan dapur dan tempatnya juga berada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember pas dibelakangnya koperasi santri. Kemudian untuk Nuris *bakery* sendiri itu tempatnya berada di perumahan Panti Jember, berkumpul dengan wirausaha perumahan Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember. Untuk wirausaha Nuris *bakery* untuk saat ini kami masih menerima pesanan-pesanan saja, dikarenakan usaha tersebut baru saja berjalan.<sup>56</sup>

Dari hasil wawancara di atas menjelaskan bahwasannya beberapa aset kewirausahaan pondok pesantren yang sudah berjalan yakni diantaranya Nuris toserba, dimana nuris toserba tersebut menjual beberapa perlengkapan rumah tangga serta perlengkapan dapur yang tempatnya juga masih berada di naungan Pondok Pesantren Nuris 2 Jember sendiri, selain Nuris toserba yang masih berada di naungan pondok pesantren koperasi santri juga berada di tempat yang sama dengan Nuris toserba.<sup>57</sup> Kemudian untuk Nuris *bakery* sendiri asetnya itu ada oven serta barang-barang untuk pembuatan *bakery* itu sendiri, akan

---

<sup>56</sup> Ustadzah Anggi Rahma, diwawancara oleh penulis, Jember, 11 Oktober 2022.

<sup>57</sup> Observasi, di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, 15 Oktober 2022.

tetapi untuk nuris *bakery* ini tempatnya tidak berada dinaungan pondok pesantren, Nuris *bakery* berada di daerah Panti Jember berkumpul dengan unit wirausaha perumahan yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember. Untuk Nuris *bakery* sendiri masih belum mempunyai toko sendiri jadi hanya menerima pesanan-pesanan saja untuk masyarakat yang mau memesan roti atau *bakery*.

## B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk memperoleh data yang berkaitan dengan mendukung penelitian. Setelah peneliti mengumpulkan data dari hasil penelitian yang diperoleh, maka langkah selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai penelitian. Pemilihan informan ini berdasarkan kriteria yakni orang yang mengetahui bagaimana kegiatan kewirausahaan yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.

Dari beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan, diperoleh mengenai data-data yang berkaitan dengan fokus masalah “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat Dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha”, dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha

Sebelum melakukan wawancara, peneliti melakukan observasi di lapangan yakni di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.



Peneliti melakukan observasi beberapa wirausaha yang dimiliki oleh pondok pesantren.<sup>58</sup> Selain itu peneliti juga melakukan observasi dengan bertanya kepada pihak pondok pesantren mengenai kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren. Dengan begitu, peneliti mengobservasi beberapa informan yang masuk pada kriteria untuk bisa di wawancarai dan bersedia memberikan data yang terkait dengan penelitian.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Ustadzah Anggi Rahma selaku ketua Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*. Peneliti bertanya mengenai bagaimana strategi komunikasi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.

Sebelum kegiatan kewirausahaan atau *entrepreneur* ini berjalan semua santri diwajibkan memilih salah satu kegiatan. Karena kan di pondok pesantren ini bukan hanya ada kegiatan wirausaha saja, melainkan ada beberapa kegiatan seperti, hadrah, tilawah, kewirausahaan, dan beberapa kegiatan lainnya. Dari beberapa kegiatan tersebut santri diwajibkan memilih salah satunya, karena dari pengurus pondok tidak memaksakan santri untuk mengikuti saran dari pengurus. Santri mempunyai bakat dan minatnya sendiri, jadi dibebaskan untuk memilih yang mana yang mereka minati.<sup>59</sup>

Santri juga menyampaikan bahwasannya:

Tidak semua santri mengikuti kegiatan wirausaha tersebut. Santri dibebaskan untuk memilih dan mengikuti kegiatan apa yang diminati. Sedangkan saya sendiri memilih untuk mengikuti kegiatan wirausaha dikarenakan dari diri saya sendiri ingin mengetahui ilmu berwirausaha, selain itu saya juga mempunyai pengalaman berjualan.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Observasi di Pondok Pesantren Mahasiswa *entrepreneur Nuris 2 Jember*, 15 Oktober 2022.

<sup>59</sup> Ustadzah Anggi Rahma, diwawancara oleh penulis, Jember, 11 Oktober 2022.

<sup>60</sup> Santri, diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2022.

Penjelasan dari jawaban wawancara diatas yakni semua santri yang ada di pondok pesantren itu berhak memilih kegiatan apa yang mereka minati atau bakat apa yang mereka punya dari beberapa kegiatan yang dimiliki oleh pondok pesantren.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, bahwasannya memang benar tidak semua santri mengikuti kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren. Banyak dari santri-santri yang lain memilih kegiatan yang lainnya seperti hadrah, karya tulis ilmiah, dan tilawah.<sup>61</sup>

Setiap kegiatan tentunya mempunyai strategi komunikasi masing-masing untuk mencapai tujuannya masing-masing. Lalu, bagaimanakah strategi komunikasi untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha melalui kegiatan kewirausahaan atau *entrepreneur* yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.

Berikut hasil wawancara dari salah satu tutor dalam kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.

Strategi komunikasi yang dilakukan pada saat kegiatan yakni saya selaku tutor mengajak secara langsung dengan cara memberikan materi kepada para santri yang mengikuti kegiatan tersebut. Akan tetapi, selain dengan cara memberikan materi saya juga mengajak para santri untuk melakukan *action* atau turun langsung ke lapangan untuk melakukan kegiatan seputar mengenai kewirausahaan. Dengan cara melakukan *action* maka para santri

---

<sup>61</sup> Observasi di Pondok Pesantren Mahasiswa *entrepreneur* Nuris 2 Jember, 16 Oktober 2022.

akan merasa senang, karena jika para santri hanya diberikan materi saja mereka akan merasa jenuh dan bosan.<sup>62</sup>

Santri juga menjawab bahwasannya:

Kegiatan kewirausahaan dilakukan dengan cara penyampaian materi dan melangsungkan kegiatan praktek turun langsung ke lapangan. Kegiatan kewirausahaan dilakukan setiap satu minggu satu kali. Jadi, semisal minggu pertama penyampaian materi maka di minggu selanjutnya melakukan praktek.<sup>63</sup>

Gambar 4.2 Kegiatan wiralusaihai (penyampaian maiteri)



(Sumber data: dokumentasi pengurus baikat minait Nuris 2 Jember)<sup>64</sup>

Penjelasan dari hasil wawancara yaitu strategi komunikasi yang dilakukan untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha adalah dengan cara menginovasi para santri secara langsung memberikan pemaparan materi secara langsung didepan para santri. Selain memberikan pemaparan materi kepada para santri secara langsung, strategi yang dilakukan yakni dengan cara mengajak para santri untuk langsung turun ke lapangan melakukan kegiatan kewirausahaan yakni seperti berjualan, membuat produk, serta membagikan brosur

<sup>62</sup> Ustadzah Zafila, diwawancara oleh penulis, 16 Oktober 2022.

<sup>63</sup> Santri, diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2022.

<sup>64</sup> Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, "Kegiatan Wirausaha" 19 Oktober 2022.

perumahan kepada masyarakat, hal tersebut juga merupakan kreatifitas dari tutor kegiatan kewirausahaan.

Gambar 4.3 kegiatan turun ke lapangan (membuat produk)



(sumber data: dokumentasi pengurus baitak minat Nuris 2 jember)<sup>65</sup>

Dalam strategi komunikasi tentunya komunikator mempunyai teknik untuk menyampaikan pesan kepada khalayak atau komunikan. Berikut hasil wawancara peneliti dengan tutor mengenai teknik pesan komunikasi dalam kegiatan kewirausahaan.

Teknik pesan komunikasi yang saya lakukan yakni informatif dan edukatif. Kenapa informatif, karena kegiatan kewirausahaan ini kan diikuti oleh santri yang berada dinaungan pondok pesantren dan pondok pesantren juga kan mempunyai beberapa bisnis dikhawatirkan bisnisnya tidak sesuai dengan syari'at, jadi saya memberi wawasan. Selama saya memberikan wawasan kepada santri, saya tidak menekan kepada santri untuk mengikuti pendapat yang mana, karena kan didalam berbisnis itu banyak ulama'-ulama' yang berpendapat. Saya tidak mengajak mereka untuk fokus atau mengikuti kepada satu satu ulama' saja. Jadi saya lebih informatif kepada santri untuk mengikuti pendapat yang mana saja. Kemudian edukatif hampir sama dengan informatif, hanya saja saya mengedukasi mereka terkait hal

<sup>65</sup> Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, "Kegiatan Bakat minat", 02 November 2022.

kewirausahaan apalagi hukumnya itu banyak perspektif jadi saya menyarankan kepada para santri untuk mengikuti perspektif yang mana saja asal tidak melanggar syari'at.<sup>66</sup>

Maksud dari hasil wawancara diatas adalah teknik pesan komunikasi yang dilakukan oleh tutor sendiri yakni menggunakan teknik informatif dan edukatif. Para santri berhak untuk mengikuti perspektif dari berbagai pendapat asalkan tidak melanggar hukum syari'at. Selama perspektif yang diikuti tidak keluar dari syari'at maka diperbolehkan untuk dipercayai.

Selain dari teknik pesan komunikasi tentunya membutuhkan media untuk menyampaikan pesan kepada khalayak atau komunikan. Berikut hasil wawancara peneliti terkait media apa yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung.

Media yang saya gunakan dalam kegiatan kewirausahaan ini yakni ketika saya memberikan materi media yang saya gunakan yakni seperti, kitab yang membahas masalah bisnis, laptop dan proyektor untuk pemaparan materi. Sedangkan media yang digunakan ketika *action* yaitu *handphone* dengan cara membagikan pengumuman melalui grub *whatsapp*.<sup>67</sup>

Santri juga menjawab bahwasannya:

Media yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung semisal ketika kegiatan penyampaian materi, maka media yang digunakan seperti, laptop, proyektor, dan kitab. Akan tetapi jika kegiatannya itu turun ke lapangan media yang digunakan adalah *hanphone* gunanya yaitu untuk membagikan informasi kepada santri-santri yang ikut serta dalam kegiatan kewirausahaan. Selain *hanphone* jika kegiatannya itu seperti pembuatan roti yang digunakan adalah bahan-bahan roti, kemudian oven dan lain sebagainya. Untuk

<sup>66</sup> Ustadzah Zafila, diwawancara oleh penulis, 16 Oktober 2022.

<sup>67</sup> Ustadzah Zafila, diwawancara oleh penulis, 16 Oktober 2022.

kitab yang digunakan pada saat penyampaian materi menggunakan kita *Fathul Qorib*.<sup>68</sup>

Media yang digunakan oleh tutor dalam kegiatan kewirausahaan adalah media elektronik dan media cetak, dimana tutor menggunakan laptop, *handphone*, proyektor serta kitab untuk menyampaikan materi kepada santri. Menurut jawaban santri kitab yang di gunakan untuk menyampaikan materi adalah kita *Fathul Qorib*.<sup>69</sup> Jika kegiatan yang dilakukan adalah turun kelapangan tutor menggunakan *handphone* untuk menyampaikan hal-hal penting melalui grup *whatsapp*. Selain menggunakan media *handphone* jika kegiatan pada saat turun ke lapangan adalah membuat roti maka media yang di gunakan adalah bahan-bahan adonan roti, kemudian oven juga dan lain sebagainya.

Setelah strategi dilakukan oleh pondok pesantren tentunya pondok pesantren mengharapkan efek atau *feed back* dari santri selama mengikuti tersebut. Serta dalam penyampaian pesan yang telah dilakukan tentunya santri bisa menerima atau tidak pesan yang disampaikan pada saat kegiatan.

Berikut hasil wawancara peneliti dengan salah satu santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember.

Dalam penyampaian pesan yang telah dilakukan oleh tutor dalam kegiatan kewirausahaan ini Alhamdulillah bisa diterima oleh para

---

<sup>68</sup> Santri, diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2022.

<sup>69</sup> Observasi di Pondok Pesantren Mahasiswa *entrepreneur* Nuris 2 Jember, 16 Oktober 2022.

santri yang lain terutama saya sendiri. Penyampaian pesan yang dilakukan itu tidak membosankan serta bahasa yang disampaikan itu sangat mudah dipahami. Kemudian selama mengikuti kegiatan kewirausahaan saya juga merasa mempunyai semangat untuk menjadi pembisnis meskipun bisnis yang saya miliki tidak dengan bisnis yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember*.<sup>70</sup>

Santri mengatakan bahwasannya:

Pesan yang disampaikan oleh tutor bisa diterima oleh para santri termasuk saya sendiri. Penjelasan yang disampaikan itu cukup jelas serta bahasa yang digunakan juga mudah dipahami oleh santri. Jadi, kita selaku santri bisa memahami pesan apa yang disampaikan oleh tutor.<sup>71</sup>

Maksud dari hasil wawancara diatas yaitu penyampaian pesan komunikasi yang dilakukan oleh tutor dalam kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur Nuris 2 Jember* bisa diterima dengan baik oleh para santri. Penyampaian pesan yang dilakukan bisa menimbulkan efek kepada santri yakni santri bisa mempunyai semangat untuk menjadi wirausahawan. Teknik pesan komunikasi yang dilakukan sangat mudah dipahami oleh para santri serta pengajarannya yang dilakukan juga tidak menimbulkan rasa bosan kepada para santri yang mengikuti kegiatan tersebut. Santri juga menyampaikan bahwa bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mudah dipahami, jadi santri bisa menerima pesan dengan baik sesuai dengan apa yang tutor sampaikan pada saat kegiatan berlangsung.

---

<sup>70</sup> Ustadzah Zafila, diwawancara oleh penulis, 16 Oktober 2022.

<sup>71</sup> Santri, diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Oktober 2022.



2. Faktor pendukung dan penghambat dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.

Untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, tentunya mempunyai beberapa faktor yang terjadi, seperti halnya ada faktor penghambat dan faktor pendukung. Berikut hasil wawancara peneliti mengenai faktor pendukung dan penghambat apa saja yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.

Komunikasi yang kurang maksimal yang menurut saya yang menjadi faktor penghambat di dalam kegiatan ini, dikarenakan saya kurang memaksimalkan komunikasi dengan para santri yang mengikuti kegiatan ini. Seperti halnya ketika para santri langsung turun ke lapangan itu kurang maksimal komunikasinya, dari 49 santri yang mengikuti kegiatan ini tidak semuanya yang merespon pesan yang saya sampaikan. Ketika santri melakukan *action* atau praktek secara langsung ke lapangan biasanya saya menggunakan grup *whatsapp* untuk melakukan komunikasi.<sup>72</sup>

Salah satu yang menjadi faktor penghambat dari kegiatan kewirausahaan yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember yaitu kurang maksimalnya komunikasi antara tutor kegiatan dengan para santri. Akan tetapi kurang maksimalnya komunikasi tersebut hanya terjadi ketika para santri melakukan *action* di lapangan. Ketika penyampaian materi tidak ada penghambat apapun, bahkan para santri memperhatikan penjelasan yang diberikan oleh tutor kegiatan.

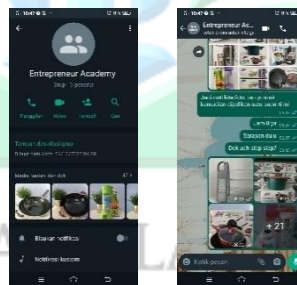
---

<sup>72</sup> Ustadzah Zafila, diwawancara oleh penulis, 16 Oktober 2022.



Pada kegiatan *action* di lapangan tutor menggunakan grup *whatsapp* untuk mengkoordinir, melakukan komunikasi dengan para santri. Dikarenakan ketika melakukan *action* para santri itu tidak berkumpul menjadi satu melainkan mereka menyebar menjadi beberapa bagian. Seperti halnya jualan di area *care free day* para santri menyebar menjadi beberapa kelompok untuk menjual barang dagangannya. Dari 49 santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan tidak semua santri mengikuti kegiatan ketiak *action* di lapangan. Padahal tutor sudah menginformasikannya melalui grup *whatsapp*. Bisa jadi dari 49 santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan terkadang hanya 11 santri mengikuti *action* di lapangan. Hal tersebut terjadi dikarenakan pesan komunikasi yang dilakukan oleh tutor kurang maksimal.

Gambar 4.4 Grup *whatsapp* kegiatan



(Sumber data: dokumentasi tutor kegiatan wirausahaan Nuris 2 Jember)<sup>73</sup>

<sup>73</sup> Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, “grup Whatsapp” 02 November 2022.

Gambar 4.5 Data santri yang mengikuti kegiatan

The image shows two photographs of data sheets. The left sheet is a table with columns for 'No', 'Nama', 'Jenis Kelamin', and 'Partisipasi'. The right sheet is a similar table with columns for 'No', 'Nama', 'Jenis Kelamin', and 'Partisipasi'. Both sheets contain handwritten entries for various santri.

(Sumber data: dokumentasi tutor kegiatan wirausaha Nuris 2 Jember)<sup>74</sup>

Kemudian mengenai faktor pendukungnya yaitu sesuai dengan teori yang ada di bab II, bahwasannya dalam kegiatan kegiatan kewirausahaan yakni tutor atau selaku pembimbing dalam kegiatan tersebut sudah mengenali khalayaknya yaitu para santri Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember. Pemilihan media yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung juga bisa terlihat dan didengar oleh para santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan. Peranan komunikator dalam komunikasi yakni tutor selaku pembimbing dari kegiatan kewirausahaan di pondok pesantren menjadi salah satu orang yang menyampaikan pesan komunikasi kepada para komunikan yakni para santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan.

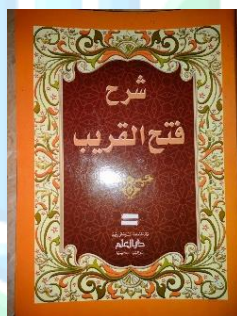
Kemudian dari hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwasannya selain dari faktor pendukung yang telah peneliti tulis di atas ada faktor pendukung lainnya, yakni dari media yang digunakan pada saat kegiatan. Salah satu media yang digunakan pada saat kegiatan mempunyai kandungan yang sangat penting bagi para santri. Media tersebut adalah kitab

<sup>74</sup> Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, "Data Santri" 02 November 2022.

*Fathul Qorib*, kandungan-kandungan *fiqh* muamalah yang ada di dalam kita tersebut sangat berperan penting bagi para santri yang mengikuti kegiatan wirausaha.

Hal tersebut sesuai dengan teori faktor pendukung yang ada di bab II, yaitu kajian pesan komunikasi. Jadi, dari kandungan kitab tersebut para santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember bisa mengetahui mana yang baik dan buruk dalam bermuamalah, mana yang halal dan yang haram.

Gambar 4.6 Kitab yang digunakan dalam kegiatan



(Sumber data: pengurus baitat minat Pondok Pesantren

Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember)<sup>75</sup>

### C. Pembahasan Temuan

Setelah proses penyajian data dan analisis data, proses selanjutnya yakni pembahasan temuan-temuan penelitian yang telah diperoleh pada saat penelitian berlangsung berdasarkan dengan pokok masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini membahas mengenai

<sup>75</sup> Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, “media kegiatan”, 02 November 2022.

“Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember). Berikut beberapa hal yang disajikan sebagai data temuan:

1. Strategi Komunikasi Pondok Pesantren untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha

Strategi komunikasi yang digunakan atau dilakukan oleh Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha sesuai dengan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Strategi komunikasi yang digunakan yaitu menginovasi kepada santri untuk belajar mengenai berwirausaha serta mengajak santri untuk langsung melakukan *action* atau praktek di lapangan dengan kreatifitas yang dimiliki oleh tutor kegiatan kewirausahaan. Dari hasil wawancara kepada tutor kegiatan atau penanggung jawab atas kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren mengatakan bahwa melakukan strategi komunikasi secara langsung mengajak para santri untuk melakukan *action* atau terjun ke lapangan serta memberikan pemaparan materi kepada santri merupakan hal yang sangat diharapkan untuk terus menumbuhkan rasa minat dan bakat santri dalam berwirausaha.

Dalam komunikasi ada beberapa elemen yang mana di kemukakan oleh Harold D Laswell yaitu komunikator, komunikan, media, pesan, dan efek. Oleh karena itu strategi yang dijalankan harus diawali

dengan langkah-langkah yang pertama yakni menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran, teknik menyusun pesan, memilih media komunikasi, dan efek komunikasi. Dalam menetapkan komunikator pada kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren pengasuh pondok pesantren PPME Nuris 2 mempunyai seorang tutor atau pemandu yang bertanggung jawab untuk mengurus atau mengatur dalam kegiatan kewirausahaan. Tugas seorang tutor dalam kegiatan kewirausahaan yaitu memberikan pengertian atau pemahaman kepada para santri bahwasannya di pondok pesantren bukan hanya mempelajari mengenai ilmu agama, akan tetapi para santri juga harus mempunyai bekal untuk terjun ke masyarakat nantinya seperti bekal ilmu mengenai wirausaha.

Kemudian untuk target sasaran yang diharapkan dari kegiatan kewirausahaan yaitu para santri yang mempunyai jiwa minat dan bakat dalam berwirausaha. PPME Nuris 2 sendiri tidak memaksakan untuk semua santrinya mengikuti kegiatan kewirausahaan, akan tetapi PPME Nuris 2 sendiri hanya ingin memberikan ilmu dan pengalaman mengenai wirausaha untuk bekal para santri nanti ketika sudah keluar dari pondok pesantren.

Teknik pesan yang digunakan pada saat kegiatan yaitu menggunakan teknik informatif dan edukatif. Para santri berhak untuk mengikuti perspektif dari berbagai pendapat asalkan tidak melanggar hukum syari'at. Selama perspektif yang diikuti tidak keluar dari syari'at maka diperbolehkan untuk dipercayai serta boleh dilakukan.

Media yang digunakan oleh pondok pesantren dalam kegiatan kewirausahaan adalah media elektronik dan media cetak, dimana tutor menggunakan laptop, *handphone*, proyektor serta kitab untuk menyampaikan materi kepada santri. Selain itu ketika kegiatan yang dilakukan turun kelapangan tutor menggunakan *handphone* untuk menyampaikan hal-hal penting melalui grup *whatsapp*. Selain menggunakan media elektronik teknik yang dilakukan yaitu secara langsung atau *face to face* dengan para santri. Dengan adanya teknik-teknik tersebut diharapkan rasa minat dan bakat santri dalam berwirausaha semakin meningkat.

Penyampaian pesan komunikasi yang dilakukan oleh pondok pesantren dalam kegiatan kewirausahaan bisa diterima dengan baik oleh para santri. Penyampaian pesan yang dilakukan dapat menimbulkan efek atau *feed back* kepada santri yakni santri bisa mempunyai semangat untuk menjadi wirausahawan, selain itu dengan adanya penyampaian materi mengenai kewirausahaan santri menjadi tau mana wirausaha yang sesuai dengan syari'at dan mana yang tidak sesuai. Penyampaian pesan komunikasi yang dilakukan sangat mudah dipahami oleh para santri serta pengajarannya yang dilakukan juga tidak menimbulkan rasa bosan kepada para santri yang mengikuti kegiatan tersebut.

Kemudian dari tujuan strategi komunikasi yang ada bab II yang terjadi di lapangan atau yang ditemukan oleh peneliti yakni hanya meningkatkan efektifitas pesan komunikasi. Maksudnya yakni strategi

komunikasi yang telah dilakukan oleh pondok pesantren salah satunya termasuk dari penyampaian pesan kepada para santri pada saat kegiatan berlangsung menimbulkan efektifitas yang sangat baik. Dimana dari banyaknya kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, banyak para santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan daripada kegiatan yang lainnya.

2. Faktor penghambat dan faktor pendukung dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha.

Faktor penghambat yang terjadi pada saat kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember yakni kurang maksimalnya komunikasi yang dilakukan oleh tutor kepada para santri pada saat praktek langsung di lapangan. akan tetapi pada saat penyampaian materi mengenai kewirausahaan faktor penghambat tidak ada, para santri memperhatikan serta mendengarkan pada saat proses penyampaian materi.

Menurut dari buku Onong Uchana dari beberapa faktor penghambat yakni gangguan, kepentingan, motivasi terpendam, dan prasangka. Faktor penghambat yang terjadi di lapangan hanyalah kepentingan saja dan hal tersebut terjadi ketika praktek dilapangan saja. Pada saat melakukan praktek di lapangan para santri menghiraukan pesan komunikasi yang disampaikan oleh tutor. Para santri sibuk dengan

aktifitasnya mereka masing-masing. Pada saat melakukan praktek di lapangan para santri tidak berkumpul menjadi satu kelompok saja, akan tetapi berkumpul menjadi beberapa kelompok. Masing-masing kelompok tempatnya berbeda-beda, jadi tutor hanya bisa menyampaikan pesan melalui grup *whatsapp* dan penyampaian pesan melalui grup *whatsapp* itu yang di rasa kurang maksimal, dikarenakan tidak semua santri membuka dan membaca teks pesan di *whatsapp*.

Kemudian untuk faktor pendukung dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember. Dalam pengenalan sasaran komunikasi sudah tercapai, dimana yang mengikuti kegiatan kewirausahaan tersebut benar-benar santri dari Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember itu sendiri, tidak ada anggota atau santri dari luar pondok pesantren. Dalam pemilihan media yang digunakan oleh pondok pesantren melalui tutor bisa dibilang sudah cukup memadai untuk kegiatan kewirausahaan. Media yang digunakan dalam kegiatan wirausaha pada saat penyampaian materi yakni menggunakan alat *elektronik* seperti, *laptop*, proyektor, kitab (*Fathul Qorib*). Kemudian ketika kegiatan turun ke lapangan media yang digunakan adalah media yang dibutuhkan pada saat kegiatan tersebut, semisal kegiatan pembuatan roti, maka bahan yang dibutuhkan dalah bahan-bahan roti.

Pengkajian pesan komunikasi yang dilakukan juga sudah cukup baik, karena pesan yang disampaikan bisa diterima dan bisa



menimbulkan efek kepada para santri. Peran komunikator dalam kegiatan kewirausahaan yakni seorang tutor sudah cukup berperan untuk menyalurkan ilmunya kepada santri mengenai ilmu wirausaha. Komunikasi yang dilakukan oleh tutor juga tidak membosankan, jadi santri tidak merasa jenuh pada saat mengikuti kegiatan kewirausahaan.

Kegiatan kewirausahaan di pondok pesantren hanya dilakukan seminggu sekali bergantian yakni di minggu pertama penyampaian materi dan di minggu kedua melakukan praktek langsung dilapangan. Hal tersebut dilakukan agar para santri tidak merasa bosan untuk mengikuti kegiatan kewirausahaan, serta bergantian dengan kegiatan-kegiatan yang lainnya juga.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, hasil simpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha yakni dengan cara menginovasi para santri secara langsung. Pertama yaitu dengan cara menyampaikan kajian materi kepada santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan, kajian materi yang disampaikan dengan menggunakan kitab *Fathul Qorib*. Kemudian yang kedua yakni dengan cara melakukan *action* langsung di lapangan, para santri yang mengikuti kegiatan kewirausahaan diajak secara langsung untuk melakukan praktek di lapangan. Teknik pesan komunikasi yang dilakukan yakni dengan cara edukatif dan informatif. Kemudian media yang digunakan yakni media elektronik seperti laptop, proyektor dan kitab (*Fathul Qorib*).
2. Faktor penghambat yang terjadi pada kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, yakni kurang maksimalnya komunikasi yang dilakukan oleh tutor kepada santri. Hal tersebut bisa dikatakan kepentingan santri.  
Kemudian untuk faktor pendukungnya yakni penggunaan kitab *Fathul Qorib*, kandungan-kandungan *fiqh* muamalah yang ada di dalam kita

tersebut sangat berperan penting bagi para santri yang mengikuti kegiatan wirausaha. hal tersebut sesuai dengan teori faktor pendukung yang ada di bab II, yaitu kajian pesan komunikasi. Dari kitab tersebut para santri bisa mengetahui mana yang baik dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember, dengan judul “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember).” Perlu kiranya untuk memberikan saran yang nantinya dapat dijadikan pertimbangan.

### **1. Untuk Pondok Pesantren**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk terus melakukan kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren. Serta diharapkan penelitian ini bisa menjadi evaluasi terhadap kegiatan kewirausahaan yang ada di pondok pesantren.

### **2. Untuk Pembaca**

Peneliti berharap, penelitian skripsi ini mampu bisa dijadikan sebagai bahan informasi terkait kewirausahaan yang ada di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember. Peneliti menyadari bahwa penelitian maupun penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Diharapkan kepada pembaca untuk dapat menyempurnakan karya yang telah dibuat oleh peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : CV Jejak, 2018.

Cangara, Hafied. *Perencanaan & strategi komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta : Rajawali Pers, 2022.

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi teori dan praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017.

\_\_\_\_\_. *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya bakti, 2003).

\_\_\_\_\_. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000.

Firmansyah, M. Anang dan Anita Roosmawarni, *Kewirausahaan ; Dasar dan Konsep*. Surabaya : Qiara Media, 2019.

Haidir dan Salim. *Strategi Pembelajaran (Suatu Pendekatan Bagaimana Meningkatkan Kegiatan Belajar Siswa Secara Transformatif)*. Medan: Perdana Publishing, 2012.

Mustofa, Bisri. *Membangun Wirausaha Baru*. Tangerang : Loka Aksara, 2019.

Nurhadi, Zikri Fachrul. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok : Balebat Dedikasi Prima, 2017.

Rohman, Abd. *Dasar-dasar Manajemen*. Malang: Intelengesia Media, 2017.

Rustan dan Hakki. *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung : Alfabeta CV, 2020.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN JEMBER PRESS, 2020.

Yasir. *Pengantar ilmu komunikasi (sebuah pendekatan kritis dan komprehensif)*. Yogyakarta: cv Budi Utama, 2020.

Yuliantin, Nurul. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: MNC Publishing, 2017.

Jurnal:

Afandi, Zaenal. “Strategi Pendidikan *Entrepreneurship* di Pesantren Al Mawaddah Kudus” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol 7, No 1, 2019.

Ayu, Indah, Wahyuni Desti dan Salsa Bila, “Mengidentifikasi Minat Bakat Siswa Sejak Usia Dini Di SD Adiwiyata.” *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, Vol 2, No 1, 2020.

Hasna, Alfi, dan Muhammad. “Peran Pondok Pesantren Dalam Mencetak Wirausaha Industri Modern (Studi kasus di Pondok Pesantren Aswaja Lintang Songo).” *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII Vol. 02, No. 02, 2021*.

Komariah, Nur. “Pondok Pesantren Sebagai *Role Model* Pendidikan Berbasis *Full Day School*.” *Jurnal Pendidikan Islam Vol 5, No. 2, 2016*.

Mustaqim, Yunus. “Membangun *Entrepreneurship* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.” *Business Management Analysis Journal*, Vol 02, No. 02, 2019.

Mutiara, Winda. “Strategi Komunikasi mendidik Dalam Menghadapi Temper Tantrum Berkebutuhan Khusus.” *Jurnal Makna Vol. 05, No. 02, 2019*.

Syafe’I, Imam. “Pondok Pesantren : Lembaga Pendidikan Pembentukan Karakter.” *Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 8, 2017*.

Skripsi:

Fatah, Abdul. “Strategi Pondok Pesantren At Taqwa Putra Bekasi Dalam Menerapkan Komunikasi Berbahasa Arab dan Inggris Pada Santri.” Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.

Handayani, Nourma. “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Al-Ikhlas Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat (Studi Kasus di Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat Sumatera Selatan).” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019.

Renalda, Selda. “Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Madarijul Ulum Penanggunggan Kec. Gunung Alip Kab. Tanggamus Dalam Meningkatkan

Minat Belajar Santri.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.

Website:

Mbakjhe, “Memahami Strategi Komunikasi”, 23 Agustus, 2019.  
<https://kelaskomunikasi.com/memahami-strategi-komunikasi/>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halimatus Sa'diah  
NIM : D20181018  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan/ Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Institusi : Universitas Islam Negeri KH.Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi pondok Pesantren Untuk menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember”**, ini adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri., kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya.

Jember, 06 November 2022



HALIMATUS SA'DIAH

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Matriks penelitian

Judul Penelitian	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Fokus Penelitian	Sumber Data	Metode Penelitian
<b>Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 jember)</b>	Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha	1) Strategi Komunikasi  2) Menumbuhkan minat dan bakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian Strategi Komunikasi</li> <li>• Penetapan Strategi dalam Perencanaan Komunikasi</li> <li>• Tujuan Strategi Komunikasi</li> <li>• Segala sesuatu yang dilakukan yang menjadi keinginannya</li> <li>• Kemampuan yang dimiliki oleh seseorang</li> </ul>	1. Bagaimana Strategi Komunikasi di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Jember Untuk Menumbuhkan Bakat dan Minat Santri Dalam Berwirausaha?  2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dari kegiatan kewirausahaan di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Jember?	<b>Data Primer:</b> - Informan - Wawancara <b>Data Sekunder:</b> - Observasi - Dokumentasi	<b>Pendekatan Penelitian:</b> Kualitatif Deskriptif <b>Teknik Pengumpulan Data:</b> - Observasi - Wawancara - Dokumentasi <b>Teknik Analisis Data:</b> - Pengumpulan Data - Penyajian Data - Penarikan Kesimpulan



## PEDOMAN PENELITIAN.

### A. Pedoman Observasi

Lokasi Penelitian: Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember

### B. Pedoman Wawancara

#### 1. Wawancara dengan ketua Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember

- a. Apa latar belakang berdirinya kegiatan usaha di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember
- b. Ide dan gagasan siapa saja berdirinya kegiatan usaha di sini?
- c. Tujuan berdirinya kegiatan usaha di pondok ini?
- d. Bagaimana strategi komunikasi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?
- e. Unit wirausaha apa saja yang ada di pondok pesantren
- f. Dalam kegiatan tersebut kan ada beberapa kegiatan wirausaha, apakah santri dibebaskan untuk memilih kegiatannya mau ikut yang mana?

#### 2. Wawancara dengan Tutor kegiatan wirausaha di Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember

a. Bagaimana strategi komunikasi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?

- Siapa komunikator dalam kegiatan wirausaha tersebut?
- Siapa saja target sasaran dari kegiatan wirausaha tersebut?
- Bagaimana teknik menyusun pesan komunikasi dalam kegiatan wirausaha tersebut? (apakah bersifat informatif, mengajak, atau edukatif)
- Media apa yang digunakan oleh pemandu pada saat berkomunikasi dalam kegiatan wirausaha?

b. Menurut njenengan apakah terdapat efek kepada santri dari kegiatan wirausaha tersebut?

c. Apakah dengan adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh pondok pesantren pesan-pesan bisa tersampaikan terhadap santri?

d. Apa saja faktor penghambat dalam strategi komunikasi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?

- Adakah gangguan seperti terjadinya kegaduhan atau santri sulit memahami kegiatan tersebut?
- Apakah ada santri yang berbuat sesuatu sesuai dengan keinginannya, seperti santri itu mengabaikan

komunikasi yang dilakukan oleh pemandu dikarenakan tidak sesuai dengan keinginannya

- e. Apa saja faktor pendukung dalam strategi komunikasi pondok pesantren untuk menumbuhkan minat dan bakat santri dalam berwirausaha?
- f. Dalam kegiatan tersebut apakah ada beberapa kegiatan wirausaha, apakah santri dibebaskan untuk memilih kegiatannya mau ikut yang mana?

3. Wawancara kepada santri Pondok Pesantren Mahasiswa *Entrepreneur*  
Nuris 2 Jember

- a. Apakah benar sebelum mengikuti kegiatan wirausaha, para santri dibebaskan untuk memilih kegiatan apa yang diminati?
- b. Dalam mengikuti kegiatan wirausaha tersebut apakah santri itu mempunyai minat dari dirinya sendiri, atau karena faktor yang lain seperti minat karena mengikuti teman atau karena pendidikan, atau sebelum mengikuti kegiatan tersebut santri sudah mempunyai kemampuan di dalam bidang kegiatan tersebut?
- c. Apakah pesan komunikasi yang disampaikan pada saat kegiatan bisa diterima oleh santri?
- d. Media apa saja yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung?

## Surat Permohonan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH**

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaiiwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550  
email : [fakultasdakwah@uinkhas.ac.id](mailto:fakultasdakwah@uinkhas.ac.id) website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B.2604 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 10 /2022 02 Oktober 2022  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Pengasuh/Pengurus PPME Nuris 2 Jember

***Assalamu'alaikum Wr. Wb.***

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Halimatus sa'diah  
NIM : D20181018  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Semester : IX (sembilan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama  $\pm$  30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus PPME Nuris 2 Jember)"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



**Siti Raudhatul Jannah**

## Surat Keterangan Selesai Penelitian



PONDOK PESANTREN MAHASISWA ENTREPRENEUR  
NURIS 2 MANGLI-NGJEMBER  
Sekretariat : Jl. Jumat No. 68 Karang Mluwo Mangli - Jember.  
Kode Pos : 68136

---

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor :05/PPME.NURIS.2/XI/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Rahma Saputri  
Alamat : PPME Nurul Islam 2 Mangli Jember  
Jabatan : Ketua Pondok

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : HALIMATUS SA'DIAH  
Jabatan : Mahasiswa  
NIM : D20181018

Yang bersangkutan benar-benar telah melaksanakan kegiatan penelitian mengenai *Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Untuk Menumbuhkan Minat dan Bakat Santri Dalam Berwirausaha (Studi Kasus di Pondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nuris 2 Jember) selama 29 ( Dua Puluh Sembilan ) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu GUS H. Abdurrahman Fathoni, M.Si.* Dipondok Pesantren Mahasiswa Entrepreneur Nurul Islam 2 Mangli Jember. Yang dilaksanakan mulai tanggal 6 Oktober sampai 3 November 2022.

Demikian surat ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 4 November 2022  
Ketua Pondok



Anggi Rahma Saputri

## Jurnal Kegiatan Penelitian

NO.	TANGGAL	KETERANGAN	TANDA TANGAN
1.	06 Oktober 2022	Penyerahan surat perizdinan penelitian	
2.	10 Oktober 2022	Wawancara dengan pengurus pondok (ustazdah Emil)	
3.	11 Oktober 2022	Wawancara dengan ketua pondok (ustazdah Anggi)	Anggi Rahma 
4.	12 Oktober 2022	Wawancara dengan santri	
5.	16 Oktober 2022	Wawancara dengan tutor kegiatan kewirausahaan (ustazdah Fila)	
7.	02 November 2022	Meminta data-data terkait penelitian	
8.	03 November 2022	Meminta tanda tangan sebagai bukti selesainya penelitian	



## Dokumentasi



Gambar 1 : Wawancara dengan Ketua Pondok Pesantren Mahasiswa

*Entrepreneur Nuris 2 Jember*



Gambar 2 : Wawancara dengan pengurus Pondok Pesantren Mahasiswa

*Entrepreneur Nuris 2 Jember*



Gambar 3 : Wawancara dengan tutor kegiatan kewirausahaan Pondok Pesantren  
Mahasiswa *Entrepreneur* Nuris 2 Jember



Gambar 4 : Wawancara dengan santri Pondok Pesantren Mahasiswa  
*Entrepreneur* Nuris 2 Jember



## **BIODATA PENULIS**



### **DATA PRIBADI**

Nama : Halimatus Sa'diah  
NIM : D20181018  
TTL : Probolinggo, 04 April 2000  
Alamat : Kebon Sari Kulon, Kota Probolinggo  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat Email : [munt659@gmail.com](mailto:munt659@gmail.com)  
No. Handphone : 089682631459

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

TK Sri Kusuma : 2006-2007  
SDN Kebon Sari Kulon 3 : 2007-2012  
SMP Zainul Hasan 1 Genggong : 2012-2015  
MA Zainul Hasan 1 Genggong : 2015-2018  
S1 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2018-2022