

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI
PONDOK PESANTREN NURUL ISLAM JEMBER DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



Oleh:

Nada Hammada

NIM: 212105020021

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI
PONDOK PESANTREN NURUL ISLAM JEMBER DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:
Nada Hammada
NIM: 212105020021

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI
PONDOK PESANTREN NURUL ISLAM JEMBER DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

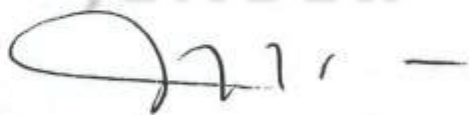
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Nada Hammada
NIM: 212105020021**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Disetujui Pembimbing



**Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197604012003121005**

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI PONDOK PESANTREN NURUL ISLAM JEMBER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Rabu

Tanggal: 19 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.
NIP. 196905231998032001

Sekretaris



Udik Mashudi, S.E., M.M.
NIP. 2013056301

Anggota:

1. Dr. Adil Siswanto, M.Par.
2. Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M. Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ
بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha *teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (QS Al Hasyr:18).



* Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 548.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, sholawat serta salam saya ucapkan kepada baginda Baginda Nabi Muhammad SAW, karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk almarhumah ibu saya tercinta, Fitriah, yang selalu saya sayangi, rindukan, dan yang memiliki makna paling mendalam dalam hidup saya. Semoga Allah SWT melapangkan kuburnya dan menempatkannya di tempat paling mulia di sisi-Nya.
2. Ayah saya bapak Muhammad Hafid yang senantiasa mendukung saya secara finansial, memberikan doa, memberikan nasihat berharga, membimbing dengan penuh kasih selama ini.
3. Untuk kakak saya, Anis Lathifah yang selalu ada menemani dalam setiap perjalanan hidup saya. Terima kasih atas dukungannya di setiap langkah dan atas motivasi, nasihatnya yang selalu mengingatkan saya ketika berbuat salah, serta membiayai pendidikan saya hingga meraih gelar sarjana.
4. Seluruh guru yang telah mendidik saya, mulai dari guru ngaji, guru di SD, SMP, SMA, hingga seluruh dosen di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Untuk teman-teman seperjuangan dari Ekonomi Syariah 3, Muhibbul Musthofah, dan Kelompok KKN 111 yang telah bersama-sama dalam menimba ilmu. Terima kasih atas kebersamaan, waktu, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

6. Untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan saya kesempatan berharga dalam menuntut ilmu selama ini.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, penulis senantiasa mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan, perencanaan, dan penulisan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1).

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menyediakan fasilitas untuk proses pembelajaran di kampus ini.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mempertahankan akreditasi fakultas ini dengan baik di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku ketua jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan arahan dan program kuliah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Sofia, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan bimbingan, arahan, perhatian dan doa yang sangat berarti bagi penulis.
5. Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan dan bimbingan

kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang terlaksanakan mulai dari pengesahan judul hingga skripsi ini selesai.

6. Prof. Dr. Moch. Chotib, S. Ag, M.M., selaku dosen penasihat akademik yang telah membantu memberikan arahan dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ibu Dosen beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap pihak Pondok Pesantren Nurul Islam Jember yang telah memberikan izin dan memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman serta kemudahan dalam melakukan proses penelitian.
9. Semua pihak yang bersangkutan secara langsung atau tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak. Penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun terkait penulisan ini. Akhirnya, dengan harapan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis.

Jember, 20 Februari 2025

Penulis,

Nada Hammada
Nim: 212105020021

ABSTRAK

Nada Hammada, Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I. 2025: *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Islam.

Seiring dengan perkembangan industri kreatif, pengembangan aktivitas ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, serta kemampuan individu dalam menciptakan inovasi dan karya yang bernilai ekonomi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Potensi pengembangan sektor ini telah masuk ke dalam dunia pendidikan, Khususnya industri kreatif yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, yang mana subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan yang memiliki potensi untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Seperti diundang oleh Masyarakat untuk tampil di acaranya dan menghasilkan pendapatan dari penjualan buku sebagai sarana penyebaran ilmu.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dalam perspektif ekonomi Islam? 2) Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan dalam perspektif ekonomi Islam?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dalam perspektif ekonomi Islam. 1) Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis dekriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: 1) Strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember diawali dengan tahap perencanaan strategi dengan berdiskusi perorangan antara Pembina dengan pelatih yaitu merancang strategi produksi, strategi bauran pemasaran, dan Strategi sumber daya manusia, lalu diimplementasikan hasil perencanaan strategi tersebut, kemudian pengendalian strategi sejauh mana strategi yang dijalankan. 2) Strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember diawali dengan tahap perencanaan strategi yang dilakukan secara kolaboratif melalui rapat tim penerbitan yaitu merancang strategi produksi, strategi bauran pemasaran, dan Strategi sumber daya manusia. lalu diimplementasikan hasil perencanaan strategi tersebut, kemudian pengendalian strategi sejauh mana strategi yang dijalankan.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	30
1. Manajemen Strategi	30

2. Manajemen Strategi Islam.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Subyek Penelitian.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Analisis Data	48
F. Keabsahan Data.....	51
G. Tahap-Tahap Penelitian	51
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	53
A. Gambaran Obyek Penelitian	53
B. Penyajian Data dan Analisis.....	58
C. Pembahasan Temuan.....	103
BAB V PENUTUP.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	29
---	----



DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal
4.1	Latihan Nuris van java	66
4.2	Latihan pertunjukan hadrah.....	67
4.3	Prestasi hasil dari lomba hadrah.....	77
4.4	Buku karya santri dan karya kyai	91



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pondok Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam tertua, dengan sejarah yang panjang dan mendalam. Keberadaan Pesantren sudah ada jauh sebelum Indonesia merdeka, hal ini menunjukkan bahwa Pesantren telah lama berperan dalam pembentukan karakter dan pengetahuan umat Islam di Nusantara. Pesantren berperan strategis dalam kemajuan masyarakat, menghubungkan agama, ekonomi, pendidikan, dan politik. Semakin tinggi pendidikan, ekonomi, dan kekuasaan, semakin besar juga pengaruh terhadap agama.¹ Seiring berjalannya waktu, Pesantren di Indonesia mengalami perkembangan. Kini, Pondok Pesantren dapat dibedakan menjadi dua jenis utama yaitu, Pesantren salafiyah (tradisional) berfokus pada pelestarian tradisi pengajaran kitab kuning, sementara pesantren khalafiyah (modern) menggabungkan pendidikan formal dengan sistem pendidikan pesantren.²

Pondok Pesantren adalah sebuah lembaga pendidikan Islam yang sudah ada sejak abad ke-13 di Indonesia, tidak hanya mengajarkan agama, tetapi juga menjadi bagian integral dari masyarakat. Dimulai dari penyebaran Islam oleh Syekh Maulana Malik Ibrahim, Pesantren berkembang pesat dan

¹ Nafis Wadud, Hersafa, dan Sofyaly, "Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren di Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Islamic Boarding," *Jurnal Of Social Service and reseach* vol 4, no.5 (Mei 2024): 1279, <https://doi.org/10.XXXXXX/ijssr.xxxx.xx>.

² Siti Robiah Adawiyah, "Pendidikan Kewirausahaan Di Pesantren Sirojul Huda," *Jurnal Comm-Edu* vol 1, no. 2 (Mei 2018): 81.

kini memiliki peran penting dalam bidang ekonomi.³ Saat ini, Pondok Pesantren hanya menjadi cikal bakal desa, melainkan berdiri di tengah Masyarakat yang sudah berkembang. Meski begitu, Pesantren tetap menjadi kebanggaan umat dengan sistem pembelajaran yang seimbang antara aspek dunia dan akhirat. Selain peran utamanya dalam bidang pendidikan dan dakwah, Banyak Pondok Pesantren yang telah mengembangkan unit-unit usaha seperti percetakan, perdagangan, kerajinan, dan industri kecil yang tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi Pesantren itu sendiri, tetapi juga memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat sekitar.⁴

Pengembangan ekonomi bertujuan untuk mendorong keterlibatan masyarakat dalam pembangunan ekonomi serta memaksimalkan potensi sumber daya manusia dalam mengelola sumber daya alam secara efisien dan berkelanjutan, mendukung pengusaha kecil dan menengah, serta menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha guna meningkatkan kesejahteraan. Pendekatan ini juga bertujuan untuk mendorong inovasi dan kreativitas dalam berbagai sektor ekonomi, memperkuat kolaborasi antara Pemerintah, Masyarakat, dan Pelaku usaha, serta membangun ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi yang inklusif.⁵

³ Suwito et al., "Program pengembangan ekonomi berbasis pondok pesantren." *Jurnal Inovasi Penelitian* vol 3, no.1 (Juni 2022): 4371-4382, <https://www.neliti.com/publications/470165/>.

⁴ Nurul Huda, "Kinerja LKMS Dalam Mendukung Kegiatan Ekonomi Rakyat Berbasis Pesantren (Studi Pondok Pesantren Darut Tauhid dan BMT Darut Tauhid)," *Jurnal Aplikasi Manajemen* vol 13, no. 4 (2015): 598, <https://jurnaljam.ub.ac.id>.

⁵ Muhammad Ismail. "Strategi Pengembangan Ekonomi Rakyat Di Provinsi Papua," *Jurnal Bina Praja* vol 7, no. 3 (September 2015): 251-260, <https://doi.org/10.21787/jbp.07.2015.251-259>.

Di Indonesia, salah satu tren pemberdayaan ekonomi yang menunjukkan perkembangan pesat adalah ekonomi kreatif. Potensi pengembangan sektor ini juga telah masuk ke dalam dunia pendidikan, terutama di lingkungan Pesantren. Pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional, kini banyak yang mulai mengadopsi konsep ekonomi kreatif sebagai bagian dari program pengembangan mereka. Dengan melibatkan santri, Pesantren kini mengembangkan usaha-usaha berbasis kreativitas yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat keterampilan santri.⁶

Istilah ekonomi kreatif sudah tidak asing lagi, karena keduanya saling berhubungan. Ekonomi kreatif menghubungkan ide inovasi dengan penciptaan nilai ekonomi yang signifikan dan lapangan kerja baru. Fokusnya pada eksplorasi dan pengembangan ide terhadap produk kreatif dan inovatif, yang mendorong kinerja ekonomi dan sosial.⁷ Dapat diartikan, ekonomi kreatif ialah aktivitas ekonomi yang dihasilkan dari inovasi dan kreativitas individu yang terampil, dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menciptakan produk yang bernilai.⁸ Dengan memanfaatkan keterampilan individu di dalam pesantren serta sumber daya yang ada, Pesantren dapat

⁶ Ning KarnaWijaya and Soraya Aini, 'Pemberdayaan Santri Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif "Kimi Bag" Di Pondok Pesantren Al Qohar Klaten', *Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* vol 20, no. 1 (26 August 2020): 23, <https://doi.org/10.21580/dms.2020.201.5124>.

⁷ Sri Wahyuningsih dan Dede Satriani, "Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Di Desa Pedekik)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* vol 8, No 2 (Desember 2019): 197, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>.

⁸ Hari Basuki, 'Pembiasaan Jiwa Entrepreneurship Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren', *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah* vol 5, no. 1 (26 January 2021): 57–78, <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v5i1.867>.

menghasilkan produk-produk yang bernilai, seperti penerbitan buku atau kitab, produk kuliner, dan literatur Islami. Melalui pendekatan ini, Pesantren tidak hanya memperkuat kemandirian ekonomi, tetapi juga meningkatkan peran mereka dalam pemberdayaan dan pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Ekonomi kreatif saat ini berperan sebagai salah satu penggerak utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di tengah tantangan perlambatan ekonomi global. Ekonomi kreatif menghasilkan nilai tambah yang berlandaskan pada ide-ide inovatif yang lahir dari kreativitas manusia, dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi. Di era 5.0 saat ini, manusia berperan sebagai penggerak teknologi, sementara konsep big data memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan.⁹

Indonesia memiliki 15 subsektor ekonomi kreatif yang saat ini telah dikembangkan. Subsektor tersebut mencakup berbagai bidang yang masing-masing memiliki keunikan dan kontribusi tersendiri terhadap perekonomian nasional. yaitu (1) Fashion (2) Kuliner (3) Musik (4) Penerbitan (5) Pertunjukan (6) Kriya (7) Periklanan (8) Seni Rupa (9) Televisi dan Radio (10) Vidio, Film dan Fotografi (11) Desain (12) Teknologi Informasi (13) Aplikasi dan Game (14) Riset dan Pengembangan (15) Arsitektur.¹⁰

⁹ Kholifatul Husna Asri, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0," *Jurnal ALIF* vol 1, no. 1 (15 June 2022): 17–26, <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.710>.

¹⁰ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 18.

Salah satu Pondok Pesantren yang telah mengembangkan subsektor ekonomi kreatif yaitu di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember. Pondok Pesantren tersebut terletak di Jalan Pangandaran, Kelurahan Antirogo, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, Pondok Pesantren Nurul Islam telah mengembangkan Sebagian dari subsektor kreatif, diantaranya yaitu:¹¹

- a) Subsektor Musik, hal ini terkait mengenai rekaman suara yang telah berkembang di Pondok Pesantren Nurul Islam, dengan pemanfaatan YouTube untuk mengembangkan bakat santri. Melalui platform ini, santri diberdayakan untuk membuat rekaman atau menyanyikan lagu-lagu Islami.
- b) Subsektor Video, kegiatan kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam seperti membuat video profil Pesantren dan merekam berbagai kegiatan yang ada di Pesantren.
- c) Subsektor Kuliner, di Pondok Pesantren Nurul Islam telah mengembangkan berbagai makanan dan minuman melalui kopontren maupun disekitar lingkungan Pesantren.
- d) Subsektor Pertunjukan, Pesantren ini menggelar acara akbar tahunan yang bertajuk "Panggung Gembira" untuk menumbuhkan kreativitas para santri. Acara ini menampilkan berbagai ekspresi kreatif, seperti drama, kolaborasi gamelan dan hadrah, solo vocal, hadrah, Paduan suara, tari-

¹¹ Observasi di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, 26-28 September 2024.

tarian, syahril qur'an, seni pencak silat, drama dan penampilan seni budaya Islam.

- e) Subsektor Desain, di Pondok Pesantren Nurul Islam para santri mengembangkan keterampilan diberbagai bidang seperti desain grafis, desain busana, dan media digital yang dilaksanakan setiap minggu dengan adanya ekstrakurikuler.
- f) Subsektor Penerbitan, Pesantren ini sudah lama mengembangkan kegiatan menulis, dengan menerbitkan majalah, kitab, dan buku yang mengangkat berbagai tema.

Seiring dengan perkembangan industri kreatif, pengembangan aktivitas ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, serta kemampuan individu dalam menciptakan inovasi dan karya yang bernilai ekonomi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan Masyarakat. Khususnya industri kreatif yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, yang mana dari keenam subsektor tersebut, subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan yang memiliki potensi untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif.¹² Kegiatan seni pertunjukan yang diadakan setiap tahun di Pondok Pesantren Nurul Islam sebagai upaya untuk mengembangkan kreativitas para santri, terdapat dua sektor yang memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk mendukung ekonomi kreatif, yaitu pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah (Nuris Van Java) dan pertunjukan hadrah (Ashabul Muhyi). Karena kedua seni tersebut tidak hanya tampil pada

¹² Ustadzah Linda, diwawancarai oleh penulis, Jember, 26 September 2024.

acara tahunan, para santri juga kerap menampilkan pertunjukan dalam berbagai kesempatan lain, seperti di undang acara di luar pesantren, mengikuti event lomba, Pembuatan konten, acara sosialisasi, expo kampus, dan kegiatan lain di lingkungan pondok Pesantren.¹³

Di sisi lain, Subsektor penerbitan memiliki peran penting dalam mendukung ekonomi kreatif, khususnya di lingkungan pendidikan seperti Pondok Pesantren Nurul Islam Jember. Subsektor penerbitan memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran ilmu pengetahuan, nilai-nilai keagamaan, dan sosial kemasyarakatan. Seperti menerbitkan buku dan kitab yang nantinya bisa menjadi nilai tambah ekonomi bagi Pesantren.¹⁴ Peneliti memilih Pondok Pesantren Nurul Islam sebagai lokasi penelitian karena Pesantren ini memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif, terutama dalam konteks budaya dan nilai-nilai Islam yang dapat dilibatkan dalam bentuk seni pertunjukan dan penerbitan. Selain itu, Pondok Pesantren Nurul Islam merupakan salah satu Pesantren yang telah sukses mengembangkan produk inovatif melalui program OPOP (One Pesantren One Product). Di sisi lain dalam subsektor teknologi Santri di Pesantren Nurul Islam telah berhasil menciptakan mobil listrik tenaga surya yang masih digunakan hingga saat ini.¹⁵

¹³ Ustadz Dahabi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 27 September 2024.

¹⁴ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 28 September 2024.

¹⁵ Pesantren Nurul Islam Jember Pacu Inovasi Pemasaran Produk, OPOP Jatim, 24 November, 2020, <https://opop.jatimprov.go.id/detail/169/pesantren-nurul-islam-jember-pacu-inovasi-pemasaran-produk>.

Pondok Pesantren Nurul Islam Jember mulai mengoptimalkan potensi yang dimilikinya melalui berbagai kegiatan ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi. Hal ini tidak terlepas dari berkembangnya zaman, di mana Pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga menjadi pusat pengembangan keterampilan dan kreativitas. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, Pesantren dapat membuka peluang baru bagi santri untuk berpartisipasi dalam ekonomi kreatif yang terus berkembang pesat. Namun, potensi ini perlu diimbangi dengan strategi yang terencana dalam mengembangkannya agar mampu bersaing dan tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini dipilih karena fenomena berkembangnya potensi ekonomi kreatif di kalangan Pesantren, khususnya di Pesantren Nurul Islam yang menunjukkan bahwa lembaga pendidikan berbasis agama kini tidak hanya fokus pada pembelajaran keagamaan, tetapi juga mulai mengambil peran dalam menggerakkan ekonomi melalui kreativitas dan inovasi. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan tersebut dengan merumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sehingga dengan adanya strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren, diharapkan dapat tercipta peluang-peluang baru yang mendukung peningkatan kesejahteraan ekonomi, baik bagi para santri maupun pesantren secara keseluruhan.

Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, dengan fokus pada subsektor seni pertunjukan dan penerbitan. Penelitian tentang ekonomi kreatif

di pondok pesantren sebelumnya pernah dilakukan oleh Dyah Ayu Fitriani (2020) dengan judul "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Desa Patokan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo Dalam Perspektif Ekonomi Islam".¹⁶ Penelitian tersebut mengkaji subsektor fashion dan kuliner di Pondok Pesantren Al-Mashduqiyah Probolinggo, namun belum meneliti subsektor lain seperti seni pertunjukan dan penerbitan yang belum dibahas secara mendalam di lingkungan Pesantren. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji strategi pengembangan kedua subsektor tersebut sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, serta memperluas kajian ekonomi kreatif di lingkungan Pesantren.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul **“Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dalam perspektif ekonomi Islam?

¹⁶ Dyah Ayu Fitriani, “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Dilingkungan Pesantren Al-Masuqiah Desa Patokan Kecamatan Kabupaten Probolinggo Dalam Perspektif Islam” (Skripsi, UINSA Surabaya, 2020), 6.

2. Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dalam pengembangan pendidikan baik teori maupun praktik. Beberapa manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang Strategi yang baik dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui subsektor pertunjukan dan subsektor kuliner yang berlandaskan nilai-nilai Islam, serta dapat menambah referensi bagi lembaga pendidikan lainnya dalam merumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti, serta menjadi wadah untuk pengembangan diri sekaligus sarana untuk menerapkan secara langsung ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

b. Bagi Instansi

1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta Mahasiswa dalam memperluas wawasan terkait strategi pengembangan ekonomi kreatif, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai acuan oleh peneliti berikutnya.

2) Diharapkan dapat berfungsi sebagai salah satu sumber dukungan dan referensi dalam proses pembelajaran di Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Bagi Masyarakat

1) Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

- 2) Diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi masyarakat yang berencana melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif.

d. Bagi Pondok Pesantren Nurul Islam

- 1) Diharapkan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi Pesantren melalui pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.
- 2) Diharapkan dapat mendukung Pesantren untuk melibatkan santri dalam kegiatan ekonomi kreatif.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Pengembangan

Istilah "strategi" sering digunakan dalam konteks militer, berasal dari bahasa Yunani "strategos," yang berarti panglima, seseorang yang diharapkan mampu menyusun rencana untuk mencapai kemenangan.

Dalam pendidikan, strategi menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan. Dengan strategi, program yang telah direncanakan bisa berjalan lancar dan sistematis.¹⁷

Pengembangan adalah proses meningkatkan atau memperbaiki sesuatu, seperti produk, jasa, atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan swasta maupun pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁸

Sehingga dapat diartikan strategi pengembangan adalah rencana atau

¹⁷ Burhan Ibnu Hazin et al., *Pengembangan Kurikulum Teori, Model, dan Praktik*. (PT Sada Kurnia Pustaka, 2023), 240.

¹⁸ Nurul Setianingrum et al., "Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekekatan Bussiness Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia," *Indonesia Scientific Journal Of Islamic Finance* vol 11, no. 1 (Desember 2023): 71. <https://doi.org/10.21093/inasjif.v2i1.7599>.

pendekatan sistematis yang dirancang untuk meningkatkan, memperluas, atau memperbaiki suatu aspek tertentu, guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu sistem ekonomi yang berfokus pada pengembangan ide-ide inovatif dan kreatif yang mampu menghasilkan nilai tambah, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya. Ide-ide kreatif ini bersumber dari kemampuan individu atau kelompok dalam menciptakan sesuatu yang baru atau mengombinasikan ide-ide yang ada untuk menciptakan produk, jasa, atau pengalaman yang memiliki nilai di pasar.¹⁹

Ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai sistem transaksi yang melibatkan permintaan dan penawaran yang berfokus pada kegiatan ekonomi yang didorong oleh sektor industri kreatif.²⁰ Ekonomi kreatif adalah konsep yang bertujuan untuk membangun ekonomi secara berkelanjutan dengan mengandalkan kreativitas. Dalam konsep ini, sumber daya yang digunakan bersifat terbarukan dan tidak terbatas, seperti ide, gagasan, bakat, dan kreativitas.²¹

¹⁹ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 6.

²⁰ Dani Danuar and Tri Darwanto, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang," *Journal Of Economics* vol 2, no. 4 (2013): 1–13, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>.

²¹ Nikmatul Masruroh dan Suprianik, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Desa Dalam Perspektif Maqasid Syariah," *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores* vol 13, no. 02 (Tahun 2023): 353, <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/analisis>.

3. Subsektor Pertunjukan

Subsektor Pertunjukan adalah bentuk seni yang melibatkan kolaborasi antara desainer, pekerja teknis, dan penampil untuk mengolah dan menyampaikan ide atau gagasan kepada penonton secara langsung. Seni Pertunjukan diartikan sebagai aktivitas kreatif yang berfokus pada pengembangan konten dan produksi berbagai jenis pertunjukan, seperti balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, teater, musik, serta opera.²²

4. Subsektor Penerbitan

Subsektor penerbitan merupakan bidang yang memanfaatkan imajinasi untuk menciptakan konten kreatif yang unik dan memiliki khas yang diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti tulisan yang berupa buku, artikel, atau majalah, gambar yang muncul dalam ilustrasi atau desain sampul.²³

5. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah cabang ilmu yang mengkaji metode untuk memahami dan menyelesaikan masalah ekonomi berdasarkan ajaran agama Islam. Ilmu ini mempelajari perilaku individu yang dipandu oleh prinsip-prinsip Islam, mulai dari penentuan tujuan hidup hingga cara memandang dan menganalisis berbagai persoalan ekonomi. Dalam

²² Ni Luh Putu Wiagustini et al., "Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar." *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* vol 10, no. 2 (Agustus 2017): 159.

²³ Imma Rokhmatul Aysa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang Creative Economy Development Strategy in the Digital Age; A Case Study at Zydnaa Edukasi Jombang," *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah* vol 2, no. 2 (2020): 1211–138, <http://ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/perbankan>.

konteks perilaku individu, ekonomi Islam memandu setiap tindakan ekonomi untuk sejalan dengan tujuan hidup manusia yang lebih tinggi, yaitu mencapai keridhaan Allah dan kesejahteraan di akhirat.²⁴

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan penjelasan tentang alur pembahasan skripsi, dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Oleh karena itu, disusunlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang berisi berbagai komponen dasar penelitian, yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka, dalam bab ini berisi pembahasan mengenai penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Selain itu, bagian ini juga memaparkan kajian teori yang mendukung penelitian.

BAB III Metode Penelitian, Bagian ini berisi metode-metode yang akan digunakan oleh penulis, mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, validitas data, dan tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis, Bagian ini berisi pemaparan data dan hasil penelitian terkait permasalahan yang telah dirumuskan, meliputi deskripsi objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan penelitian.

²⁴ Hilmiatus Sahla et al., "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan* 5 (n.d.): 2019, www.universitاسahan.ac.id.

BAB V Penutup, Bagian ini adalah bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari peneliti.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menyajikan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dina Prasetyaningrum dan Hakim pada tahun 2024 dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Change Management Bumdes: Change Management Ekonomi Kreatif Inklusif Pasar Panggok”.²⁵ Latar belakang dari penelitian ini adalah membahas mengenai manajemen perubahan dalam pengembangan ekonomi kreatif inklusif, dengan fokus pada UMKM yang berkembang di Kabupaten Cilacap. Berdasarkan jurnal riset tentang manajemen perubahan dalam organisasi pengembangan ekonomi kreatif inklusif Pasar Panggok, penting untuk memperhatikan perubahan dan pengembangan organisasi. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu Untuk merencanakan perubahan organisasi demi kesejahteraan ekonomi masyarakat Cilacap, diperlukan pengambilan keputusan yang berbasis visi, misi, strategi, tujuan, serta kerjasama dengan karang taruna dan warga Desa Slarang. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pasar Panggok dilakukan melalui

²⁵ Dina Prasetyaningrum and Hakim, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Change Management BUMDES: Change Management Ekonomi Kreatif Inklusif Pasar Panggok," 2024.

inovasi dan kreativitas berkelanjutan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pasar serta menarik konsumen agar terus bertransaksi. Strategi ini mencakup kreativitas dalam bidang ilmu pengetahuan, ekonomi, budaya, dan teknologi, dengan contoh seperti pertunjukan kentongan, lengger, undian karcis parkir, dan pemberian kupon makan gratis.

Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif. Adapun perbedaannya yaitu strategi pengembangan ekonomi kreatifnya dengan menarik perhatian konsumen di pasar panggok dengan diadakannya kentongan, lengger, kupon makan gratis, dan para pedagang memakai baju lurik. Sedangkan peneliti strategi pengembangan ekonomi kreatifnya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rosdianah Ladiya pada tahun 2023 dengan judul “Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziah Kec.Gunungsari Kabupaten Lombok Barat”.²⁶ Latar belakang dari penelitian ini adalah Pengelolaan usaha pesantren berbasis ekonomi kreatif atau Kedai Taman Langit di Pondok Pesantren Al-Aziziyah, masih belum berjalan dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu, kajian mengenai pengembangan usaha tersebut serta identifikasi berbagai kendala dan solusinya menjadi penting dilakukan karena beberapa alasan. Selain itu penelitian ini

²⁶ Rosdianah Ladiya, “Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif DiPondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat,” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* Vol 7, no. No.1 (2023): 219–26, 10.58258/jisip.v7i1.4133/<http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>.

memiliki tujuan yaitu Untuk memahami strategi yang diterapkan oleh ketua pengelola Kedai Taman Langit dalam mengembangkan unit usaha tersebut. Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi yang diterapkan oleh pengelola Kedai Taman Langit meliputi beberapa langkah. Pertama, strategi branding dilakukan melalui platform digital seperti Instagram dengan akun @tamanlangit_lombok. Kedua, melibatkan komunitas fotografer untuk mempromosikan berbagai kegiatan atau acara di kedai tersebut.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaanya penelitian ini berfokus pada pengelolaan usaha pesantren, khususnya Kedai Taman Langit, dengan tujuan meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren. Sedangkan peneliti fokusnya lebih pada peluang ekonomi yang muncul dari kreativitas dan budaya dalam kerangka halal, mencakup aspek keadilan, dan keberlanjutan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Gufran Darma Dirawan pada tahun 2023 dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Syeh Hasan Yaman Melalui Unit Kewirausahaan Pada Era Digital”.²⁷ Latar belakang dari penelitian ini adalah Ekonomi kreatif sebagai proses pembentukan nilai tambah yang didasarkan pada ide-ide yang dihasilkan melalui kreativitas manusia, dengan landasan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu Untuk

²⁷ Gufran Darma Dirawan, “Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Syeh Hasan Yamani Melalui Unit Kewirausahaan Pada Era Digital.” *Jurnal Penelitian* vol 14, no. 2 (2023), <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/humano178>.

menjelaskan mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Syeh Hasan Yamani (SHY) melalui program kewirausahaan dalam era digital 5.0. Hasil dari penelitian ini adalah upaya yang dapat dilakukan melalui pengembangan kurikulum pesantren, memperkuat jaringan, infrastruktur, dan mempersiapkan tenaga pengajar yang kompeten untuk mendorong dan membimbing santri penerapan model pembelajaran yang berfokus pada pengembangan keahlian santri.

Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Adapun perbedaanya terletak pada pengembangan ekonomi kreatif, penelitian ini pengembangannya melalui pemberdayaan wirausaha santri. Sedangkan peneliti pengembangannya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kholifatul Husna Asri pada tahun 2022 dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren

Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santi Menuju Era Digital 5.0”.²⁸

Latar belakang dari penelitian ini adalah peran pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang kini berkembang mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Pesantren memiliki tiga fungsi utama: sebagai pusat pengkaderan ulama, pencetak sumber daya manusia, dan agen pembangunan melalui pemberdayaan masyarakat. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu Untuk mengetahui bagaimana pondok pesantren dapat mengembangkan

²⁸ Kholifatul Husna Asri, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0,” *Jurnal ALIF* vol 1, no. 1 (15 Juni 2022): 17–26, <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.710>.

ekonomi kreatif melalui pemberdayaan kewirausahaan santri dalam menghadapi era digital 5.0. Hasil dari penelitian ini yaitu Pendekatan yang dilakukan meliputi: (1) pengembangan kurikulum pesantren yang menekankan pelatihan dan pendidikan kewirausahaan untuk meningkatkan sumber daya manusia (santri) (2) penyediaan pengajar yang kompeten dan berpengalaman untuk memotivasi dan membimbing santri; (3) penerapan strategi pembelajaran yang fokus pada penguasaan kompetensi keahlian santri.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya terletak pada pengembangan ekonomi kreatif, penelitian ini pengembangannya melalui pendidikan pemberdayaan wirausaha santri. Sedangkan peneliti pengembangannya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Lisa Nursita, Nur Hidayat, dan Muh

Givary Suriyono pada tahun 2022 dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Pedagang Suku Jawa”.²⁹ Latar belakang dari penelitian ini adalah Pengembangan ekonomi kreatif di kalangan pedagang Jawa akan menjadi acuan untuk fokus pada pengembangan usaha mikro (kecil) UMKM, serta membawa mengenai konsep pengembangan ekonomi kreatif lokal melalui kewirausahaan yang inovatif. Selain itu peneliti ini memiliki tujuan yaitu Untuk memahami sejauh mana pengetahuan pedagang suku Jawa tentang ekonomi kreatif

²⁹ Lisa Nursita, Nur Hidayanti, and Muh Givary Suriyono, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Pedagang Suku Jawa,” *Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* vol 8, no. 4 (11 November 2022): 1323, <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1012>.

dan bagaimana mereka mengembangkan usaha melalui penerapan inovasi yang dilakukan. Hasil dari penelitian ini yaitu Pedagang suku Jawa diketahui telah memahami dan menerapkan konsep ekonomi kreatif dengan penekanan pada kualitas produk. Menurut mereka, keberhasilan usaha lebih ditentukan oleh pengalaman berwirausaha dibandingkan dengan tingkat pendidikan atau pelatihan kewirausahaan.

Persamaan dari penelitian ini adalah pembahasannya tentang pengembangan ekonomi kreatif. Adapun perbedaannya terletak pada pengembangan ekonomi kreatif melalui subsektor kuliner, sedangkan peneliti pengembangan ekonomi kreatifnya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Sucihatiningih Dian Wisika Prajanti, Margunani, Yozi Aulia Rahma, Nurjannah Rahayu Kristanti, Fauzul Adzim pada tahun 2021 dengan judul “Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif dan Berkelanjutan di Kota Semarang”.³⁰ Latar belakang dari penelitian ini adalah Salah satu sektor yang dapat diarahkan terkait dengan pembangunan inklusif dan berkelanjutan adalah ekonomi kreatif. Dalam pengembangan ekonomi kreatif dapat didorong untuk lebih. Upaya pengembangan ekonomi kreatif telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu namun masih menghasilkan konsep dan model yang berbeda-beda. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menyusun model strategi pengembangan ekonomi kreatif yang

³⁰ Sucihatiningih Dian Wisika Prajanti et al, “Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif dan Berkelanjutan di Kota Semarang,” *Jurnal Riptek* vol 15, no. 2 (Desember 2021): 86-88, <https://doi.org/10.35475/ripte.v15i2.124>.

inklusif dan berkelanjutan di Kota Semarang. Hasil dari penelitian ini yaitu industri kreatif di Kota Semarang terus mengalami perkembangan secara signifikan.

Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada pengembangan ekonomi kreatif melalui subsektor kuliner, kriya, dan fashion sedangkan peneliti pengembangan ekonomi kreatifnya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Agusdiwana Suarni dan Ifani Hanurat pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Mewujudkan Jiwa Kewirausahaan Pada Santri Melalui Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Global (Studi Kasus di Pondok Pesantren DDI Mangkoso)”.³¹ Latar belakang dari penelitian ini adalah Peneliti tertarik karena untuk memahami motivasi dan strategi yang dapat dijadikan pedoman bagi pesantren dalam mengembangkan ekonomi kreatif di lingkungannya. Penelitian ini juga akan mengkaji penerapan ekonomi kreatif serta mengukur sejauh mana kontribusi ekonomi kreatif di Pondok Pesantren dalam membentuk jiwa kewirausahaan para santri di Pondok Pesantren DDI Mangkoso, yang didirikan oleh Ag. KH. Abdul Rahman Ambo Dalle. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu Untuk memahami strategi dalam membentuk jiwa kewirausahaan pada santri

³¹ Arni Universitas Muhammadiyah Makassar, Agusdiwana Suarni, and A Ifayani Haanurat, “Strategi Mewujudkan Jiwa Kewirausahaan Pada Santri Melalui Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Global (Studi Kasus Di Pondok Pesantren DDI Mangkoso),” *Jurnal Ekonomi Islam* vol 4, no. 2 (Oktober 2021): 127-128, <https://doi.org/10.26618/jei.v4i2.6152>.

melalui ekonomi kreatif dalam menghadapi tantangan ekonomi global (Studi Kasus di Pondok Pesantren DDI Mangkoso). Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan santri di Pondok Pesantren DDI Mangkoso, koperasi pesantren dan sejumlah alumni menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan bagi para santri melalui praktik, seperti mengelola bahan bekas agar menambah nilai jual. Implementasi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan di Pondok Pesantren DDI Mangkoso mencakup produk kerajinan dan seni, film pendek, desain, dan periklanan.

Persamaan dari penelitian ini adalah pengembangan ekonomi kreatifnya dilakukan di pondok pesantren dengan memberdayakan santri. Adapun perbedaannya penelitian ini yaitu pengembangan ekonomi kreatifnya melalui subsektor kerajinan, desain, dan video. Sedangkan peneliti pengembangannya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Ulfi Jefri dan Ibrohim pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten”.³² Latar belakang dari penelitian ini adalah Kecamatan Pulo Ampel memiliki potensi produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berbasis ekonomi kreatif yang perlu untuk di

³² Ulfi Jefri dan Ibrohim, ”Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* vol 7, no. 1 (Juli 2021):86-89, <http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>.

kembangkan, mulai dari hasil laut, perikanan, pertanian, kerajinan tangan, peternakan, makanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Hasil dari penelitian ini yaitu para pelaku UMKM yang berbasis ekonomi kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Kecamatan Pulo Ampel, karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif Kecamatan Pulo Ampel antara lain permasalahan permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan produksi yang sederhana, media pemasaran terbatas karena belum adanya sentra UMKM, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka.

Persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada pengembangan subsektor ekonomi kreatifnya, penelitian ini strategi pengembangannya melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sedangkan peneliti pengembangannya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ning Karnawijaya dan Soraya Aini pada tahun 2020 dengan judul “Pemberdayaan Santri Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif “Kim Bag” di Pondok Pesantren Al Qohar Klaten”.³³

³³ Ning Karna Wijaya and Soraya Aini, “Pemberdayaan Santri Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif “Kimi Bag” Di Pondok Pesantren Al Qohar Klaten,” *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* vol 20, no. 1 (Augustus 2020): 23–26, <https://doi.org/10.21580/dms.2020.201.5124>.

Latar belakang dari penelitian ini adalah Pondok Pesantren Al Qohar di Klaten, Jawa Tengah, telah melaksanakan pemberdayaan santri dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Usaha tersebut fokus pada kerajinan berbahan goni dan kanvas dengan merek "Kimi Bag." Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan terhadap pemberdayaan santri di Pondok Pesantren Al Qohar dalam mengembangkan usaha ekonomi kreatif yang berhasil menembus pasar internasional. Salah satu tujuan utama program pemberdayaan ini adalah menanamkan jiwa kewirausahaan pada para santri. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu Penelitian untuk menganalisis pemberdayaan santri di Pondok Pesantren Al-Qohar Klaten melalui pengembangan usaha ekonomi kreatif "Kimi Bag" sebagai langkah untuk memperkuat semangat kewirausahaan santri. Melalui program ini, para santri dapat menyalurkan kreativitas dan inovasi mereka dalam mengembangkan usaha ekonomi kreatif. Hasil dari penelitian ini adalah Perkembangan produk "Kimi Bag" berhasil menembus pasar internasional yang memberikan nilai tambah bagi para santri dalam membangun motivasi dan semangat kewirausahaan. Keberhasilan pengembangan usaha ekonomi kreatif "Kimi Bag" didukung oleh kerja sama antara pihak pondok pesantren, pengelola usaha, santri, alumni, serta dukungan dari lembaga pemerintah, seperti Bank Indonesia (BI).

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya terletak pada startegi

pengembangan ekonomi kreatifnya melalui subsektor kerajinan. Sedangkan peneliti strategi pengembangan ekonomi kreatifnya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Esti Cemporaningsih, Destha Titi Raharjan, dan Janianton Damanik pada tahun 2020 dengan judul “Ekonomi Kreatif Sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung”.³⁴ Latar belakang dari penelitian ini adalah Kreativitas dan inovasi sangat diperlukan untuk menyinergikan sektor pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, dan pariwisata guna mendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep ekonomi kreatif sebagai penggerak pengembangan pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari. Pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di setiap daerah akan mendorong peningkatan kreativitas dan inovasi, sehingga dapat meningkatkan nilai dan daya tambah produk-produk lokal. Namun, konsep ini membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, sejarawan, dan pengelola pariwisata. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu Untuk memperoleh berbagai gambaran dan rumusan terkait pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Kledung dan Bansari, dilakukan beberapa langkah berikut: 1) pemetaan subsektor ekonomi kreatif dan potensi pariwisata; 2) Analisis

³⁴ Destha Titi Raharjana, and Janianton Damanik Esti Cemporaningsih, “Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung,” *Nasional Pariwisata* vol 12, no 2 (September 2020): 106–8, <https://doi.org/10.22146/jnp.60401>.

rantai mata uang wisata ekonomi kreatif; 3) Perumusan visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan ekonomi kreatif; dan 4) Strategi untuk mengembangkan pariwisata. Hasil dari penelitian ini yaitu pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif belum terintegrasi secara optimal. Situasi ini berdampak pada konsep, arah, dan strategi pengembangan yang secara nyata yang tercantum dalam dokumen visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Dokumen tersebut akan menjadi pedoman bagi para pemangku kepentingan terkait dalam mengembangkan pariwisata berbasis ekonomi kreatif agar lebih fokus dan terarah, sehingga dapat mendekatkan pada kesejahteraan.

Adapun persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya. penelitian ini terletak pada strategi pengembangannya berbasis pariwisata, Sedangkan peneliti strategi pengembangannya melalui subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Dina Prasetyaningrum dan Hakim, 2024	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Change Management Bumdes: Change Management Ekonomi Kreatif Inklusif Pasar Panggok	Metode penelitian kualitatif	Pengembangan ekonomi kreatif di pasar
2.	Rosdianah Ladiya, 2023	Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziah Kec.Gunungsari Kabupaten Lombok Barat	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tentang mengelola unit usaha berbasis ekonomi kreatif
3.	Gufran Darma Dirawan, 2023	Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Syeh Hasan Yaman Melalui Unit Kewirausahaan Era Digital	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tentang pemberdayaan wirausaha
4.	Kholifatul Husna Asri, 2022	Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santi Menuju Era Digital 5.0	Metode penelitian kualitatif	Fokus penelitian tentang pemberdayaan wirausaha santri
5.	Lisa Nursita, Nur Hidayat, dan Muh Givary Suriyono, 2022	Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Pedagang Suku Jawa	Topik penelitian tentang pengembangan ekonomi kreatif	Pengembangan ekonomi kreatif melalui subsektor kuliner
6.	Sucihatiningsh dan Dian Wisika Prajanti, Margunani, 2021	Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif dan Berkelanjutan di Kota Semarang	Metode penelitian kualitatif	Pengembangan ekonomi kreatif melalui subsektor kuliner, kriya, dan fashion
7.	Agusdiwana Suarni dan Ifani Hanurat, 2021	Strategi Mewujudkan Jiwa Kewirausahaan Pada Santri Melalui Ekonomi Kreatif Dalam	Pengembangan ekonomi kreatif di	Pengembangan ekonomi kreatifnya melalui

		Menghadapi Tantangan Ekonomi	Pondok Pesantren	subsektor kerajinan dan desain
8.	Ulfi Jefri dan Ibrohim, 2021	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten	Metode penelitian kualitatif	pengembangannya melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
9.	Ning Karnawijaya dan Soraya Aini, 2020	Pemberdayaan Santri Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif “Kim Bag”	Metode penelitian kualitatif	Ekonomi kreatifnya melalui subsektor kerajinan
10.	Esti Cemporaning, Destha Titi Raharjan, dan Janianton Damanik, 2020	Ekonomi Kreatif Sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung	Metode penelitian kualitatif	Pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata

Sumber: Data penelitian terdahulu dari tahun 2020-2024

B. Kajian Teori

Dalam bagian ini, peneliti menguraikan berbagai teori yang digunakan sebagai landasan dalam melaksanakan penelitian. Penjelasan teori secara komprehensif dan mendalam akan membantu peneliti memperluas pemahaman dalam menganalisis masalah yang ingin diselesaikan, sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. yang telah ditetapkan.

1. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Strategi pada dasarnya dirancang untuk merespons perubahan eksternal yang relevan bagi suatu organisasi. Perubahan eksternal tersebut dihadapi dengan mempertimbangkan kemampuan internal organisasi. Kemampuan organisasi dalam memanfaatkan peluang

dan mengurangi ancaman dari luar akan menentukan sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh, dengan memaksimalkan keunggulan yang dimiliki saat ini.³⁵

Selanjutnya manajemen strategi adalah rangkaian kegiatan yang melibatkan pengambilan kebijakan yang menyeluruh dan mendasar, disertai dengan penentuan cara penerapannya. Dengan demikian, keputusan yang telah diambil dapat dilaksanakan oleh seluruh anggota perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan manajemen strategi adalah untuk menciptakan peluang baru yang unik untuk masa depan dan merencanakan jangka panjang guna memaksimalkan tren produk baru di masa mendatang.³⁶

b. Ruang Lingkup Manajemen Strategi

Manajemen strategi sebagai proses manajemen dan keputusan yang menentukan struktur jangka panjang dan aktivitas organisasi. Definisi ini menggabungkan lima tema utama, yaitu:³⁷

1) Proses Manajemen

Proses manajemen terkait dengan bagaimana strategi dibuat dan diubah.

³⁵ Dian Sudiantini and Hadita, *Manajemen Strategi* (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2022), 2.

³⁶ Endang Sugiarti, Hedri Supratikta, and Mukhlis Catio, *Manajemen Strategi* (Tangerang: Unpam Press, 2022), 2.

³⁷ Fajar Supanto, *Manajemen Strategi Organisasi Publik dan Privat* (Malang: Empatdua Media), 35-36.

2) Keputusan Manajemen

Keputusan harus jelas berhubungan dengan solusi masalah yang dirasakan (bagaimana menghindari ancaman; bagaimana memanfaatkan peluang).

3) Skala Waktu

Jangka waktu strategisnya panjang. Namun, untuk beberapa perusahaan, manajemen strategisnya dapat sangat pendek.

4) Struktur Organisasi

Suatu organisasi dikelola oleh orang-orang dalam suatu struktur organisasi. Keputusan yang dihasilkan dari para manajer bekerja bersama dalam struktur dapat menghasilkan perubahan strategis.

5) Kegiatan Organisasi

Ini adalah bidang studi yang berpotensi tanpa batas dan biasanya akan berpusat pada semua kegiatan yang memengaruhi organisasi.

2. Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif didasarkan pada fungsi, peran, dan kontribusi ekonom kreatif terhadap aspek kehidupan masyarakat, bangsa dan negara. Menurut Departemen Perdagangan RI, ada enam

alasan mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan. yaitu sebagai berikut.³⁸

- a. Ekonomi kreatif berkontribusi terhadap pendapatan domestik bruto (PDB), menciptakan lapangan pekerjaan, dan peningkatan ekspor.
- b. Ekonomi kreatif berdampak sosial, yaitu dapat meningkatkan kualitas hidup, dan peningkatan toleransi sosial.
- c. Ekonomi kreatif mendorong inovasi dan kreativitas, yaitu dapat merangsang ide, gagasan dan penciptaan nilai.
- d. Dengan adanya ekonomi kreatif, sumber daya terbarukan, yaitu berbasis pengetahuan, kreativitas, dan *green community*.
- e. Ekonomi kreatif dapat menciptakan iklim bisnis, disebabkan dapat menciptakan lapangan usaha, berdampak bagi sektor lain, dan dapat memperluas jaringan pemasaran.
- f. Dengan ekonomi kreatif dapat meningkatkan citra dan identitas bangsa, yaitu melalui cara meningkatkan turisme, mengembangkan ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya, memelihara dan mengembangkan nilai-nilai lokal.,

Dengan pengembangan ekonomi kreatif banyak manfaat yang dapat dihasilkan seperti penggalan terhadap potensi-potensi lokal dan pemberian manfaat nonekonomi lain seperti pemeliharaan dan pengembangan nilai budaya serta warisan budaya pretungkatan kualitas

³⁸ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 196-197.

hidup, dan toleransi sosial, peningkatan kepariwisataan, sumber daya terbarukan serta peningkatan terhadap citra dan identitas bangsa.

3. Manajemen Strategi Islam

a. Pengertian Manajemen Strategi Islam

Manajemen berasal dari bahasa Inggris "*management*" yang berasal dari kata kerja "*to manage*", yang secara umum berarti mengelola atau mengatur. Manajemen adalah kebutuhan penting dalam mencapai tujuan manusia dalam suatu organisasi. Prinsip-prinsip dasar manajemen telah ada sejak ribuan tahun yang lalu. Secara fundamental, manajemen dalam organisasi merupakan proses untuk menetapkan dan mencapai tujuan melalui pelaksanaan empat fungsi utama, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.³⁹

Strategi adalah suatu rencana yang dirancang dengan hati-hati untuk mencapai hasil atau keuntungan. Dalam organisasi perusahaan, strategi selalu bertujuan untuk "memberikan hasil yang lebih baik". Oleh karena itu, jika proses manajemen dalam perusahaan tidak menghasilkan perbaikan yang signifikan, maka proses manajemen tersebut tidak dapat dianggap sebagai manajemen strategi.

Islam dalam konteks ilmu pengetahuan adalah suatu aktivitas keilmuan yang melibatkan pengungkapan, pengumpulan,

³⁹ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 19.

penyebaran, dan penghubungan pengetahuan dengan perspektif Islam. Dalam dunia keilmuan Islam, terdapat tiga jenis kebenaran, yaitu kebenaran syar'i (syariat), kebenaran i'tiqadi (iman), dan kebenaran waqi'i (faktual).⁴⁰

Maka Manajemen strategi Islam adalah serangkaian proses aktivitas manajemen yang berlandaskan nilai-nilai Islam untuk mencapai tujuan organisasi, di mana prinsip-prinsip Islam menjadi dasar dalam setiap kegiatan organisasi.⁴¹

b. Karakteristik Manajemen Strategi Islam

1) Azas Tauhid

Azas merupakan pondasi atau dasar yang menjadi landasan dalam setiap aktivitas organisasi untuk mencapai tujuannya. Azas ini berperan sebagai pedoman utama yang harus dijunjung tinggi dan dijadikan prinsip fundamental demi menjaga keutuhan organisasi. Dalam manajemen strategi Islam, azas yang digunakan adalah tauhid. Tauhid menjadi landasan utama bagi seluruh konsep dan aktivitas umat Islam, mencakup berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Tauhid adalah prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Dalam kegiatan ekonomi (muamalah), tauhid berarti setiap aktivitas ekonomi yang sesuai dengan ajaran Allah SWT, dilakukan dengan cara-cara yang telah ditetapkan oleh-Nya, dan

⁴⁰ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 20-21.

⁴¹ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 63.

bertujuan untuk meningkatkan ketakwaan kepada-Nya. Semua aspek kehidupan manusia di dunia harus mengikuti aturan-aturan yang telah ditentukan dalam Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW.⁴²

2) Orientasi Dunia-Ukhrawi

Orientasi adalah arah atau tujuan yang dipilih untuk mencapai cita-cita organisasi. Dengan menentukan orientasi, organisasi dapat menetapkan target dan tujuan yang tidak hanya berfokus pada satu aspek, seperti keuntungan duniawi semata. Dalam Manajemen Strategi Islam, orientasi ini mencakup pendekatan untuk meraih hasil, manfaat, dan keuntungan duniawi, sekaligus memperoleh manfaat dan pahala di akhirat.

Orientasi manajemen strategis Islam tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan duniawi, tetapi juga keuntungan akhirat. Oleh karena itu, sejak awal tujuan organisasi harus dirancang untuk mencapai kebaikan di dunia dan akhirat.⁴³

3) Motivasi Mardhatillah

Aspek penting lainnya dalam penerapan manajemen strategi syariah adalah motivasi. Motivasi adalah dorongan atau keinginan yang muncul dari hati yang paling dalam untuk melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan. Dengan motivasi,

⁴² Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 66-67.

⁴³ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 69.

seseorang akan terdorong untuk bertindak dan melakukan sesuatu. Sebaliknya, tanpa motivasi, seseorang tidak akan tergerak untuk melakukan tindakan, dan tanpa motivasi, hasil yang diharapkan mungkin tidak tercapai, bahkan bisa gagal.

Dalam Islam, motivasi utama seseorang untuk berbuat kebaikan adalah keinginan untuk mendapatkan pahala dan keridhaan Allah SWT. Dalam organisasi atau perusahaan, memberikan motivasi dengan tujuan mencari keridhaan Allah dapat mendorong pencapaian prestasi dan meningkatkan kinerja individu, tim, dan perusahaan.⁴⁴

4) Strategi Berbasis Syariah

Strategi adalah cara atau metode yang terencana yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya dengan hasil yang lebih optimal dan menguntungkan. Dalam konteks bisnis, strategi berkaitan dengan mencapai hasil yang lebih baik atau keuntungan yang lebih besar dengan risiko yang lebih kecil.

Strategi dalam Islam berarti mengelola sesuatu agar menjadi lebih baik, sesuai dengan aturan yang benar menurut syariah, tidak menggunakan cara-cara yang haram, terorganisir dengan baik, dan dilakukan dengan tepat. Strategi ini juga harus membawa manfaat bagi kehidupan di dunia dan akhirat. Penyusunan dan pelaksanaan strategi harus mengutamakan

⁴⁴ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 70-71.

hukum halal dan haram dalam ekonomi dan bisnis berdasarkan Al-Quran dan Hadis Rasulullah SAW.⁴⁵

c. Tahapan Manajemen Strategi Islam

Proses manajemen strategi adalah cara yang logis, terstruktur, dan tujuan untuk menentukan arah masa depan organisasi. Namun, perlu ada uraian yang jelas antara proses manajerial yang digunakan organisasi untuk merumuskan, menyebarkan, melaksanakan, dan mengendalikan hubungan antara tujuan, strategi, dan lingkungannya. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama yaitu tahap formulasi strategi, tahap implementasi strategi, dan tahap pengendalian strategi.

1) Tahap Formulasi Strategi

Perumusan strategi adalah proses menetapkan misi, tujuan, dan memilih strategi terbaik untuk organisasi. Perumusan strategi melibatkan pengembangan rencana jangka panjang yang efektif melalui analisis lingkungan. Di dalamnya termasuk menentukan misi organisasi, tujuan organisasi, dan memilih strategi untuk menetapkan kebijakan.⁴⁶

Dalam Manajemen Strategi Islam, rencana strategi sebuah organisasi atau perusahaan tidak hanya bertujuan untuk meraih kesuksesan duniawi (keuntungan materi), tetapi juga untuk mendapatkan keuntungan di akhirat dan meraih ridha Allah SWT.

Oleh karena itu, rencana strategi harus dirancang tidak hanya

⁴⁵ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 72-73.

⁴⁶ Fajar Supanto, *Manajemen Strategi Organisasi Publik dan Privat* (Malang: Empatdua Media, 2019), 45.

untuk kepentingan dunia, tetapi juga untuk kehidupan di akhirat. Penyusunan rencana strategis harus memperhatikan tujuan jangka panjang, yaitu kehidupan di akhirat. Meskipun dalam perencanaan seringkali melibatkan strategi, taktik, dan cara-cara untuk memenangkan persaingan, penyusunan rencana tersebut harus tetap mengikuti aturan syariah, tidak menggunakan cara yang haram, dan selalu berlandaskan pada ketakwaan kepada Allah.⁴⁷

2) Jenis-Jenis Strategi

Setiap unit usaha strategi perlu memiliki strategi yang spesifik. Rasulullah SAW telah memberi contoh dalam menjalankan strategi bisnis dengan menggunakan apa yang sekarang dikenal dalam manajemen strategi sebagai strategi fungsional, seperti jenis strategi fungsional produksi, strategi fungsional pemasaran, dan strategi fungsional pengelolaan sumber daya manusia.⁴⁸

a) Strategi Fungsional Produksi

Strategi produksi adalah strategi untuk mengubah sumber daya yang ada menjadi hasil yang bernilai. Strategi ini berkaitan erat dengan proses produksi, pengelolaan peralatan dan fasilitas, serta sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Istilah produksi merujuk pada pengolahan input menjadi barang yang nyata dan terlihat (berwujud),

⁴⁷ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 105-106.

⁴⁸ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 109.

sementara operasi lebih berfokus pada pengolahan input menjadi jasa yang tidak tampak atau tidak berwujud.

Dalam manajemen strategis syariah, strategi operasional/produksi harus tetap mengikuti aturan yang sesuai dengan ketentuan syariah dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Hal ini meliputi menjalankan bisnis dengan cara yang baik dan benar, memilih jenis usaha yang halal dan bermanfaat bagi masyarakat, serta memastikan produk yang dihasilkan berkualitas, halal, dan memberikan manfaat. Bisnis tersebut harus dijalankan dengan prinsip yang baik, transparan, jujur, dan sesuai dengan tata kelola yang benar.⁴⁹

b) Strategi Fungsional Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang dirancang dengan tujuan untuk mencapai hasil maksimal melalui penerapan konsep bauran pemasaran kepada pasar yang ditargetkan. Sedangkan Strategi pemasaran syariah adalah serangkaian rencana dan tindakan untuk memasarkan produk dan jasa dengan menggunakan bauran pemasaran (4-P), yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu memastikan sumber, produk, dan cara pemasaran yang digunakan halal, baik, dan tidak merugikan pelanggan.

⁴⁹ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 110.

1. Strategi Produk

Dalam manajemen modern, strategi produk berhubungan langsung dengan pemilihan produk yang tepat untuk pasar yang dituju (target market). Beberapa strategi dalam hal ini meliputi: memastikan produk memiliki kualitas yang bermanfaat dan memuaskan pelanggan, memberikan pelayanan setelah penjualan, membangun citra produk, serta menjaga agar citra tersebut tetap baik.⁵⁰

2. Strategi Harga

Menetapkan harga lebih rendah dari harga pasar dan mengubah harga tanpa mengubah kualitas atau jumlah produk. Selain itu, harga juga harus mengikuti hukum permintaan dan penawaran di pasar.⁵¹ Strategi harga dalam Islam berdasarkan pada firman Allah SWT dalam Al-Quran surat an-Nisa: 29 yang artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar, kecuali melalui perdagangan yang dilakukan dengan kesepakatan bersama.*" Dalam pandangan manajemen modern maupun syariah, harga yang adil adalah harga yang sesuai dengan mekanisme pasar.

⁵⁰ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 112-113.

⁵¹ Rinatul Jannah, Abdul Rokhim, dan Ahmadiono, "Bauran Pemasaran Islam Strategi Berbagi Rumah Pada Multi Level Marketing Natural Nusantara," *Jurnal Syntax Dmiration* 4, no. 8 (Agustus 2023), <https://doi.org/>.

3. Strategi Tempat

Dalam manajemen modern, strategi pemilihan tempat (place/distribusi) mencakup lebih dari sekadar pasar fisik, karena saat ini banyak pula pasar online di dunia maya (pasar virtual). Hal ini tidak menjadi masalah, karena Islam mengajarkan bahwa inti dari pasar dalam perdagangan adalah terwujudnya transparansi, adanya kesepakatan atau keridhaan antara pihak-pihak yang terlibat, serta ijab qabul (penawaran dan penerimaan).⁵²

4. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah penyampaian informasi tentang produk kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk tersebut. Tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan mengenai produk kepada konsumen melalui berbagai cara, seperti promosi penjualan, iklan, dan publisitas.⁵³

c) Strategi Fungsional Sumber Daya Manusia

Strategi Pengembangan SDM adalah langkah-langkah yang direncanakan oleh perusahaan untuk membina dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai aset utama perusahaan, agar tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dapat tercapai.

⁵² Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 113-114.

⁵³ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 115.

Strategi Pengembangan SDM dalam konsep Manajemen Strategi Islam adalah langkah-langkah yang direncanakan oleh perusahaan untuk membina dan meningkatkan kualitas SDM yang memiliki akhlak mulia sebagai aset utama perusahaan, agar tujuan perusahaan tercapai dengan memberikan manfaat baik untuk dunia maupun akhirat.⁵⁴

3) Implementasi Strategi

Setelah perusahaan merumuskan dan memilih strategi, langkah selanjutnya adalah melaksanakan strategi tersebut. Implementasi strategi adalah tahap yang sangat penting dalam seluruh proses manajemen strategi. Sebuah strategi yang telah dirumuskan dengan baik tidak akan berarti apa-apa jika tidak dilaksanakan dengan baik.⁵⁵

Implementasi strategi adalah tahap penting dalam manajemen, di mana strategi dan kebijakan yang telah dirumuskan diterjemahkan menjadi langkah-langkah konkret melalui penyusunan program, anggaran, dan prosedur operasional. Proses ini tidak hanya berfokus pada pelaksanaan teknis, tetapi juga sering kali memerlukan perubahan signifikan dalam budaya kerja, struktur organisasi, dan sistem manajemen perusahaan. Penyesuaian tersebut bertujuan agar strategi yang

⁵⁴ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 129-130.

⁵⁵ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 203.

telah direncanakan dapat diterapkan secara efektif dan sesuai dengan tujuan organisasi.⁵⁶

4) Pengendalian Strategi

Pengendalian adalah proses untuk memantau, menilai, dan melaporkan pelaksanaan rencana strategi serta kemajuan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, dengan tujuan untuk melakukan tindakan perbaikan jika diperlukan. Dalam pandangan Islam, pengendalian dilakukan untuk memperbaiki kesalahan, meluruskan yang tidak benar, dan mengarahkan kembali ke jalan yang benar. Pengawasan dalam Islam terbagi menjadi dua jenis. Pertama, pengawasan yang datang dari luar diri kita, yaitu pengawasan yang diatur dalam sistem kontrol organisasi atau perusahaan.

Tahap Pengendalian atau Evaluasi Strategi adalah langkah terakhir dalam proses manajemen strategis. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran untuk menilai sejauh mana hasil dari pelaksanaan strategi yang telah diterapkan. Pengukuran kinerja ini penting untuk mengevaluasi apakah strategi yang dipilih perusahaan sudah dilaksanakan dengan baik, efektif, dan memberikan hasil yang maksimal.⁵⁷

⁵⁶ Fajar Supanto, *Manajemen Strategi*, 45.

⁵⁷ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 209-214.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berinteraksi secara langsung dengan subjek penelitian di lapangan dan bertanya secara langsung kepada narasumber untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek kehidupan manusia, sosial, atau budaya.⁵⁸

Adapun Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan sesuai dengan fakta di lapangan. Dalam pendekatan ini, peneliti fokus pada pemaparan data sebagaimana adanya, tanpa berusaha untuk menghasilkan penelitian dengan kesimpulan yang bersifat umum. Metode ini digunakan untuk menggali informasi secara detail dari subjek atau objek penelitian melalui observasi, wawancara, atau dokumentasi.⁵⁹

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Nurul Islam yang berlokasi di Jalan Pangandaran, Kelurahan Antirogo, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai

⁵⁸ Arif Rachman et al., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (CV Saba Jaya Publisir, 2024), 138.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2024), 206.

selesai. Alasan peneliti mengambil obyek di Pondok Pesantren Nurul Islam karena pesantren ini memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif, terutama dalam konteks budaya dan nilai-nilai Islam yang dapat dilibatkan dalam bentuk seni pertunjukan dan penerbitan. Selain itu, Pondok Pesantren Nurul Islam merupakan salah satu pesantren yang telah sukses mengembangkan produk inovatif melalui program OPOP (One Pesantren One Product).

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari pandangan yang sesuai dan relevan. Peneliti menggunakan Teknik *purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti memilih partisipan atau objek yang dianggap paling relevan atau memenuhi kriteria tertentu untuk menjawab tujuan penelitian. Dalam metode ini, sampel dipilih tidak secara acak, tetapi berdasarkan pertimbangan atau alasan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti.⁶⁰

Beberapa subyek penelitian yang akan dijadikan sumber informasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah.
2. Ustadz Davi selaku pelatih pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah.
3. Bapak Sugianto selaku yang pernah mengundang pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah.
4. Ustadz Dahabi selaku Pembina di subsektor pertunjukan Hadrah.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 133.

5. Ustadz Salim selaku pelatih pertunjukan hadrah.
6. Mas Asfa selaku yang pernah mengundang pertunjukan hadrah.
7. Santri yang ikut pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah.
8. Bapak Fahmi selaku Pembina di subsektor penerbitan.
9. Ibu Putri selaku tim penerbitan.
10. Ibu Dewi selaku tim penerbitan
11. Ibu Ocha selaku guru Bahasa Indonesia.

D. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Metode observasi peneliti gunakan karena untuk memperoleh data secara langsung dari lingkungan atau objek yang akan diamati. Observasi yang digunakan yaitu metode observasi terstruktur, karena peneliti telah mengetahui aspek-aspek yang relevan dengan tujuan yang akan dilakukan.⁶¹ Tujuannya adalah untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif apa saja yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.

2. Wawancara

Metode wawancara peneliti gunakan karena peneliti butuh pengumpulan data yang mendalam dari informan. Metode yang digunakan adalah wawancara terstruktur, karena peneliti melihat ke lapangan

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 203.

menggunakan pedoman wawancara agar ketika bertanya tidak keluar dari konteks dari pedoman wawancara.⁶²

Wawancara ini dilakukan kepada pihak yang bertanggung jawab di subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan dalam perspektif ekonomi islam.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi, dengan menggunakan sumber seperti dokumen dan rekaman. Dalam penelitian kualitatif, sumber data seperti dokumen, foto, dan statistik. Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sederhana, karena peneliti hanya berinteraksi dengan objek statis. Data-data dokumentasi yang akan peneliti kumpulkan adalah data yang bersangkutan dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.

E. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan ketika proses pengumpulan data maupun setelah data dikumpulkan. Saat melakukan wawancara, peneliti menganalisis jawaban responden secara langsung dan mengajukan pertanyaan lanjutan jika penjelasan dirasa belum cukup memadai,

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 195.

hingga diperoleh data yang akurat dan terpercaya. Menurut Miles dan Huberman, proses analisis berlangsung interaktif secara terus menerus dan berkesinambungan hingga data mencapai kejenuhan.⁶³ Adapun proses di dalam teknis analisis data, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Proses pengumpulan data berlangsung selama beberapa hari hingga berbulan-bulan, sehingga menghasilkan banyak informasi. Pada tahap awal, peneliti mengeksplorasi situasi atau objek penelitian secara luas dengan mencatat semua hal yang terlihat dan terdengar. Ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang beragam.⁶⁴

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi terkait strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dan subsektor penerbitan melalui pengamatan atau observasi langsung, melalui wawancara kepada ustadz dan ustadzah, guru, serta santri di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan harus dicatat dengan cermat dan detail. Semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak dan beragam data yang akan dikumpulkan. Oleh karena itu, analisis data melalui proses reduksi perlu segera dilakukan. Reduksi data berarti merangkum,

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 321.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 322.

memilih yang penting, dan mencari tema serta pola. Dengan reduksi, data menjadi lebih jelas dan memudahkan pengumpulan serta pencarian data di kemudian hari. Proses ini juga bisa dibantu dengan alat elektronik, seperti handphone, menggunakan kode untuk aspek-aspek tertentu.⁶⁵

3. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam berbagai bentuk seperti ringkasan, hubungan antar kategori, diagram, atau diagram kerja (flowchart), namun cara yang paling umum dan sering digunakan adalah penyajian data dalam bentuk narasi. Penyajian data secara naratif ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan temuan-temuan yang diperoleh dengan cara yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Selain itu, format narasi ini memudahkan peneliti untuk menghubungkan berbagai aspek yang ditemukan selama proses penelitian, memberikan gambaran yang jelas tentang situasi yang sedang diteliti, dan membantu dalam merencanakan langkah-langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh dari data tersebut.⁶⁶

4. Verifikasi

Langkah keempat dalam penelitian kualitatif adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi. Pada tahap ini, kesimpulan yang diambil pada awalnya masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang cukup mendukungnya dalam proses pengumpulan data berikutnya. Peneliti akan terus mengumpulkan data hingga menemukan

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 323.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 325.

bukti yang konsisten dan valid yang mendukung kesimpulan tersebut. Jika kesimpulan awal terbukti benar dan didukung oleh bukti yang kuat dalam proses pengumpulan data selanjutnya, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel.⁶⁷

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif penting untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dipercaya dan akurat. Untuk memastikan keabsahan tersebut, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yang bertujuan untuk memverifikasi data yang telah dikumpulkan. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengumpulkan dari berbagai sumber yang berbeda, baik itu dari individu yang berbeda, waktu yang berbeda, atau tempat informasi yang berbeda, kemudian membandingkan dan memeriksa konsistensi serta kesesuaian informasi tersebut dengan pertanyaan yang sama. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan kredibel, sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipercaya.⁶⁸

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menjelaskan langkah-langkah yang akan diambil dalam pelaksanaan penelitian, mulai dari tahap persiapan awal, pembuatan desain penelitian, pelaksanaan penelitian, hingga penulisan laporan.

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap ini, peneliti mencari gambaran tentang masalah untuk menentukan topik atau tema yang akan diteliti, kemudian mencari referensi

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 329.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 369.

yang relevan dengan masalah yang telah ditemukan. Peneliti mengangkat masalah mengenai pengembangan ekonomi kreatif dengan judul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Subsektor Pertunjukan dan Subsektor Penerbitan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember”. Adapun Penentuan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Menentukan rancangan penelitian
- c. Menentukan informan penelitian

2. Tahap Pelaksanaan Lapangan

Pada tahap ini, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data yang sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Setelah itu, peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut dan mengumpulkan semua data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang lengkap dan saling terkait mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Nurul Islam Jember.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap ini adalah tahap terakhir dalam proses penulisan laporan penelitian. Pada tahap ini, peneliti mengolah data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber selama penelitian. Peneliti juga menyusun kesimpulan yang kemudian dimasukkan ke dalam laporan hasil penelitian. Laporan ini kemudian diserahkan kepada dosen pembimbing untuk diperiksa dan diperbaiki jika ada kesalahan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil dan Sejarah Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

Pondok Pesantren Nurul Islam Jember didirikan oleh KH. Muhyiddin Abdusshomad pada tahun 1981. Berdirinya pesantren ini merupakan bagian dari upaya dakwah yang dilakukan oleh Kiai Muhyid, panggilan akrabnya beliau. Pesantren ini dikenal juga dengan nama NURIS. Nama tersebut terinspirasi dari aktor film laga terkenal, Chuck Norris. Karena nama “NORIS” atau “NURIS” sudah populer, masyarakat mudah mengingatnya, sehingga hal ini menjadi strategi untuk menarik perhatian mereka.

Pesantren yang akrab disebut Nuris ini tidak terlalu jauh dari pusat kota Jember. Pesantren ini menghadapi tantangan besar karena masyarakat perkotaan umumnya lebih memilih lembaga pendidikan formal yang memiliki fasilitas lebih lengkap. Selain itu, di sekitar Nuris terdapat banyak sekolah negeri setingkat SLTP dan SLTA, yang menjadi pesaing dalam menarik minat siswa.⁶⁹

Namun, tantangan tersebut justru menjadi dorongan bagi Kiai Muhyid untuk mendirikan pesantren. "Kami ingin mereka yang bersekolah di SMA, SMP, bahkan kuliah, mendapatkan tambahan bekal

⁶⁹ Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, “Sejarah dan Profil Pondok Pesantren Nurul Islam Jember,” 16 Desember 2024.

ilmu agama di sini," jelas Kiai Muhyid. Pada awalnya, sebagian besar santri Nuris bersekolah di luar pesantren, seperti di Universitas Jember, Sekolah Menengah Farmasi (SMF), serta SMA dan SMP negeri. Bagi Kiai Muhyid, yang terpenting adalah para santri bersedia dibina di pesantren sesuai dengan aturan yang berlaku. Soal memilih sekolah di luar atau di dalam pesantren, menurutnya bukanlah masalah besar.

Pendirian pesantren ini diawali setelah Kiai Muhyid menikah, kemudian setahun berikutnya pindah dari Jl. Bromo Jember ke Antirogo dengan tujuan memanfaatkan lahan pertanian seluas sekitar 5 hektar yang diwariskan oleh orang tuanya. Dengan lahan luas tersebut, atas permintaan masyarakat, pada tahun 1983 mulai didirikan lembaga pendidikan formal. Awalnya, hanya dibuka jenjang SMP. Karena belum memiliki gedung sendiri, kegiatan belajar mengajar dilakukan dengan bekerja sama dengan beberapa Sekolah Dasar Negeri di sekitar lokasi pondok.

Evaluasi yang dilakukan dengan semangat terus menerus membawa perubahan yang disesuaikan dengan kebutuhan. Hingga pada tahun 2007, tiga siswa SMP Nuris berhasil masuk lima besar peraih nilai Danem tertinggi di Kabupaten Jember. Seiring berjalannya waktu, Nuris terus berkembang dengan mendirikan SMK yang dilengkapi fasilitas dan sarana pelatihan yang memadai. Setelah itu, pada tahun 2008 didirikan MTs Unggulan, diikuti dengan pendirian Madrasah Aliyah (MA) dua tahun kemudian. Kedua lembaga ini memiliki program unggulan berupa

pembelajaran Aswaja dan kitab kuning. Program ini dirancang sebagai respon terhadap kekhawatiran akan ancaman yang dapat menghilangkan amalan dan tradisi NU.

Pondok Pesantren Nurul Islam Jember memiliki banyak lembaga pendidikan resmi. Untuk mengelolanya, diperlukan tenaga yang berpengalaman dan terampil. Karena jumlah lembaga pendidikan yang cukup banyak, tidak mungkin semuanya ditangani oleh satu pengasuh saja. Oleh karena itu, selain mendirikan Yayasan Nurul Islam, Kiai Muhyiddin juga membentuk pengurus "NURIS". Pengurus ini bertugas menjalankan organisasi dan mengelola berbagai lembaga pendidikan di pesantren. Secara struktural, semua institusi, termasuk segala pro dan kontra yang muncul, berada di bawah pengelolaan pengurus NURIS. Pengurus ini, yang dipimpin langsung oleh Kiai Muhyiddin, bertanggung jawab penuh kepada Yayasan Nurul Islam.

Sistem pengelolaan dan pengendalian lembaga pendidikan seperti ini sangat membantu dalam mempercepat perkembangan pendidikan formal di pesantren. Badan pengelola ini diberikan kewenangan penuh untuk menangani hal-hal terkait penerapan teknologi pendidikan, dengan melibatkan orang-orang yang ahli di bidangnya masing-masing. Di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, tugas antara pengasuh dan pengurus NURIS dibagi dengan jelas. Pengasuh bertanggung jawab mengatur kebijakan umum dan membina para santri dalam akhlak serta memberikan pendidikan agama. Sementara itu, pengurus NURIS fokus

pada pengelolaan dan penyelenggaraan lembaga pendidikan. Prinsip manajemen modern, yaitu "*right man for the right job*," telah diterapkan dengan baik di pesantren ini.

2. Visi Dan Misi

a. Visi

Mencetak generasi islam dengan penuh asah, asih, dan asuh.

b. Misi

- 1) Lembaga Nuris sebagai wadah pendidikan islam dengan tujuan membentuk generasi islam yang berakhlakul karimah dengan mengasah lewat keteladanan, ilmu agama, dan umum.
- 2) Lembaga Nuris mendidik generasi Islam dengan mengutamakan lewat pendekatan kasih sayang sesama manusia.
- 3) Lembaga Nuris mencetak generasi Islam berposisi selayaknya mengasuh peserta didik seperti orang tua kepada anaknya.
- 4) Lembaga Nuris ikut berpartisipasi mencetak generasi Islam sebagaimana tujuan mencerdaskan bangsa dan negara serta generasi Islam yang rahmatan lil alamin.
- 5) Mencerdaskan generasi Islam di bidang IMTAQ dan IPTEK.⁷⁰

3. Identitas Pondok pesantren Nurul Islam Jember

Nama Pondok Pesantren : Pondok Pesantren Nurul Islam

Alamat Pondok Pesantren : Jl. Pangandaran No 48 Antirogo

Tahun Didirikan : 1981

⁷⁰ "Sejarah dan Profil Pondok Pesantren Nurul Islam Jember."

Tahun Beroperasi : 1981
 Kecamatan : Sumbersari
 Kabupaten/Kota : Jember
 Provinsi : Jawa Timur
 Kode Pos : 68125

4. Letak Geografis Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

Pondok Pesantren Nurul Islam Jember terletak di jl. Pengandaran No. 48 Antirogo Sumbersari, Kabupaten Jember. Letak Pondok Pesantren Nurul Islam Jember ini berbatasan dengan:⁷¹

- a. Sebelah Utara : Perkampungan dan Pertokoan
- b. Sebelah Selatan : Sawah dan SMK Farmasi
- c. Sebelah Timur : Persawahan
- d. Sebelah Barat : Sungai

5. Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

Lembaga pendidikan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember terbagi menjadi dua kategori utama: pendidikan formal dan nonformal. Untuk lembaga pendidikan formal, pesantren ini memiliki beberapa institusi, seperti Kelompok Bermain Nuris, TK Bina Anaprasa, SMP Nuris, SMA Nuris, SMK Nuris, MTs Nuris “Unggulan,” MA Nuris Unggulan, serta program Paket C Nuris.

Sementara itu, lembaga pendidikan nonformal mencakup Madrasah Diniyah Ula dan Madrasah Diniyah Wusta. Program

⁷¹ Observasi di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, 16 Desember 2024.

pembelajarannya disesuaikan dengan tingkatan masing-masing, meliputi mata pelajaran seperti Tauhid, Fiqih, Akhlak, Tasawuf, Hadis, Mustalah Hadis, Bahasa Arab, Nahwu, Sharaf, Balaghah, Mantiq, Ushul Fiqih, dan Qawa'id Fiqih. Di pesantren, materi-materi agama ini menjadi fokus utama pembelajaran, kecuali Bahasa Arab yang juga digunakan dalam kegiatan sehari-hari.⁷²

B. Penyajian dan Analisis Data

Dalam penelitian tentunya membutuhkan penyajian data sebagai penguat dalam suatu penelitian. Data ini menjadi dasar untuk dijelaskan, sehingga menghasilkan kesimpulan yang relevan dalam penelitian. Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah melalui seluruh proses penelitian, diperoleh hasil yang sesuai dengan fokus utama penelitian. Selanjutnya, akan dituliskan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para informan mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.

1. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Subsektor Pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

Dalam hal ini untuk mengetahui upaya strategi pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember maka peneliti menggali beberapa tahapan untuk dilakukan penelitian seperti

⁷² “Sejarah dan Profil Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.”

wawancara dan observasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan yang sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Strategi menjadi salah satu langkah penting yang sering digunakan oleh seorang pebisnis, seorang pimpinan, dan suatu organisasi. Strategi sebagai cara atau seni yang digunakan individu atau kelompok untuk memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna mencapai tujuan suatu organisasi.

a. Tahap Formulasi Strategi

Dalam strategi pasti ada yang namanya proses perencanaan, karena perencanaan adalah langkah awal yang penting dalam menentukan arah dan tujuan yang ingin dicapai. Dengan perencanaan, setiap langkah dalam strategi dapat dirancang secara terstruktur, mempertimbangkan berbagai kemungkinan, dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Sebagaimana penjelasan Bapak Ibnu selaku

Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah mengenai perencanaan strategi bahwa:

“Gini mas, mengenai perencanaan ini tidak hanya dalam pertunjukan saja, tentunya semua hal, semua proyek, dan suatu kehidupan itu tidak lepas dari perencanaan, jadi saya rencanakan ini dengan berdiskusi dengan pelatih mas. karena perencanaan yang maksimal akan mendapatkan hasil yang maksimal, perencanaan yang buruk tidak akan bisa menjamin hasil yang maksimal.”⁷³

Pentingnya perencanaan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk proyek, kegiatan, atau bahkan pertunjukan seni. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan adalah pondasi utama keberhasilan.

⁷³ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

Tambahan dari Ustadz Davi selaku Pelatih pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau mengatakan bahwa:

“Kalau bicara perencanaan, mulai dari produksi lagu yang sesuai dengan syariat islam, aransemenya, dan dinamika harmonisasi lagunya kalau tidak dipikirkan secara matang ya hasilnya tidak maksimal mas. Karena roh nya itu di perencanaan ini.”⁷⁴

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ustadz Salim selaku pelatih pertunjukan kolaborasi hadrah beliau mengatakan bahwa:

“Perencanaan itu ibarat seperti dapur mas, bagaimana racikannya, bagaimana bumbunya, dan itu kan menjadi rahasia tuan rumah tersendiri, tiba-tiba diruang tamu sudah tersuguhkan inilah Nuris van java. Jadi, seperti bagaimana proses latiahannya, bagaimana merencanakan target produksi lagunya, dan bagaimana pemasarannya yang harus ada perencanaan terlebih dahulu. Contohnya kita rencanakan dalam memilih lagu yang sesuai dengan norma-norma islam mas. Sekarang ini ada banyak grub sholawat pakai lagu dangdut yang liriknya diubah mas seperti ala bali, karena memang bukan lagu sholawat, maka itu tidak dipakai, jadi pemilihan lagu itu berdasarkan adab mas.”⁷⁵

Hasil wawancara tersebut menggambarkan bahwa perencanaan adalah inti dari proses kreatif yang nantinya akan digunakan, khususnya dalam produksi lagu agar sesuai dengan syariat islam.

Pernyataan yang mendukung oleh Ustadz Dahabi selaku Pembina pertunjukan hadrah yang menjelaskan bahwa:

“Perencanaan itu penting mas, supaya apa yang dituju itu bisa tercapai. Jadi, kalau sudah direncanakan itu kan pasti paham, apa yang mau dituju itu mau dibawa kemana dan direncanakan terlebih dahulu, karena tidak bisa sesuatu mau dilaksanakan tetapi tidak direncanakan. Kalau saya itu mas awal biasanya berdiskusi dengan pelatih dan santri mengenai rencana yang

⁷⁴ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

⁷⁵ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

akan dilakukan kedepannya. Terutama ketika memilih lagu ini kita berhati-hati mas mengenai arti dari lirik tersebut.”⁷⁶

Pernyataan ini dibenarkan oleh Ustadz Salim selaku pelatih pertunjukan hadrah yang mengatakan bahwa:

“Memang benar mas kami awalnya itu berdiskusi mengenai rencana yang akan dilakukan seperti produksi lagunya, latihannya dilakukan kapan, dan target yang dicapai itu gimana nantinya.”⁷⁷

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Rayhan selaku santri yang ikut pertunjukan hadrah yang mengatakan bahwa:

“Kami itu mas di awal dikumpulkan untuk menyepakati mengenai latihannya itu di hari apa dan dikasih arahan mengenai lagu-lagu yang akan di produksi nantinya.”⁷⁸

Perencanaan membantu menentukan arah yang jelas dan memastikan setiap langkah yang diambil dapat terarah. Proses ini diawali dengan diskusi bersama, baik antara pelatih maupun anggota tim (santri), untuk merumuskan rencana ke depannya.

Dilanjutkan mengenai perencanaan pemasaran dijelaskan oleh bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah bahwa:

“Perencanaan yang baik itu hadiahnya ya pemasaran mas, kayak misalnya kita membuat konten yang secara tidak langsung tujuannya yaitu memasarkan, agar Masyarakat banyak yang menganal pertunjukan Nuris van java ini.”⁷⁹

⁷⁶ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

⁷⁷ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

⁷⁸ Rayhan, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Januari 2025.

⁷⁹ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

Dengan adanya perencanaan pemasaran yang baik, secara tidak langsung tujuan utamanya secara tidak langsung untuk promosi agar dapat memperkenalkan dan menarik minat Masyarakat. Tambahan dari Ustadz Dahabi selaku Pembina pertunjukan hadrah yang menjelaskan bahwa:

“Perencanaan pemasaran itu penting mas, karena hal ini juga perlu direncanakan dengan baik agar masyarakat itu tertarik, seperti dalam pemasaran itu kita ada pemasaran produk pertunjukannya itu bagaimana agar menarik, bagaimana perencanaan tempat pembuatan konten yang sesuai, perencanaan promosinya itu lewat mana, dan terkait harganya itu ketika ada yang mengundang supaya Masyarakat nyaman.”⁸⁰

Dari wawancara tersebut bahwa perencanaan pemasaran sangat penting untuk menarik minat masyarakat. Hal ini mencakup berbagai aspek, artinya dalam perencanaan tersebut juga dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran atau yang sering disebut dengan 4-P: produk, harga, tempat, dan promosi.

Dilanjutkan mengenai perencanaan sumber daya manusia dijelaskan oleh bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah bahwa:

“Dalam perencanaan SDM, langkah pertama adalah merekrut santri melalui seleksi yang mempunyai potensi mengenai gamelan maupun hadrah untuk menentukan peran pemain, dan kami juga merencanakan nanti berapa pemain yang diterima dalam pertunjukan ini. Setiap individu diberikan tugas yang sesuai dengan keahliannya untuk memastikan kualitas pertunjukan.”⁸¹

⁸⁰ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

⁸¹ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

Perencanaan SDM dimulai dengan proses seleksi santri yang memiliki potensi dalam gamelan dan hadrah untuk menentukan peran masing-masing pemain. Jadi dalam pertunjukan kolaborasi gamelan dan hadrah ini hanya memilih santri yang memiliki potensi di bidang gamelan maupun hadrah. Tambahan dari Ustadz Davi selaku Pelatih pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau menjelaskan bahwa:

“Mengenai perencanaan SDM ini ya harus mas gimana nantinya agar skill para santri dalam pertunjukannya ini terus berkembang dan memiliki karakter dakwah dalam seni, tapi kalau di Nuris van java itu anggotanya santri yang terbatas mengenai waktu, karena tiga tahun mereka akan berganti.”⁸²

Dari wawancara tersebut adalah bahwa perencanaan SDM dilakukan untuk memastikan keterampilan santri dalam pertunjukan terus berkembang. Namun, di Nuris van java terdapat keterbatasan waktu yang menjadi tantangan karena anggota tim adalah santri yang masa aktifnya hanya tiga tahun sebelum digantikan oleh generasi baru.

Pendapat lain dijelaskan oleh Ustadz Dahabi selaku Pembina pertunjukan hadrah yang mengatakan bahwa:

“Terkait SDM itu juga penting dengan adanya perencanaan, karena basic dari anak” itu macam-macam mas, jadi kadang kita sudah milih memang dasarnya anaknya sudah handal di bidangnya, kemudian ternyata anaknya gamau latihan atau malas latihan, jadi emang saya rencanakan dari awal kalau anaknya bagus dalam bidangnya tapi malas-malasan itu ndak akan dipilih, lebih diutamakan meskipun mulai dari awal ga bisa tapi dia mau belajar dan giat ketika latihan itu direncanakan dari awal.”⁸³

⁸² Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

⁸³ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ustadz Salim selaku pelatih pertunjukan hadrah yang mengatakan bahwa:

“Kalau mengenai perencanaan SDM, memang kami belajar dari pengalaman sebelumnya terkait santri yang malas-malasan ketika latihan mas, karena ketika santri yang ga hadir latihan itu otomatis kosong di bagian bidangnya mas, kan kasihan ke santri yang giat latihan. Sehingga direncanakan dari awal memilih santri yang giat latihan meskipun mulai dari awal ga punya basic. Jadi kami rencanakan dulu butuh orang berapa dan kosongnya dibagian mana saja.”⁸⁴

Hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa perencanaan SDM sangat penting untuk memastikan keberhasilan pertunjukan. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari masalah akibat santri yang malas latihan, yang dapat menghambat persiapan dan mengganggu anggota tim lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara diatas diperoleh Kesimpulan bahwa perencanaan dalam menjalankan strategi pada pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah dimulai dengan menetapkan tujuan dan kebutuhan, seperti menentukan jumlah dan peran pemain serta menetapkan target produksi yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Tahap awal melibatkan seleksi santri berdasarkan potensi dan komitmen mereka, dengan prioritas yang diberikan kepada santri yang memiliki semangat belajar dan giat berlatih, meskipun belum memiliki kemampuan dasar yang kuat. Namun, ada perbedaan dalam tahap seleksi pada pertunjukan kolaborasi gamelan dan hadrah, yang mana prosesnya hanya memilih santri yang memiliki potensi.

⁸⁴ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

Setelah proses seleksi, dilakukan diskusi bersama Pembina dan pelatih untuk menyusun jadwal latihan, menentukan lagu yang akan diproduksi, dan merancang strategi pemasaran yang menarik, seperti Menyusun pemasaran produk yang sesuai, tempat pembuatan konten, promosi yang relevan, dan penetapan harga pertunjukan. Jadi strategi yang akan dipakai untuk diimplementasikan dalam mengembangkan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember yaitu Strategi Fungsional Produksi, Strategi Fungsional bauran Pemasaran, Strategi Fungsional Sumber daya manusia.

b. Tahap Implementasi Strategi

Dalam hal ini untuk mengetahui implementasi strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, maka penulis mencoba untuk mengetahui melalui Analisa yang dilakukan pada saat wawancara dan observasi dengan beberapa strategi yaitu:

1) Strategi Produksi

Strategi produksi merupakan strategi dengan mengelola sumber daya, seperti tenaga kreatif, peralatan panggung, fasilitas, dan bahan pendukung, untuk menciptakan pertunjukan yang bernilai bagi penonton. Sebagaimana penjelasan dari bapak Ibnu dalam wawancara bahwa:

“Kalau untuk produksi seni pertunjukan Nuris van java inikan pemainnya terdiri dari vocal, pemain gamelan, pemain bas, pemain rebana, kita semakin paham untuk merenungkan bahwa dulu ulama-ulama kita dakwah itu dengan seperti ini,

dengan hadirnya wali songo dengan berbagai macam seni jadi media dakwah banyak sekali yang menjadi muslim, karena media dakwahnya disukai. Sehingga dengan adanya Nuris Van Java ini bisa menjadikan wadah dakwah yang kreatif dan tetap belandaskan khas pesantren dan budaya bangsa dalam bingkai seni yang memadukan kolaborasi seni hadrah dan gamelan.”⁸⁵

Pernyataan yang mendukung oleh Ustadz Dahabi selaku

Pembina pertunjukan hadrah yang menjelaskan bahwa:

“Mengenai produksi hadrah ini terdiri dari vocal, pemain rebana, dan bas mas. Hal ini memberikan manfaat besar bagi masyarakat Islam, karena tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana dakwah yang kreatif. Lirik-liriknya yang berisi pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW mampu menyentuh hati Masyarakat dengan mensyiarkan pesan religi melalui harmoni, terutama generasi muda yang ada di Pondok Pesantren ini mas agar lebih mencintai agama.”⁸⁶

Dari pernyataan tersebut bahwa produksi seni pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah maupun pertunjukan hadrah intinya menjadi strategi dalam sarana dakwah kreatif yang berlandaskan

nilai-nilai pesantren yang di dalamnya menyampaikan pesan religi melalui lirik-lirik Islami, seperti pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW.

Dilanjutkan mengenai pengembangan persiapan alat dalam pertunjukan gamelan hadrah dijelaskan oleh bapak Ibnu bahwa:

“Kalau mengenai alat mas, ini kan ada gamelan, bas, dan rebana, kadang kita juga pake gendang dan piano mas menyesuaikan lagu yang dipake. Selama ini kita hanya perawatan di jemur, ngechat ulang karena kalau besi ini

⁸⁵ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

⁸⁶ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

mudah karaten. Nanti insyaallah kedepannya ini akan tambah alat seperti seruling dan gitar mas.”⁸⁷

Pernyataan yang serupa oleh Ustadz Dahabi selaku Pembina pertunjukan hadrah yang menjelaskan bahwa:

“Kalau dalam pertunjukan hadrah ini alatnya ada rebana dan bas. Untuk perawatan alat kita ya di jemur mas, supaya rebananya itu tidak kendor kulitnya. Terkait alat ini kami rebananya itu ada 8 sehingga masih kekurangan mas, karena yang make ini banyak mas tidak hanya anak-anak yang ikut hadrah.”⁸⁸

Dari pernyataan tersebut dalam produksi persiapan alat dalam seni pertunjukan gamelan hadrah maupun pertunjukan hadrah untuk perawatan dilakukan dengan menjemur untuk menjaga kekencangan kulit rebana dan mengecat ulang alatnya untuk mencegah karat.

Dilanjutkan mengenai produksi lagu dalam pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dijelaskan oleh bapak Ibnu selaku pembina bahwa:

“Untuk produksi lagunya kita ada latihan rutin mas, biar tetap produktif standart lagunya itu dalam satu bulan kita mengusahakan sudah bisa dua lagu baru dan alhamdulillah itu berjalan mas. Sebagian lagunya Nuris van java itu seperti Sholawat Badar, Lir ilir, Walisongo, dan Syair doa Abu Nawas mas.”⁸⁹

⁸⁷ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

⁸⁸ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

⁸⁹ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

Gambar: 4.1**Latihan rutin Nuris van java**

Sumber: Dokumentasi Pondok Pesantren Nuris

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ustadz Davi selaku pelatih pertunjukan beliau mengatakan bahwa:

“Terkait produksi lagu Nuris van java ini ada latihan rutin pada hari kamis, namun kalau ada tanggapan kita biasanya latihan setiap hari mas, nah target kita itu dalam satu bulan ada dua lagu baru, bahkan ketika ada tanggapan kita bisa lebih dari dua lagu mas yaitu kalau tidak salah empat lagu.”⁹⁰

Pernyataan ini dibenarkan oleh Riski selaku santri yang mengikuti pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah yang mengatakan bahwa:

“Iya mas bener saya dan teman-teman ini setiap kamis sore itu latihan pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah, untuk produksi lagunya kami mengikuti arahan yang disampaikan pelatih mas. Anak-anak itu tambah semangat latihan ketika dikabarin ada tanggapan mas.”⁹¹

Dari pernyataan tersebut produksi lagu dalam pertunjukan Nuris Van Java dilakukan melalui latihan rutin setiap hari kamis sore, dengan target menghasilkan dua lagu baru setiap bulan, bahkan bisa lebih ketika ada tanggapan.

⁹⁰ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

⁹¹ Riski, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Januari 2025.

Mengenai produksi lagu dalam pertunjukan hadrah dijelaskan oleh Ustadz Dahabi selaku pembina bahwa:

“Untuk produksi lagu yang dipakai kita ada latihan setiap hari rabu mas, nah untuk target lagunya kita menargetkan dalam satu minggu itu satu lagu baru, tapi anak-anak kalau lagu sholawat ini sudah banyak yang tau, bahkan bisa lebih produksi lagunya. Jadi kalau ada tanggapan lagu yang dipake seperti lagu sholawatan yang sering dipake ketika rutinan setiap malem jumat di pondok itu mas.”⁹²

Gambar: 4.2

Latihan Pertunjukan hadrah



Sumber: Dokumentasi Pondok Pesantren Nuris

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ustadz Salim selaku pelatih beliau mengatakan bahwa:

“Saya melatih anak-anak itu setiap hari Rabu dengan target satu lagu baru per minggu mas. Karena anak-anak sudah familiar dengan lagu sholawatnya saya lebih mudah ngelatihnya, jadi saya mengajari suara pecah vocal, beberapa aransemen lagu dan variasi pukulannya agar lebih menarik. Kecuali kalau anak-anak ini mau mengikuti lomba untuk produksi lagunya kami mencari lagu yang viral sesuai yang berkembang yang ada di youtube seperti lagu sholawat Mugrom, Yakhorahadi, Khobbiri. dengan catatan lagu-lagu tersebut sesuai dengan norma-norma Islam.”⁹³

⁹² Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

⁹³ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

Pernyataan ini dibenarkan oleh Rayhan selaku santri yang mengikuti pertunjukan hadrah yang mengatakan bahwa:

“Bener mas kami latihan rutin dengan pelatih itu setiap hari rabu, kami dilatih mengenai cara mengolah vocal dan beberapa variasi pukulannya. Tetapi, kalau kami mengikuti lomba selain hari itu kami juga latihan sendiri setiap habis ngaji diniah di Pondok mas.”⁹⁴

Dari pernyataan tersebut produksi lagu dalam pertunjukan hadrah dilakukan setiap hari rabu dengan target setiap satu minggu dengan satu lagu baru, bahkan bisa lebih dan untuk pemilihan produksi lagu berdasarkan adab yang sesuai dengan norma-norma Islam.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi fungsional produksi pada pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dengan target memproduksi dua lagu baru dalam 1 bulan dan pertunjukan hadrah targetnya dalam satu minggu memproduksi satu lagu baru, lalu mengembangkannya yaitu dengan memproduksi lagu sesuai target yang ditentukan yang didalamnya menyampaikan pesan religi melalui lirik-lirik Islami, seperti pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW sebagai sarana dakwah kepada Masyarakat. Selain itu dalam mempersiapkan alat untuk perawatannya dilakukan dengan menjemur untuk menjaga kekencangan kulit rebana dan mengecat ulang alatnya untuk mencegah karat.

⁹⁴ Rayhan, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Desember 2024.

2) Strategi bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran adalah rencana untuk mengoptimalkan hasil yang maksimal dengan menerapkan pemasaran, yang mencakup strategi produk, harga, lokasi, dan promosi pada pasar yang ditargetkan.

a. Strategi Produk

Dibawah ini adalah hasil wawancara dengan informan terkait strategi pemasaran produk yang diterapkan dalam pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah.

Sebagaimana penjelasan oleh bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah bahwa:

“Terkait produk lagunya ketika ada yang ngundang itu ada yang request, ada yang di bebaskan, Kebanyakan yang ngundang itu acara sholawatan, nikahan, seminar yang berbau budaya, karena mereka ngundang itu kan sudah tau lagu-lagunya Nuris van java yang diliat dari konten tersebut.”⁹⁵

Tambahan dari Ustadz Davi selaku Pelatih pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau mengatakan bahwa:

“Kita itu membebaskan kepada orang yang mengundang terkait lagunya itu mau gimana agar mereka itu bisa puas dan bisa tertarik lagi terhadap penampilan pertunjukan ini mas.”⁹⁶

Hal ini diperkuat oleh pernyataan bapak Sugianto selaku orang yang pernah ngundang Nuris van java yang mengatakan bahwa:

⁹⁵ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

⁹⁶ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

“Lagunya mereka bagus-bagus mas dan juga ada yang ngikutin kita mas, yaitu lagu-lagu langgan jawa, yang syairya pake berjani tapi tetap pake langgan jawa, karena acaranya ini mengenai adat Hiyang Argopuro festifal yang di adakan Kemenparekraf.”⁹⁷

Dari pernyataan tersebut bahwa pertunjukan seni Nuris van Java sering diundang untuk tampil di berbagai acara seperti sholawatan, pernikahan, seminar budaya, dan termasuk Hiyang Argopuro Festival yang diadakan oleh Kemenparekraf. Mereka membebaskan kepada pengundang lagunya mau di buat gimana, sehingga penampilan mereka dapat memberikan kepuasan dan daya tarik tersendiri.

Mengenai pertunjukan hadrah dijelaskan oleh Ustadz

Dahabi selaku pembina yang mengatakan bahwa:

“Kalau di pertunjukan hadrah itu mas terkait produk lagunya kita setiap di undang pastinya sama yaitu membaca sholawat simtudduror atau sholawat ad diba ketika acara inti. Akan tetapi kita juga menyesuaikan apa yang diinginkan oleh orang yang mengundang mas.”⁹⁸

Pernyataan yang mendukung oleh Ustad Salim selaku pelatih mengatakan bahwa:

“Mengenai undangan ini kadang ada yang ngundang kita itu cuman ngisi membawakan sholawat mahallul qiyam aja mas dan ada juga yang ngundang cuman ngisi pra acara dengan beberapa lagu.”⁹⁹

Hal ini diperkuat oleh pernyataan mas asfa selaku orang

yang pernah ngundang Ashabul Muhyi yang mengatakan bahwa:

“Saya ngundang hadrahnya Nuris kemaren itu cuman saya minta bawakan Sholawat tola’al dan Mahallul qiyam mas,

⁹⁷ Bapak Sugianto, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Januari 2025.

⁹⁸ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

⁹⁹ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

karena emang acaranya buat nyambut bapak saya yang dateng dari umroh mas.”¹⁰⁰

Dari pernyataan tersebut bahwa pertunjukan hadrah Nuris menyesuaikan penampilannya dengan kebutuhan pengundang. Dalam acara inti, mereka biasanya membawakan sholawat seperti *Simtudduror* atau *Ad Diba*.

Dapat ditarik kesimpulan dari wawancara tersebut mengenai strategi pemasaran produk lagu pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah di Pondok Pesantren Nurul Islam yaitu menyesuaikan dengan orang yang mau mengundang gimana, dengan harapan agar orang yang mengundang tersebut itu puas, tertarik untuk mengundang kembali, dan sesuai dengan hasil pertunjukan yang ditampilkan dalam acaranya.

b. Strategi Harga

Hasil wawancara mengenai harga dengan bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau menjelaskan bahwa:

“Kita sampe hari ini tidak ada penetapan harga mas, karena kami di bawah naungan Pesantren, sebisa mungkin kami bisa kompromi, tapi ya ndak seikhlasnya tuan rumah, minimal kami itu ada uang transportasi, anak-anak konsumsinya terjamin, dan uang bagi pendamping, jadi kalau misalkan diangkakan jadi uang itu minimal kisarannya Rp.500.000.”¹⁰¹

¹⁰⁰ Mas Asfa, diwawancara oleh Penulis, Jember, 22 Januari 2025.

¹⁰¹ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

Tambahan dari Ustadz Davi selaku Pelatih pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau mengatakan bahwa:

“Kalau saya itu dampingi anak-anak undangan ketika pak Ibnu gabisa dampingin mas. Memang bener kita sejauh ini tidak ada penetapan harga, karena Sampe sejauh ini kita dapetnya paling kecil Rp.500.000 dan yang paling besar kita itu dapet Rp.2.000.000. jadi kita menyesuaikan dengan siapa yang ngundang, kalau keluarga besar Pondok Pesantren biasanya dikasih Rp.500.000-Rp.1.000.000. Kita pernah diundang dengan Kemenparekfar di arjasa pada acara festival lima desa di Indonesia, itu kita dikasih Rp.2.000.000 mas.”¹⁰²

Hal ini diperkuat oleh pernyataan bapak Sugianto selaku orang yang pernah ngundang Nuris van java yang mengatakan bahwa:

“Kalau saya kemaren itu sifatnya nyumbang kepada adek-adek nilainya sekitar 2 juta, karena emang acara ini acaranya pemerintah mas, selain itu saya juga ingin mengenalkan potensi kegiatan budaya yang ada di Pesantren Nuris dan saya juga nyumbang untuk akomodasinya adek-adek Nuris van java.”¹⁰³

Dari pernyataan tersebut bahwa Pertunjukan Nuris van java tidak menetapkan harga tetap untuk penampilan mereka karena berada di bawah naungan pesantren dan berusaha kompromi dengan kemampuan pengundang.

Mengenai pertunjukan hadrah dijelaskan oleh Ustadz

Dahabi selaku Pembina yang mengatakan:

“Kalau peneteapan harga ini sebenarnya kami ingin untuk dipatokkan harga stabil itu berapa, cuman mengacu pada kejadian yang pernah ada, kyai itu tidak suka kalau hadrah itu masih mengharapkan uang, jadi kita pasrahkan kepada sohibul bait berapa pun harga yang dikasihkan kepada

¹⁰² Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

¹⁰³ Bapak Sugianto, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Januari 2025.

anak-anak hadrah, jadi tidak ada patokan harga. Selama ini kita dapat dari undangan paling kecil itu Rp.350.000. dan paling besar kita dapat Rp.1.000.000 mas. Sehingga kami sekarang itu sering di undang orang-orang mulai dari acara yang kecil maupun acaranya besar mas.”¹⁰⁴

Hal ini diperkuat oleh pernyataan mas asfa selaku orang

yang pernah mengundang Ashabul Muhyi yang mengatakan bahwa:

“Saya kemaren itu ngasih Rp.500.000, karena kami tidak terpatok pada nominal pemberian harganya, jadi mereka itu mengacu pada kemampuan panitia penyelenggara.”¹⁰⁵

Dari pernyataan tersebut bahwa pertunjukan hadrah tidak

menetapkan harga untuk penampilan mereka, sesuai arahan kyai

agar tidak terlalu mengharapakan imbalan ketika sholawatan.

Honor yang diterima diserahkan sepenuhnya kepada kemampuan

dan keikhlasan pihak pengundang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa

pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah maupun pertunjukan

hadrah bahwa tidak ada penetapan harga bagi seseorang yang

ingin mengundang pertunjukan tersebut, karena hal tersebut

mengikuti prinsip Pondok Pesantren yang mengutamakan

keikhlasan dalam berdakwah melalui seni.

c. Strategi Tempat

Hasil wawancara mengenai tempat dengan bapak Ibnu

selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau

menjelaskan bahwa:

¹⁰⁴ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹⁰⁵ Mas Asfa, diwawancara oleh Penulis, Jember, 22 Januari 2025.

“Kalau tempatnya kita di Pondok mas, jadi kita menyesuaikan dengan isi judul lagunya, menyesuaikan dengan peringatan hari apa. Contoh kita pernah bikin di tsani dirumput-rumput, dengan lagu tanah airku, dan memperingati hari batik, jadi kita pake baju batik. Jadi, agar ketika orang-orang melihat hasil konten kita menarik dan tertarik kalau Nuris van java itu seperti ini.”¹⁰⁶

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ustadz Davi selaku pelatih pertunjukan beliau mengatakan bahwa:

“Untuk tempat kami tetap disini mas, karena kami masih dalam naungan Pondok Pesantren, Sepengalaman kami orang-orang yang mengundang itu sebagian besar alumni yang mau nikah dan yang mau ada acara, itu enam puluh lima persen yang mengundang kita keluarga besar pesantren bisa alumni, guru, dan wali santri.”¹⁰⁷

Hal ini diperkuat oleh pernyataan bapak Sugianto selaku orang yang pernah mengundang Nuris van java yang mengatakan bahwa:

“Saya tau langsung dari pengasuh gus robith mas, memang gus robith cerita ke saya kalau di Pondok Nuris itu melakukan kegiatan yang mengenalkan budaya, kayak media dakwah islam di pulau jawa. Sehingga saya tertarik, kebetulan saya juga ada event nasional, nah kita kolaborasikan. Jadi adek-adek ini tampil setiap tahun di acara hiyang argopuro festifal, itu paten sudah.”¹⁰⁸

Dari pernyataan tersebut bahwa tempat konten pertunjukan Nuris van java dilakukan di Pondok Pesantren yang menyesuaikan dengan isi lagunya dan Pertunjukan Nuris van java tetap berada di bawah naungan Pondok Pesantren, dengan mayoritas orang yang mengundang 65% berasal dari keluarga besar Pesantren, seperti alumni, guru, dan wali santri.

¹⁰⁶ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

¹⁰⁷ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

¹⁰⁸ Bapak Sugianto, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Januari 2025.

Mengenai pertunjukan hadrah dijelaskan oleh Ustadz

Dahabi selaku Pembina bahwa:

“Kalau tempat konten untuk menarik minat jangkauan pasar terhadap pertunjukan hadrah itu kami tetap di pondok pesanten ini mas, yang mana kita memanfaatkan media sosial itu dengan kegiatan kita kalau ada acara atau video cuplikan konten hadrah yang di share di media sosial untuk memperluas orang-orang bahwa di Pondok Pesantren NURIS ini hadrahnya seperti ini, dan terkadang anak-anak hadrah lewat temennya bilang kalau ada acara ngundang grub saya.”¹⁰⁹

Pernyataan yang mendukung oleh Ustad Salim selaku

pelatih mengatakan bahwa:

“Untuk tempat membuat konten atau latihannya anak-anak kami carikan tempat yang sepi seperti di gazebo tsani, yang tidak banyak jangkauannya dengan para santri agar tidak mengganggu.”¹¹⁰

Dari hasil wawancara tersebut strategi pemasaran tempat

pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah

yaitu di tsani Pondok Pesantren Nurul Islam yang jauh dari

jangkauan santri, karena memang sebagian besar yang ngundang

itu keluarga besar Pondok Pesantren yang sudah tau pertunjukan

ini.

d. Strategi Promosi

Hasil wawancara mengenai promosi dengan bapak Ibnu

selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah beliau

menjelaskan bahwa:

“Sementara ini kita lewat media sosial mas, seperti lewat konten TikTok, Instagram, Youtube, Facebook, dan

¹⁰⁹ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹¹⁰ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

Wabsete. Jadi kalau di wabsete itu ada kayak semacam Profil Nuris van java. Kita juga masukkan promosi lewat majalah Nuris, jadi di salah satu gambar itu ada poster Nuris van java. Ada yang menarik mas, orang-orang itu melihat konten yang kita upload di media sosial, orang itu ndak kenal ke NURIS tapi tiba-tiba DM ke Tik Tok kalau mau ngundang, ada juga yang lewat Instagram, dan ada juga yang lewat status Wa nya anak-anak. Jadi 35% itu dari media.”¹¹¹

Pernyataan serupa juga oleh Ustadz Davi selaku Pelatih

yang mengatakan bahwa:

“Kita pake media sosial mas, jadi kalau konten yang di TikTok, Instagram, Facebook itu kita upload cuplikan vidionya mas, lalu kalau untuk vidio fullnya itu kita upload di youtube.”¹¹²

Dari pernyataan tersebut bahwa orang yang mengundang

Nuris van hava sekitar 35% datang melalui media sosial.

Mengenai pertunjukan hadrah dijelaskan oleh Ustadz

Dahabi selaku pembina pertunjukan hadrah yang mengatakan

bahwa:

“Kalau untuk promosi kita melalui Instagram, youtube, Tiktok, dan story WA. Jadi seperti pas latihan, lomba, tampil acara, dan undangan kita buat vidio, lalu di upload di media sosial tersebut mas.”¹¹³

Tambahan oleh Ustadz Salim selaku pelatih yang

mengatakan bahwa:

“Yang pasti kami promosinya lewat media sosial mas, selain itu kami juga sering mengikuti lomba mas dan juara, sehingga ketika kami juara itu pasti menjadi alat cerita untuk menarik lebih banyak perhatian masyarakat.”¹¹⁴

¹¹¹ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

¹¹² Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

¹¹³ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹¹⁴ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan mas asfa selaku orang yang pernah mengundang Ashabul Muhyi yang mengatakan bahwa:

“Saya dikasih tau temen saya zidan mas yang mondok di Nuris, jadi dia itu menceritakan kalau hadrah Nuris itu sering juara dan dikasih tau vidio-vidio penampilannya yang ada di media sosial.”¹¹⁵

Dari pernyataan tersebut bahwa konten pertunjukan hadrah dilakukan di Pondok Pesantren Nuris memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dan menarik minat pasar, dengan membagikan cuplikan video dan kegiatan mereka secara online. Selain itu, promosi juga dilakukan secara langsung melalui jaringan pertemanan para anggota.

Gambar: 4.3

Prestasi hasil dari lomba hadrah



Sumber: Dokumentasi MA Wahid Hasyim Balung

Berdasarkan hasil observasi, penampilan tim hadrah Ashabul Muhyi memang menunjukkan kualitas yang sangat baik, baik dari segi vokal, pukulan, kekompakan, maupun penguasaan irama. Hal ini terbukti dengan keberhasilan mereka meraih juara 1 dalam lomba hadrah yang diselenggarakan di Wahid Hasyim

¹¹⁵ Mas Asfa, diwawancara oleh Penulis, Jember, 22 Januari 2025.

Balung. Atas prestasi tersebut, mereka memperoleh sertifikat, piala, serta uang pembinaan sebagai bentuk penghargaan.¹¹⁶

Kesimpulan dari wawancara tersebut bahwa dalam pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah secara aktif memanfaatkan media sosial dan majalah Nuris sebagai alat untuk promosi. Sedangkan Pertunjukan hadrah juga sama memanfaatkan media sosial dan Keikutsertaan lomba dan pencapaian juara dijadikan sebagai daya tarik tambahan untuk meningkatkan perhatian dan minat masyarakat terhadap pertunjukan mereka.

3) Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi Pengembangan SDM adalah upaya terencana perusahaan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai aset utama demi tercapainya tujuan.

Sebagaimana penjelasan oleh bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah bahwa:

“Kita kemaren ada perekrutan mas dengan menyeleksi para santri yang memiliki potensi di bidang seni ini. Jadi sekarang ada 2 grub, yaitu 1 grub putra dan 1 grub putri mas, mereka latihan rutinnya setiap hari kamis untuk yang putra dan hari jum’at untuk yang putri.”¹¹⁷

Pernyataan yang mendukung dari Ustadz Davi selaku Pelatih pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah mengatakan:

“Kalau terkait SDMnya ini memang terbatas mas yang ikut, karena emang alatnya juga terbatas. Jadi kita adakan

¹¹⁶ Observasi di MA Wahid Hasyim Balung, 27 Januari 2025.

¹¹⁷ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

perekrutan dan hanya memilih santri yang memiliki potensi.”¹¹⁸

Pernyataan ini di perkuat oleh Riski selaku santri yang mengikuti pertunjukan gamelan hadrah:

“Karena saya memang suka dengan kesenian mas, jadi saya daftar seleksi Nuris van java dan alhamdulillah diterima.”¹¹⁹

Dari pernyataan tersebut bahwa pertunjukan Nuris Van Java melakukan perekrutan dengan menyeleksi santri yang memiliki potensi di bidang seni yaitu terdiri dari dua grup, yaitu grup putra dan grup putri.

Dilanjutkan oleh bapak Ibnu selaku Pembina pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah menjelaskan bahwa:

“Kita kan di naungan Pondok Pesantren mas, Jadi sebisa mungkin kita juga ngajarin ke anak-anak ini tampil dengan sopan dan bagaimana menyampaikan dakwah, kan lagu yang kita pilih ada nuansa dakwahnya. Secara tidak langsung anak-anak juga kita didik disini, jadi sebenarnya Nuris van java ndak cuman bicara tentang seni saja, tetapi anak-anak ini SDMnya juga kita bentuk mereka selain bermain seni musik, mereka ada pesan dakwah yang disampaikan.”¹²⁰

Pernyataan serupa juga oleh Ustadz Davi selaku Pelatih yang mengatakan bahwa:

“Nuris van java itu kan menjaga tradisi sekaligus merelevansikan dengan masa kini, dengan balutan tematik ini sudah jelas anak-anak Nuris van java itu tidak hanya dilatih secara kreativitas, tapi SDMnya itu juga kita bentuk supaya ada citra nuansa santri.”¹²¹

Pernyataan ini di perkuat oleh Riski selaku santri yang mengikuti pertunjukan gamelan hadrah:

¹¹⁸ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

¹¹⁹ Riski, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Januari 2025.

¹²⁰ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

¹²¹ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

“Setiap sebelum mulai latihan, pelatih selalu memberi materi kepada kami mas. Contohnya kita dikasih tau maksud isi dan maksud dari lagu yang kita pelajari nantinya mas.”¹²²

Dari pernyataan tersebut bahwa pertunjukan Nuris van Java tidak hanya fokus pada pengembangan seni, tetapi juga pada pembentukan karakter dan penyampaian dakwah. Dengan membawakan lagu-lagu bernuansa dakwah, mereka mendidik anggota untuk tampil sopan, kreatif, dan relevan dengan perkembangan zaman saat ini.

Mengenai pertunjukan hadrah dijelaskan oleh Ustadz Dahabi selaku pembina bahwa:

“Kemaren ini kita adakan seleksi mas, ketika di seleksi kemaren anak-anak selain dites bakatnya kita juga menanyakan komitmennya ikut hadrah itu bagaimana. jadi sekarang untuk tim hadrahnya Ashabul muhyi itu ada 15 anak yang kita pilih kemaren.”¹²³

Pernyataan serupa oleh Ustadz salim selaku pelatih yang mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah untuk tim hadrah yang sekarang ini anaknya tidak ada yang malas-malasan mas, karena memang kami kemaren menyeleksi anak-anak ini dengan mempertimbangkan komitmennya ikut hadrah.”¹²⁴

Pernyataan ini di perkuat oleh Rayhan selaku santri yang mengikuti pertunjukan hadrah yang mengatakan:

“Bener mas saya kemaren itu ikut melalui tahapan seleksi, karena memang kami ditanyain bermacam-macam mengenai

¹²² Riski, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Januari 2025.

¹²³ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹²⁴ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

komitmennya ikut hadrah ini gimana selain dites hadrahnya.”¹²⁵

Hasil pernyataan tersebut bahwa tim pertunjukan hadrah Ashabul Muhyi saat ini terdiri dari 15 anak yang terpilih melalui proses seleksi dengan memilih anak yang berkomitmen tinggi, sehingga tidak ada anggota yang bersikap malas atau kurang antusias.

Dilanjutkan oleh Ustadz Dahabi selaku Pembina pertunjukan hadrah menjelaskan bahwa:

“Untuk SDMnya ini anak-anak kita rubah cintanya ke shoawat mas, karena kalau suka lagu sholawat otomatis yang didengarkan itu sholawat terus nanti.”¹²⁶

Pernyataan lain oleh Ustadz Salim selaku pelatih yang mengatakan bahwa:

“Kita mengajari makna apa yang dibaca agar ketika sholawatan itu bisa khusus mas, karena disana ada nasehat dan ada kisah-kisah nabi yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.”¹²⁷

Pernyataan ini di perkuat oleh santri yang mengikuti pertunjukan hadrah yang mengatakan:

“Kita kan ada buku sholawatnya mas, jadi kita diajarin dan mencatat makna dari sebuah lagu sholawat tersebut oleh pelatih mas.”¹²⁸

Dari pernyataan tersebut bertujuan mendidik anak-anak hadrah agar bisa mencintai sholawat dan agar nilai-nilai nasehat dan

¹²⁵ Rayhan, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Januari 2025.

¹²⁶ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹²⁷ Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹²⁸ Rayhan, diwawancara oleh Penulis, Jember, 02 Januari 2025.

kisah-kisah Nabi dalam sholawat dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari oleh santri yang mengikuti pertunjukan hadrah.

Dapat disimpulkan dalam wawancara tersebut bahwa sumber daya manusia Pertunjukan Nuris Van Java dengan merekrut santri yang memiliki potensi dibidang seni dan membagi mereka ke dalam grup putra dan putri. Selain fokus pada pengembangan seni, mereka juga menekankan pembentukan karakter dan penyampaian dakwah melalui lagu-lagu bernuansa islami. Hal ini bertujuan mendidik anggota agar sopan, kreatif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Sedangkan pertunjukan hadrah Ashabul Muhyi terdiri dari 15 anggota yang dipilih melalui seleksi ketat berdasarkan komitmen tinggi, sehingga semua anggota antusias dan disiplin. Pengembangan SDMnya dengan mendidik anggota untuk mencintai sholawat, agar bisa khusu ketika sholawatan dan dapat menerapkan nilai-nilai nasehat serta kisah-kisah Nabi dalam kehidupan sehari-hari.

c. Tahap Pengendalian Strategi

Tahap Pengendalian adalah langkah terakhir dalam proses manajemen strategi. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran untuk menilai sejauh mana hasil dari pelaksanaan strategi yang telah diterapkan. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, efektif, dan memberikan hasil yang optimal.

Berikut penjelasan dari bapak Ibnu mengenai Pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah bahwa:

“Alhamdulillah mas sangat sesuai dengan target, kita pengennya Nuris van java itu produktif ya alhamdulillah pelaksanaannya produktif, terkait pemasaran dakwahnya itu banyak dikenal masyarakat ya tercapai dan banyak yang ngundang. Namun yang jadi evaluasi ini kadang ada anak yang sakit atau ada halangan ketika undangan mas, sehingga pelatih yang gantiin mas.”¹²⁹

Pernyataan ini diperkuat oleh Ustadz Davi selaku pelatih

yang mengatakan bahwa:

“Sering kali anak-anak itu kadang sakit, karena kita kan cuman 1 grub yang putra mas, jadi untuk mengatasinya kadang kita minta tolong ke Ashabul muhyi, anak hadrahnya itu minta ada yang gantiin yang lagi sakit, terus kalau anak yang pegang gamelan itu yang sakit, kadang ya saya yang ikut main juga mas.”¹³⁰

Dari pernyataan tersebut bahwa pelaksanaan strategi pertunjukan Nuris van Java telah berjalan sesuai dengan target yang diharapkan. Program ini terbukti produktif, berhasil memasarkan dakwahnya dengan baik, dan dikenal luas oleh Masyarakat sehingga banyak yang ngundang. Tetapi, terdapat evaluasi ketika anggota grup mengalami sakit atau berhalangan hadir saat ada undangan, namun hal tersebut sudah teratasi.

Mengenai pertunjukan hadrah dijelaskan oleh ustadz Dahabi selaku Pembina yang mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah dari strategi yang kami jalankan ini mencapai target mas. Namun, yang jadi evaluasi kami yaitu terkait kekurangan alat ini mas. Kita kemaren ini sudah ngajuin

¹²⁹ Bapak Ibnu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2024.

¹³⁰ Ustadz Davi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 24 Desember 2024.

proposal untuk meminta alat baru mas ke pesantren, mungkin masih proses mas.”¹³¹

Pernyataan ini diperkuat oleh Ustadz Salim selaku pelatih

yang mengatakan bahwa:

“Untuk sejauh ini beberapa aspek sudah mencapai target mas, seperti sekarang yang dulunya vokalnya ndak bisa pecah suara alhamdulillah sekarang sudah bisa, tampil dengan percaya diri, dan dapat juara 1 ketika lomba, kan itu semua sudah mencapai target mas., meskipun masih terdapat kekurangan mengenai alat.”¹³²

Dari pernyataan tersebut bahwa strategi yang dijalankan

pertunjukan hadrah telah berhasil mencapai target, seperti peningkatan kemampuan vokal, kepercayaan diri, dan kemenangan dalam lomba. Namun, masih terdapat kendala terkait keterbatasan alat, yang saat ini sedang dalam proses pengajuan permintaan ke pesantren.

Dapat disimpulkan dalam wawancara tersebut bahwa strategi yang diterapkan dalam kedua pertunjukan tersebut telah berjalan

dengan baik dan mencapai target yang diharapkan. Namun, masih terdapat kendala dalam keterbatasan alat yang sedang dalam proses pengajuan ke pesantren. Secara keseluruhan, kedua pertunjukan telah berjalan sesuai harapan, meskipun masih ada aspek yang perlu ditingkatkan.

¹³¹ Ustadz Dahabi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

¹³² Ustadz Salim, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

2. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Subsektor Penerbitan

Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

a. Tahap Formulasi Strategi

Dalam strategi pasti ada yang namanya proses perencanaan, karena perencanaan adalah langkah awal yang penting dalam menentukan arah dan tujuan yang ingin dicapai. Dengan perencanaan, setiap langkah dalam strategi dapat dirancang secara terstruktur, mempertimbangkan berbagai kemungkinan, dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Sebagaimana penjelasan Bapak Fahmi selaku Pembina Penerbitan mengenai perencanaan strategi bahwa:

“Perencanaan ini sebagai pedoman kita melakukan controlling, tim penerbitan di awal itu ada rapat mengenai perencanaan untuk kedepannya. Jadi membahas mengenai tanggal berjalannya, mengenai tema bukunya, targetnya dalam setiap semester. Selain itu, ada juga karya kyai yang turut menjadi bagian dari penerbitan ini.”¹³³

Pernyataan serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Tim penerbitan itu pasti rapat dulu mas, jadi kita menentukannya itu tidak hanya satu orang, misalkan kita kumpul itu kan materinya berbeda setiap jenjang, nanti itu ditentukan semester ini bukunya temanya tentang apa. Untuk kyai kalau membuat karya pasti menghubungi kami dulu mas, Kami yang membantu dalam proses pengetikan dan editing hingga akhirnya siap diterbitkan.”¹³⁴

perencanaan dalam penerbitan dilakukan melalui rapat tim

sebagai pedoman untuk mengontrol proses penerbitan. Rapat tersebut

¹³³ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹³⁴ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

membahas jadwal, tema buku, dan target penerbitan setiap semester. Selain karya siswa, karya kyai juga menjadi bagian dari penerbitan, dengan tim penerbitan membantu dalam proses editing hingga siap diterbitkan.

Pernyataan yang mendukung dijelaskan oleh Ibu Dewi selaku tim penerbitan bahwa:

“Produksi penerbitan kita mencakup karya kyai dan karya siswa mas. Karya kyai bersifat kondisional, sedangkan untuk siswa, perencanaannya dibahas di awal rapat. Dalam rapat, kita menentukan tema sesuai jenjang, misalnya cerita imajinasi, fabel, akhlak, atau kehidupan pesantren. Jika dari kita sepakat kelas 10 sepakat memilih tema kehidupan pesantren, maka itu yang digunakan, yang penting tidak membuat tema tentang percintaan mas. Begitu juga dengan kelas 11 dan 12, mereka menentukan tema yang disepakati untuk diterbitkan.”¹³⁵

Hal diatas juga diperkuat oleh pernyataan dari Ibu Ocha selaku guru bahasa Indonesia bahwa:

“Perencanaan iya mas, saya kan yang membimbing siswa untuk pembuatan karya itu. jadi yang awalnya pembelajaran seperti biasa, lalu dikasi teori mengenai tema” penerbitan yang telah di sepakati oleh tim penerbitan.”¹³⁶

Dari pernyataan tersebut bahwa proses perencanaan tim penerbitan dilakukan secara kolaboratif melalui rapat awal, di mana tim membahas tema, target, dan jadwal penerbitan untuk setiap semester. Tema yang dipilih disesuaikan dengan materi pembelajaran pada jenjang kelas tertentu. Selain itu, guru juga membimbing siswa dengan memberikan teori terkait tema yang telah disepakati, agar karya yang dihasilkan selaras dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

¹³⁵ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

¹³⁶ Ibu Ocha, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Januari 2025.

Dilanjutkan mengenai perencanaan pemasaran oleh Bapak

Fahmi selaku pembina penerbitan yang menjelaskan bahwa:

“Perencanaan pemasaran ini penting mas, karena bagaimana nantinya agar orang lain itu tau mengenai hasil penerbitan yang ada di Nuris, bagaimana orang-orang itu beli kalau ndak tau.”¹³⁷
Pernyataan serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang

mengatakan bahwa:

“Strategi pemasaran itu pastinya harus ada perencanaan terlebih dahulu mas, seperti produk bacaannya kita kan memilih yang mau di terbitkan hasil karya siswa itu yang menarik dan ada pembelajaran yang dapat diambil agar produk bacaannya itu menarik konsumen, tempat menerbitkan bukunya, terkait harganya juga yang sesuai itu kita rencanakan, promosinya melalui apa. Hal tersebut kan perlu adanya perencanaan mas.”¹³⁸
Pernyataan yang mendukung dijelaskan oleh Ibu Dewi selaku

tim penerbitan bahwa:

“Terkait perencanaan pemasaran ini tujuannya kan agar pihak luar itu tau kalau santri Nuris itu bisa mencetak karya seperti ini ya dan agar bisa termotivasi buat sekolah luar.”¹³⁹
Dari pernyataan tersebut bahwa Perencanaan strategi pemasaran

di Pondok Pesantren Nurul Islam penting untuk memperkenalkan dan meningkatkan penjualan hasil penerbitan. Hal ini meliputi pemilihan produk, penetapan harga, serta strategi promosi agar karya santri dikenal luas dan menginspirasi sekolah lain.

Dilanjutkan mengenai perencanaan Sumber daya manusia oleh

Bapak Fahmi selaku pembina penerbitan yang menjelaskan bahwa:

“Untuk sumber daya manusianya ini gini mas, dulu itu kan memanfaatkan lomba internal tanpa adanya bimbingan guru. Jadi kalau dulu itu kurang bagus untuk diterbitkan karya-karyanya siswa sebelum adanya pendampingan dari guru. Untuk

¹³⁷ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹³⁸ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

¹³⁹ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

sekarang kita rencanakan sumber daya manusianya dengan masuk ke pelajaran mas.”¹⁴⁰

Pernyataan serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang

mengatakan bahwa:

“Sekarang kita masukkan ke pelajaran mas terkait perencanaan SDMnya ini, nah itu kan masuk di pembelajaran guru menyampaikan pelajaran terlebih dahulu, lalu di sampaikan dulu materi akhlak atau kehidupan pesantren gini-gini. Selanjutnya ada penugasan sampai membentuk sebuah karya.”¹⁴¹

Pernyataan lain oleh Ibu Ocha selaku guru bahasa Indonesia

yang mengatakan bahwa:

“Mereka itu kan dilatih untuk menjadi penulis mas, kalau dari ilmu dasarnya mereka ndak punya kan tidak akan jadi penulis. Jadi saya rencanakan SDMnya ke mereka ini bahwa setiap dari kalian pasti mampu menulis.”¹⁴²

Dari pernyataan tersebut bahwa perencanaan sumber daya manusia kini difokuskan pada pembimbingan yang terintegrasi ke dalam pembelajaran. Pendekatan ini dirancang untuk melatih siswa menjadi penulis dengan membangun dasar ilmu yang kuat dan keyakinan bahwa setiap siswa memiliki kemampuan untuk menulis.

Dari hasil wawancara diatas diperoleh Kesimpulan bahwa perencanaan subsektor penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam dilakukan secara tersusun, mencakup produksi, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Produksi penerbitan dilakukan melalui rapat kolaboratif untuk menentukan tema, target, dan jadwal yang disesuaikan dengan materi pembelajaran. Guru memberikan bimbingan agar karya siswa selaras dengan tema yang disepakati.

¹⁴⁰ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁴¹ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

¹⁴² Ibu Ocha, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Januari 2025.

Dalam pemasaran, perencanaan difokuskan pada pemilihan produk yang menarik, tempat nerbitkannya, penentuan harga, dan strategi promosi untuk memastikan produk dikenal Masyarakat luar. Sementara itu, pengembangan sumber daya manusia diarahkan pada pembimbingan dalam pembelajaran untuk melatih siswa menjadi penulis yang kompeten dan percaya diri. Semua aspek ini saling mendukung untuk menghasilkan produk berkualitas.

b. Tahap Implementasi Strategi

Dalam hal ini untuk mengetahui implementasi strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, maka penulis mencoba untuk mengetahui melalui Analisa yang dilakukan pada saat wawancara dan observasi dengan beberapa strategi yaitu:

1) Strategi Produksi

Strategi produksi merupakan strategi yang mengelola sumber daya menjadi produk bernilai dengan prinsip halal, transparan, dan bermanfaat. Dalam penerbitan, ini berarti menghasilkan karya berkualitas yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, mendidik, dan memberi manfaat bagi masyarakat. Sebagaimana penjelasan Bapak Fahmi selaku Pembina Penerbitan bahwa:

“Mengenai produksi, kami pastinya mencetak buku yang temanya bermanfaat bagi pembaca mas, asalkan tidak tentang percintaan. Kan setiap kelas itu kita pilih 7 karya terbaik yang di dalamnya mengandung pembelajaran yang dapat diambil, terus digabungkan mas. Jadi produksi kita itu ngitung dengan

target, target kita itu dari setiap jenjang 2 buku, berarti ada 6 dalam 1 semester.”¹⁴³

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Ocha selaku guru

bahasa Indonesia yang mengatakan bahwa:

“Setiap 1 siswa dalam semester itu 1 karya mas, kan dalam setiap kelas itu siswanya terdiri dari 30an anak. Jadi, saya pilih dari siswa itu 7 karya terbaik terus digabungkan jadi 1 buku, setelah itu saya setorkan ke tim penerbitan.”¹⁴⁴

Dari pernyataan tersebut bahwa dalam proses produksi buku, setiap karya dari siswa harus memiliki manfaat dan nilai pembelajaran bagi pembaca, jadi tidak asal-asalan. Untuk itu, dari setiap kelas dipilih 7 karya terbaik yang kemudian digabungkan menjadi satu buku. Proses penerbitan ini juga mengikuti target yang telah ditentukan, yaitu setiap jenjang harus menghasilkan 2 buku.

Pernyataan yang mendukung oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Untuk Produksi, pertama kita kan mengambil data, lalu data diambil dari tugas siswa, naik ke guru, lalu naik ke tim penerbitan. Jadi memfinalisasi, setelah final baru diterbitkan mas. Alhamdulillah kemaren ini kita menerbitkan buku sesuai dengan target kita mas. Lalu ditambah karya kyai itu juga ada, kalau kyai itu bukunya nerbitkan buku tentang akhlak, fiqih dan majemuk nya santri mas.”¹⁴⁵

Pernyataan serupa oleh Ibu Dewi selaku tim penerbitan yang

mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah kita berhasil menerbitkan 6 buku siswa sesuai dengan target mas. Selain itu, kita juga menerbitkan karyanya kyai seperti buku aqidah, Hujjah NU, terjemah kitab tarbiatus sibyan, fiqih tradisional, dan kitab majemuk 6S.”¹⁴⁶

¹⁴³ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁴⁴ Ibu Ocha, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Januari 2025.

¹⁴⁵ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

¹⁴⁶ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

Gambar 4.4
Buku karya santri dan karya kyai



Sumber: Dokumentasi Pondok Pesantren Nuris

Dari hasil wawancara diatas diperoleh Kesimpulan bahwa produksi buku dilakukan secara sistematis, dimulai dari pengumpulan data melalui tugas siswa, kemudian diseleksi oleh guru sebelum difinalisasi oleh tim penerbitan. Setiap karya siswa yang diterbitkan memiliki manfaat dan nilai pembelajaran, sehingga tidak dipilih secara asal-asalan. Dalam satu semester, target penerbitan adalah 6 buku dari siswa, dengan setiap jenjang menghasilkan 2 buku. Beberapa contoh buku yang berhasil diterbitkan dari siswa seperti buku karya ilmiah remaja, buku standardisasi pesantren, dan buku moderasi santri. Selain itu juga karya yang diterbitkan oleh kyai, yang berfokus pada tema akhlak, aqidah, terjemah kitab dan majemuk santri. Dari pernyataan diatas produksi penerbitan buku yang ada di Pondok Pesantren Nurul Islam berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

2) Strategi bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran adalah rencana untuk mengoptimalkan hasil yang maksimal dengan menerapkan pemasaran, yang mencakup strategi produk, harga, lokasi, dan promosi pada pasar yang ditargetkan.

a. Strategi Produk

Dibawah ini adalah hasil wawancara dengan informan terkait strategi pemasaran produk yang diterapkan dalam subsektor penerbitan. Sebagaimana penjelasan oleh bapak Fahmi selaku Pembina penerbitan bahwa:

“Gini mas mengenai pemasaran produk penerbitan disini kan ada karyanya santri dan karyanya kyai. Karya santri disini ini tidak difokuskan untuk dijual ke masyarakat luar. Namun kebanyakan santri, wali santri, atau alumni ini menghubungi saya kalau ingin membeli karyanya mereka mas, tentu kami tetap menjualnya. Berbeda dengan karyanya kyai mas, buku-bukunya dijual ke masyarakat luas karena berisi ilmu keagamaan seperti Aqidah, akhlak, dan terjemahannya kitab.”¹⁴⁷

Dari pernyataan tersebut bahwa terdapat perbedaan dalam strategi pemasaran antara karya santri dan karya kyai di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember. Karya santri lebih difokuskan untuk internal pesantren, dengan penjualan kepada santri, wali santri, dan alumni yang menginginkannya. Sementara itu, karya kyai dipasarkan lebih luas ke masyarakat umum karena berisi ilmu keagamaan, seperti aqidah, akhlak, dan terjemahan kitab.

¹⁴⁷ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

Pernyataan yang serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Kita ndak sampe menjual karyanya santri sampe diluar sih mas, jadi cukup di Nuris aja, dari santri, wali santri, dan alumni ini alhamdulillah banyak yang beli mas. Kita kan pernah diundang seminar di UNEJ atau melakukan sosialisasi disekolah-sekolah, jadi kita lebih sering ngasih produk penerbitannya anak-anak ini sebagai bingkisan mas. Tetapi yang dijual di Masyarakat luar itu ya karyanya kyai kalau disini mas.”¹⁴⁸

Pernyataan yang mendukung oleh ibu Dewi selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Kita kan tidak menjualbelikan diluar ya mas, karena tujuan kita ini agar membuat anak-anak lebih kreatif, kemudian ketika karya mereka dicetak pasti kan ada rasa bangga tersendiri, Sehingga santri atau keluarganya biasanya menghubungi kami untuk membeli hasil karyanya. Kalau produk penerbitan karya kyai dijual tidak hanya di lingkungan pesantren, tetapi juga melalui marketplace agar lebih mudah diakses oleh masyarakat.”¹⁴⁹

Dari hasil wawancara diatas diperoleh Kesimpulan bahwa

karya santri di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember lebih difokuskan untuk mengembangkan kreativitas santri, dengan penjualan kebanyakan yang beli kalangan internal seperti santri, wali santri, dan alumni. Selain itu, karya santri juga dipromosikan dalam acara seminar untuk menginspirasi sekolah-sekolah lain tentang kemampuan santri dalam menghasilkan karya penerbitan. Sebaliknya, karya kyai dipasarkan lebih luas karena berisi ilmu keagamaan yang bermanfaat untuk masyarakat umum.

¹⁴⁸ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

¹⁴⁹ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

b. Strategi Harga

Dibawah ini adalah hasil wawancara dengan informan terkait strategi pemasaran harga yang diterapkan dalam subsektor penerbitan. Sebagaimana penjelasan oleh bapak Fahmi selaku Pembina penerbitan bahwa:

“Mengenai harga kami mempertimbangkan keterjangkauan bagi santri mas, buku karyanya santri ini mulai dari harga Rp10.000 hingga Rp20.000. Harga ini ditetapkan agar santri atau wali santri bisa dengan mudah membelinya. Kalau buku karyanya kyai dijual dengan harga Rp15.000 hingga Rp50.000. Harga ini disesuaikan dengan kedalaman isi keilmuan dan tebal bukunya mas.”¹⁵⁰

Pernyataan yang serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Buku hasil karya santri ini memang dijual murah mas dengan harga Rp10.000 hingga Rp20.000, karena isinya kumpulan cerpen dan esai Islami. Lalu untuk buku karyanya kyai ini disesuaikan dengan ketebalan dan isi keilmuannya mas, seperti majmu ini kami menjual dengan harga 15.000 mas karena memang tipis dan kecil mas.”¹⁵¹

Pernyataan yang mendukung oleh ibu Dewi selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Karena itu karyanya santri sendiri, jadi kami menetapkan harga yang terjangkau mas. Kalau untuk karyanya kyai ini kan dijual di luar juga mas, jadi kami menyesuaikan harga dengan nilai keilmuan dan pasar yang lebih luas.”¹⁵²

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh Kesimpulan bahwa strategi Penentuan harga buku di Pondok Pesantren Nurul

¹⁵⁰ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁵¹ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

¹⁵² Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

Islam didasarkan pada keterjangkauan bagi santri dan nilai keilmuan dari isi buku. Buku karya santri dijual dengan harga Rp10.000 hingga Rp20.000 agar mudah dibeli oleh keluarga Pondok Pesantren, karena isinya berupa kumpulan cerpen dan esai Islami. Sementara itu, buku karya kyai dijual dengan harga Rp15.000 hingga Rp50.000, tergantung pada ketebalan dan kedalaman isi keilmuannya.

c. Strategi Tempat

Dibawah ini adalah hasil wawancara dengan informan terkait strategi tempat yang diterapkan dalam subsektor penerbitan. Sebagaimana penjelasan oleh bapak Fahmi selaku Pembina penerbitan bahwa:

“Gini mas, kita yang merancang produksi semuanya di Pondok Nuris sini, lalu untuk nerbitkannya ini dijagat literasi dimalang, jadi mereka yang dimalang itu memproses gimana caranya agar dapat ISBN. Setelah selesai langsung dikirim disini mas. Dari sini mengkontribusikan tempatnya itu di perpustakaan, di kesekretariatan, dan di marketplace.”¹⁵³

Pernyataan yang serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Kami memproduksi di Nuris mas dan bekerja sama dengan Jagat Literasi Malang untuk menerbitkan. Setelah bukunya tiba, kami menaruhnya di perpustakaan agar santri mudah membaca dan tertarik membeli. Selain itu, untuk karya kyai kami juga menempatkan pemasarannya di toko-toko yang ada di pasar tanjung dan marketplace mas.”¹⁵⁴

¹⁵³ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁵⁴ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

Pernyataan yang mendukung oleh ibu Dewi selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Karena target pasar kami untuk karya santri adalah kalangan santri terlebih dahulu, lalu wali santri dan alumni, jadi kami menaruhnya di perpustakaan agar lebih mudah diakses. Sementara itu, buku karya kyai kami juga menaruh di pasar tanjung dan menjualnya melalui marketplace agar jangkauannya lebih luas.”¹⁵⁵
 Dari hasil wawancara tersebut diperoleh Kesimpulan

bahwa Pondok Pesantren Nurul Islam menerapkan strategi tempat yang efektif sesuai dengan sasaran pembaca. Produksi buku dilakukan di pesantren, sementara penerbitannya bekerja sama dengan Jagat Literasi Malang untuk memperoleh ISBN. Setelah buku selesai, buku tersebut akan ditempatkan di perpustakaan untuk meningkatkan minat membaca para santri. Jika santri ingin membeli buku tersebut, mereka membelinya di kesekretariatan. Namun, untuk buku karya kyai di distribusikan di toko-toko pasar tanjung dan melalui marketplace.

d. Strategi Promosi

Dibawah ini adalah hasil wawancara dengan informan terkait strategi tempat yang diterapkan dalam subsektor penerbitan. Sebagaimana penjelasan oleh bapak Fahmi selaku Pembina penerbitan bahwa:

“Untuk strategi promosinya kita upload di web Pesantren mas, ini kan karya dari siswa, jadi kita mempromosikannya ke siswa terlebih dahulu. Setelah itu ke wali murid dengan mengeshare ke grub whatsapp

¹⁵⁵ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

karena rata-rata disini kan sudah punya grub WA sendiri dari wali kelas ke wali murid. Untuk yang alumni kita ngeshare ke grub ikatan alumni yaitu iman. Lalu untuk karyanya kyai kita promosikan di shoope dan Instagram mas.”¹⁵⁶

Pernyataan yang serupa oleh Ibu Putri selaku tim

penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Promosi yang pertama pasti ke siswanya dulu mas, nanti bisa dari siswa itu bilang ke orang tuanya misalkan mau pesan menghubungi pak fahmi. Kemudian promosi kedua kita pasti lewat websate nya Pondok Pesantren Nuris. Kalau untuk karyanya kyai selain di promosikan di web, kita juga ada Instagramnya Nuris store dan di shoope mas.”¹⁵⁷

Tambahan oleh Ibu Dewi selaku tim penerbitan yang

mengatakan bahwa:

“Kalau ada bazar di sekitar Pondok Pesantren sini itu juga pasti menjual karya dari kyai maupun karya dari siswa mas.”¹⁵⁸

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh Kesimpulan

bahwa strategi promosi subsektor penerbitan di Pondok Nurul

Islam dengan di upload di web Pesantren, lalu memperkenalkan

karya kepada siswa, yang kemudian menyampaikan informasi

kepada orang tua mereka dengan mengeshare lewat grub

whatsaap wali murid. Bagi alumni, promosi dilakukan melalui

grup Ikatan Alumni (IMAN). Selain itu, karya kyai juga

dipromosikan melalui website Pondok Pesantren Nuris, Instagram

Nuris Store, dan Shopee sebagai platform pemasaran online.

¹⁵⁶ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁵⁷ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

¹⁵⁸ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

3) Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi Pengembangan SDM adalah upaya terencana perusahaan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai aset utama demi tercapainya tujuan.

Sebagaimana penjelasan oleh bapak Fahmi selaku Pembina penerbitan bahwa:

“Mereka dikasih materi dulu, baru di akhir itu didampingi oleh guru untuk menulis sebuah karya, jadi peningkatan SDMnya melalui itu mas. Yang kedua yaitu melalui pelatihan eksternal dan pelatihan internal. Contohnya, kemaren kita mengirim 30 siswa untuk melakukan pelatihan menulis di UNEJ yang mengadakan Balai Bahasa, jadi peningkatan SDMnya juga melalui pelatihan-pelatihan.”¹⁵⁹

Pernyataan yang serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Kita ada pendampingan sih mas setiap anak-anak ini membuat karya, karena tim penerbitan ini kan bagian ngajar bahasa Indonesia juga mas. Selain itu kita juga melakukan pelatihan-pelatihan yang mendatangkan narasumber dari luar mas.”¹⁶⁰

Peningkatan Sumber Daya Manusia dalam bidang penerbitan dilakukan melalui dua pendekatan utama. Pertama, siswa diberikan materi terlebih dahulu sebelum didampingi oleh guru untuk menulis karya, sehingga mereka dapat mengasah keterampilan menulis secara bertahap. Kedua, peningkatan SDM juga dilakukan melalui pelatihan internal dan eksternal.

¹⁵⁹ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁶⁰ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

Pernyataan yang mendukung oleh Ibu Dewi selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Yang pertama saya tanamkan imajinasinya terlebih dahulu mas, seperti melalui cerita-cerita yang saya sampaikan dan saya juga bawa contoh-contoh karya dari kakak kelasnya. Jadi anak-anak ini saya bimbing satu-satu mas ketika membuat karya.”¹⁶¹

Pernyataan lain oleh ibu Ocha selaku guru Bahasa Indonesia yang mengatakan bahwa:

“Mereka itu diawal dikasih tau dulu, kamu itu pengen buat karya yang seperti apa, jadi mereka itu harus bisa menyampaikan apa yang akan dibuat. Nah kalau mereka ndak bisa, kita kasih suatu Gambaran dahulu mereka itu potensinya ke arah mana.”¹⁶²

Dengan memahami hal tersebut, guru Bahasa Indonesia dapat memberikan arahan dan bimbingan yang tepat sehingga anak-anak dapat menghasilkan karya yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh Kesimpulan bahwa strategi sumber daya manusia dalam sektor penerbitan yaitu untuk memahami dan mengembangkan potensi sumber daya manusia (SDM) dalam menciptakan sebuah karya penerbitan melalui beberapa cara. Pertama, dengan memberikan materi dan pendampingan oleh guru dalam proses penulisan karya. Kedua, melalui pelatihan eksternal dan internal untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan. Ketiga, menanamkan imajinasi dan memberikan contoh karya sebagai inspirasi. Semua strategi ini

¹⁶¹ Ibu Dewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025.

¹⁶² Ibu Ocha, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Januari 2025.

bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM dalam menghasilkan karya yang baik dan berkualitas.

c. Tahap Pengendalian Strategi

Tahap Pengendalian adalah langkah terakhir dalam proses manajemen strategi. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran untuk menilai sejauh mana hasil dari pelaksanaan strategi yang telah diterapkan. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, efektif, dan memberikan hasil yang optimal.

Sebagaimana penjelasan oleh bapak Fahmi selaku Pembina penerbitan bahwa:

“Untuk saat ini alhamdulillah berjalan dengan lancar mas, baik produksi dari karya siswa maupun karya dari kyai, kita sudah mencapai target dari setiap semesternya, pemasarannya terhadap keluarga pesantren maupun Masyarakat luas ini juga sudah banyak yang beli. Namun yang menjadi evaluasi itu biasanya proses penerbitan ISBN ini kadang molor mas.”¹⁶³

Pernyataan yang serupa oleh Ibu Putri selaku tim penerbitan yang mengatakan bahwa:

“Kita sudah mencapai target sih mas untuk saat ini, terkait produksinya maupun pemasarannya, Untuk siswanya ini sudah tidak ada masalah, soalnya ini kan masuk dalam Pelajaran, jadi prosesnya 3 bulan itu sudah selesai mas.”¹⁶⁴

Pernyataan yang mendukung oleh Ibu Ocha selaku guru

Bahasa Indonesia mengatakan bahwa:

“Untuk Siswa alhamdulillah menjadi lebih terarah dalam menentukan ide karya yang ingin dibuat karena sejak awal mereka dibimbing untuk menggali potensi dan minatnya mas.

¹⁶³ Bapak Fahmi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2024.

¹⁶⁴ Ibu Putri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 28 Desember 2024.

Namun siswa yang laki ini kadang yang sering males, jadi kebanyakan hasil karya yang cewe yang bagus mas.”¹⁶⁵

Dari hasil wawancara diatas diperoleh Kesimpulan bahwa produksi dan pemasaran karya siswa maupun kyai telah berjalan lancar dan mencapai target setiap semester. Program kepenulisan karya yang masuk dalam pelajaran sudah bisa menyelesaikan karya dalam tiga bulan. Siswa juga lebih terarah dalam menentukan ide. Namun, terdapat kendala dalam proses penerbitan ISBN yang kadang mengalami keterlambatan, serta kurangnya motivasi siswa laki-laki yang malas dibandingkan siswa perempuan, sehingga hasil karyanya lebih menonjol siswa perempuan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menyajikan temuan dalam bentuk pembahasan. Data yang disampaikan mencerminkan pemikiran serta berbagai permasalahan yang muncul selama penelitian. Lalu kajian teori akan dibahas pada bagian selanjutnya.

1. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Subsektor Pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

a. Formulasi Strategi

Dalam Manajemen Strategi Islam, perumusan strategi tidak hanya berorientasi pada kesuksesan duniawi, tetapi juga

¹⁶⁵ Ibu Ocha, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Januari 2025.

mempertimbangkan keberkahan akhirat dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah. Strategi yang dirancang harus sejalan dengan ketakwaan kepada Allah SWT dan tidak menggunakan cara yang haram.¹⁶⁶ Prinsip ini tercermin dalam strategi pengembangan subsektor pertunjukan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.

Dari data dilapangan, ditemukan bahwa perencanaan dalam strategi pertunjukan gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah dimulai dengan berdiskusi perorangan antara Pembina dengan pelatih untuk menetapkan tujuan agar sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti menentukan lagu, jumlah dan peran pemain berdasarkan kebutuhan syariah, dan menumbuhkan jiwa karakter dakwah kepada santri. Selain itu, seleksi santri tidak hanya mempertimbangkan kemampuannya, tetapi juga semangat belajar dan komitmen, mencerminkan bahwa strategi pengembangan ini tidak hanya berbasis kompetensi duniawi tetapi juga menjaga nilai-nilai moral.

Dalam praktik ada 3 teori strategi fungsional dalam perumusan strategi yang akan diterapkan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember:

- 1) Strategi Fungsional Produksi yaitu mengutamakan pada pengembangan kualitas pertunjukan, perencanaan latihan, dan produksi lagu yang sesuai dengan prinsip syariah.

¹⁶⁶ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 105-106.

2) Strategi Fungsional Bauran Pemasaran yaitu Menyusun pemasaran produk yang sesuai, tempat pembuatan konten, strategi promosi yang halal, dan penetapan harga yang adil.

3) Strategi Fungsional Sumber Daya Manusia yaitu dengan pengembangan santri yang memiliki semangat belajar tinggi, memiliki karakter dakwah dalam seni, dengan pembinaan yang berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan para santri.

Dari keterkaitan ini, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan rencana yang akan di terapkan, tetapi juga untuk menjaga keberkahan dan keberlanjutan ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan serangkaian aktivitas dan keputusan yang dibutuhkan untuk merealisasikan rencana strategis. Inti dari proses ini adalah tindakan nyata dalam menjalankan strategi yang telah dirancang sebelumnya. Penelitian mengenai strategi yang diterapkan dalam subsektor pertunjukan untuk pengembangannya dapat terklasifikasikan dalam tiga jenis strategi, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Salim Usman dalam bukunya.¹⁶⁷ Adapun strategi tersebut dijelaskan oleh peneliti sebagai berikut:

¹⁶⁷ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 203.

1) Strategi Produksi

Strategi operasional/produksi adalah strategi untuk mengubah sumber daya yang ada menjadi hasil yang bernilai. Dalam manajemen strategis syariah, strategi operasional/produksi harus tetap mengikuti aturan yang sesuai dengan ketentuan syariah dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Hal ini meliputi menjalankan bisnis dengan cara yang baik dan benar, memilih jenis usaha yang halal dan bermanfaat bagi masyarakat, serta memastikan produk yang dihasilkan berkualitas dan halal.¹⁶⁸

Sedangkan dilapangan, strategi produksi dalam pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember diterapkan dengan menetapkan target produksi lagu yang jelas, yakni dua lagu baru per bulan untuk gamelan hadrah dan satu lagu baru per minggu untuk pertunjukan hadrah. Selain itu, strategi produksi pertunjukan juga berfokus pada nilai dakwah yang disampaikan kepada masyarakat, di mana lirik lagu yang diciptakan mengandung pesan religi seperti pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW. Selaras dengan teori prinsip manajemen strategis syariah, upaya menjaga kualitas produksi juga dilakukan melalui perawatan alat, seperti menjemur rebana agar tetap kencang dan mengecat ulang alat gamelan untuk mencegah karat.

¹⁶⁸ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 110.

Dari keterkaitan antara teori dan praktik ini, ditemukan bahwa strategi-strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren tidak hanya bertujuan meningkatkan produktivitas pertunjukan, tetapi juga memastikan bahwa proses dan hasilnya sesuai dengan syariat Islam, bernilai dakwah terhadap masyarakat, serta berkelanjutan dalam jangka panjang. Jadi, teori strategi pengembangan produksi dengan strategi pengembangan pada subsektor pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember sama.

2) Strategi Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran syariah adalah serangkaian rencana dan tindakan untuk memasarkan produk dan jasa dengan menggunakan bauran pemasaran (4-P), yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu memastikan sumber, produk, dan cara pemasaran yang digunakan

halal, baik, dan tidak merugikan pelanggan.¹⁶⁹

a. Strategi Produk

Strategi produk berfokus pada pemilihan produk yang sesuai dengan target pasar dengan memastikan kualitas, kepuasan pelanggan, layanan penjualan, serta membangun dan menjaga citra produk.¹⁷⁰

Sedangkan dilapangan dalam pertunjukan Nuris van java dan pertunjukan hadrah, menyesuaikan penampilan mereka

¹⁶⁹ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 112.

¹⁷⁰ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 113.

dengan kebutuhan pengundang. Nuris van Java sering diundang dalam berbagai acara, termasuk sholawatan, pernikahan, dan festival budaya, serta memberikan kebebasan kepada pengundang dalam menentukan konsep lagu. Begitu pula dengan pertunjukan hadrah Nuris, yang menyesuaikan dengan keinginan pengundang terkait lagu-lagu yang akan ditampilkan di acaranya.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Lisa Nursita yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Pedagang Suku Jawa” yang menjelaskan bahwa Menerapkan prinsip ekonomi kreatif dengan fokus utama pada kualitas produk agar pelanggan puas terhadap produknya.¹⁷¹

Dari keterkaitan ini, ditemukan bahwa strategi produk dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren tidak hanya bertujuan menghasilkan pertunjukan berkualitas, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan dengan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Jadi, teori strategi pemasaran produk dengan strategi pengembangan pada subsektor pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember sama.

¹⁷¹ Lisa Nursita, Nur Hidayanti, and Muh Givary Suriyono, ‘Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Pedagang Suku Jawa’, *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 8, no. 4 (11 November 2022): 1323, <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1012>.

b. Strategi Harga

Strategi dalam pandangan manajemen modern maupun manajemen syariah, harga yang adil adalah harga yang sesuai dengan mekanisme pasar.¹⁷²

Sedangkan dilapangan prinsip ini tercermin dalam strategi penentuan harga pertunjukan Nuris van java dan pertunjukan hadrah Nuris, yang tidak menetapkan harga tetap untuk setiap penampilan mereka. Karena masih dalam naungan pesantren, Nuris van Java berusaha menyesuaikan biaya dengan kemampuan pengundang, yang mana Sampe sejauh ini bisyaroh yang pernah diterima dapetnya paling kecil Rp.500.000 dan yang paling besar dapet Rp.2.000.000, sementara pertunjukan hadrah Nuris mengikuti arahan kyai agar tidak terlalu mengharapkan imbalan dalam sholawatan, sehingga bisyaroh yang pernah diterima diserahkan sepenuhnya kepada keikhlasan pihak pengundang, yang mana selama ini mereka dapet dari undangan paling kecil itu Rp.350.000. dan paling besar dapet Rp.1.000.000.

Dari keterkaitan ini, ditemukan bahwa strategi harga dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren ini lebih mengutamakan nilai keberkahan dan dakwah dibandingkan keuntungan semata, dengan tetap mempertimbangkan keseimbangan antara kelangsungan seni pertunjukan dan prinsip

¹⁷² Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 113.

keikhlasan dalam syariah. Jadi, teori strategi pemasaran harga dengan strategi pengembangan pada subsektor pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pesantren Nurul Islam Jember sama.

c. Strategi Tempat

Dalam manajemen modern, strategi pemilihan tempat (place/distribusi) mencakup lebih dari sekadar pasar fisik, karena saat ini banyak pula pasar online di dunia maya (pasar virtual). Hal ini tidak menjadi masalah, karena Islam mengajarkan bahwa inti dari pasar dalam perdagangan adalah terwujudnya transparansi, adanya kesepakatan atau keridhaan antara pihak-pihak yang terlibat, serta ijab qabul (penawaran dan penerimaan).¹⁷³

Sedangkan dilapangan dalam strategi tempat pada pertunjukan Nuris van Java dan hadrah Nuris, tetap berada di Pondok Pesantren Nurul Islam. Karena mayoritas pengundang, sekitar 65%, berasal dari keluarga besar pesantren, seperti alumni, guru, dan wali santri. Selain itu, tempat pembuatan konten pertunjukan untuk di promosikan di pasar online diadakan di lokasi seperti Tsani Pondok Pesantren, yang jauh dari jangkauan santri.

Dari keterkaitan ini, bahwa strategi tempat dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pesantren lebih berfokus pada

¹⁷³ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 114.

lingkungan dalam pesantren sebagai pasar utama, karena mayoritas pengundang keluarga Pondok Pesantren, begitu juga dengan tempat pembuatan konten tetap di Pondok Pesantren yaitu di tsani. Jadi, teori strategi pemasaran tempat dengan strategi pengembangan pada subsektor pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pesantren Nurul Islam Jember sama.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah penyampaian informasi tentang produk kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk tersebut. Tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan mengenai produk kepada konsumen melalui berbagai cara, seperti promosi penjualan, iklan, dan publisitas.¹⁷⁴

Jika dikaitkan dengan data temuan dilapangan menunjukkan bahwa pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah strategi promosinya dengan mengupload semua konten dengan memanfaatkan berbagai media sosial, seperti TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, website, dan majalah Nuris. Sedangkan pertunjukan hadrah strategi promosinya diterapkan dengan mengupload video konten ketika latihan, lomba, tampil acara, dan undangan memanfaatkan media sosial juga, seperti melalui Instagram, youtube, Tiktok, dan story WA. Selain itu,

¹⁷⁴ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 115.

pertunjukan hadrah menjadikan keikutsertaan dalam lomba dan pencapaian prestasi sebagai daya tarik tambahan.

Dengan demikian, strategi promosi yang diterapkan sejalan dengan teori yang menekankan pentingnya komunikasi produk melalui berbagai saluran guna menjangkau Masyarakat yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial dan pencapaian prestasi tidak hanya meningkatkan daya tarik pertunjukan, tetapi juga membangun citra dan reputasi yang lebih baik di masyarakat. Jadi, teori strategi pemasaran promosi dengan strategi pengembangan pada subsektor pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pesantren Nurul Islam Jember sama.

3) Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi Pengembangan SDM dalam konsep Manajemen Strategi Islam adalah langkah-langkah yang direncanakan oleh perusahaan untuk membina dan meningkatkan kualitas SDM yang memiliki akhlak mulia sebagai aset utama perusahaan, agar tujuan perusahaan tercapai dengan memberikan manfaat baik untuk dunia maupun akhirat.¹⁷⁵

Sedangkan dilapangan Pertunjukan Nuris van java merekrut santri berbakat di bidang seni dan membagi mereka ke dalam grup putra dan putri, dengan fokus pada pengembangan seni, pembentukan karakter, serta dakwah melalui lagu-lagu Islami.

¹⁷⁵ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 129-130.

Sementara itu, Pertunjukan Hadrah Ashabul Muhyi menerapkan seleksi ketat untuk memilih anggota yang memiliki komitmen tinggi, mendidik mereka agar mencintai sholawat, serta memahami arti dari bacaan dan mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kholifatul Husna Asri yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0” yang menjelaskan bahwa kegiatan dalam meningkatkan sumber daya manusia di pondok pesantren dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan untuk mendukung pengembangannya.¹⁷⁶

Dengan demikian, strategi pengembangan SDM yang diterapkan kedua pertunjukan ini sesuai dengan konsep Manajemen Strategi Islam, di mana pengembangan keterampilan diiringi dengan pendidikan pembentukan karakter Islami guna menciptakan individu yang tidak hanya kompeten dalam bidangnya, tetapi juga berakhlak mulia dan mampu menyebarkan nilai-nilai Islam melalui seni. Jadi, teori strategi sumber daya manusia dengan strategi pengembangan pada subsektor pertunjukan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pesantren Nurul Islam Jember sama.

¹⁷⁶ Kholifatul Husna Asri, ‘Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0’, ALIF 1, no. 1 (15 June 2022): 17–26, <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.710>.

c. Pengendalian Strategi

Pengendalian adalah proses untuk memantau, menilai, dan melaporkan pelaksanaan rencana strategi serta kemajuan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pandangan Islam, pengendalian dilakukan untuk memperbaiki kesalahan, meluruskan yang tidak benar, dan mengarahkan kembali ke jalan yang benar. Tahap Pengendalian adalah langkah terakhir dalam proses manajemen strategis. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran untuk menilai sejauh mana hasil dari pelaksanaan strategi yang telah diterapkan.¹⁷⁷

Jika dikaitkan dengan data temuan dilapangan menunjukkan bahwa strategi pertunjukan Nuris van Java telah mencapai target dengan keberhasilan dalam menyebarkan dakwah melalui seni dan sering diundang masyarakat, meskipun ada kendala ketika anggota berhalangan hadir. Begitu pula, pertunjukan hadrah telah memenuhi target peningkatan kualitas anggota dan prestasi dalam lomba, tetapi masih menghadapi keterbatasan alat yang sedang diajukan ke pesantren. Dengan demikian, evaluasi strategi menunjukkan bahwa kedua pertunjukan telah berjalan sesuai strategi yang telah dijalankan, meskipun masih ada aspek yang perlu ditingkatkan untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program secara optimal.

¹⁷⁷ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 209-214.

2. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Subsektor Penerbitan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

a. Formulasi Strategi

Dalam Manajemen Strategi Islam, perumusan strategi tidak hanya berorientasi pada kesuksesan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan keberkahan akhirat dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah. Strategi, taktik, dan cara-cara untuk memenangkan persaingan yang dirancang harus berlandaskan ketakwaan kepada Allah SWT dan tidak menggunakan cara yang haram.¹⁷⁸

Dalam perumusan strategi penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember dirancang secara sistematis melalui perencanaan yang matang. Proses perencanaan produksi penerbitan dilakukan secara kolaboratif melalui rapat tim penerbitan yang membahas jadwal, tema buku, dan target penerbitan setiap semester. Selain karya siswa, karya kyai juga diterbitkan dengan dukungan tim penerbitan dalam proses pengetikan dan editing hingga siap dicetak. Strategi pemasaran pun dirancang untuk memperkenalkan dan meningkatkan penjualan hasil penerbitan dengan pemilihan produk yang tepat, tempat penerbitan, penetapan harga yang strategis, serta promosi agar karya santri dan karya kyai dapat dikenal lebih luas. Sementara itu, pengembangan SDM

¹⁷⁸ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 105-106.

dilakukan dengan melatih siswa agar menjadi penulis yang kompeten dan percaya diri.

Dengan demikian, strategi penerbitan yang akan diterapkan tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan karya yang berkualitas, tetapi juga memastikan bahwa setiap prosesnya berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan serangkaian aktivitas dan keputusan yang dibutuhkan untuk merealisasikan rencana strategis. Inti dari proses ini adalah tindakan nyata dalam menjalankan strategi yang telah dirancang sebelumnya. Penelitian mengenai strategi yang diterapkan dalam subsektor penerbitan untuk pengembangannya dapat terklasifikasikan dalam tiga jenis strategi, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Salim Usman dalam bukunya.¹⁷⁹ Adapun strategi

tersebut dijelaskan oleh peneliti sebagai berikut:

1) Strategi Produksi

Strategi produksi adalah strategi untuk mengubah sumber daya yang ada menjadi hasil yang bernilai. Strategi ini berkaitan erat dengan proses produksi, pengelolaan peralatan dan fasilitas, serta sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Dalam manajemen strategis syariah, strategi operasional/produksi harus tetap mengikuti aturan yang sesuai dengan ketentuan syariah dan

¹⁷⁹ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 203.

dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Hal ini meliputi menjalankan bisnis dengan cara yang baik dan benar, memilih jenis usaha yang halal dan bermanfaat bagi masyarakat, serta memastikan produk yang dihasilkan berkualitas, halal, dan memberikan manfaat.¹⁸⁰

Sedangkan dilapangan produksi penerbitan buku di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember dilakukan secara sistematis dengan tahapan pengumpulan data dari tugas siswa, lalu diseleksi oleh guru dengan 7 karya yang terbaik, hingga finalisasi oleh tim penerbitan. Setiap buku yang diterbitkan memiliki nilai pembelajaran dan manfaat, sehingga proses seleksinya dilakukan dengan cermat agar hasilnya berkualitas. Target penerbitan dalam satu semester adalah enam buku dari siswa, dengan setiap jenjang menghasilkan dua buku. Beberapa jenis buku karya siswa yang diterbitkan seperti karya ilmiah remaja, standardisasi pesantren, dan moderasi santri.

Lalu buku karya kyai yang diterbitkan yaitu akhlak, aqidah, terjemah kitab, dan majemuk santri.

Dengan demikian, strategi produksi penerbitan di pesantren ini telah berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan selaras dengan prinsip syariah, memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai akademik, tetapi juga dapat bermanfaat bagi pembacanya. Jadi, teori strategi pengembangan produksi dengan strategi pengembangan pada

¹⁸⁰ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 110.

subsektor penerbitan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pesantren Nurul Islam Jember sama.

2) Strategi Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran syariah adalah serangkaian rencana dan tindakan untuk memasarkan produk dan jasa dengan menggunakan bauran pemasaran (4-P), yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu memastikan sumber, produk, dan cara pemasaran yang digunakan halal, baik, dan tidak merugikan pelanggan.¹⁸¹

a. Strategi Produk

Strategi produk berfokus pada pemilihan produk yang sesuai dengan target pasar dengan memastikan kualitas, kepuasan pelanggan, layanan penjualan, serta membangun dan menjaga citra produk.¹⁸²

Sedangkan dalam penerbitan di Pondok Pesantren Nurul

Islam Jember, di mana produk penerbitan karya santri difokuskan pada pengembangan kreativitas mereka, dengan mayoritas pembeli berasal dari kalangan internal seperti santri, wali santri, dan alumni. Untuk memperluas jangkauan dan memberikan inspirasi, karya produk penerbitan santri juga dipasarkan dalam acara seminar agar sekolah-sekolah lain melihat potensi santri dalam bidang penerbitan dan agar termotivasi. Sementara itu, karya kyai dipasarkan lebih luas karena memiliki daya tarik yang

¹⁸¹ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 112.

¹⁸² Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 113.

lebih luas karena tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan pesantren, tetapi juga bagi masyarakat umum dalam memahami dan mengamalkan ajaran Islam dengan benar.

Dengan demikian, teori strategi pemasaran produk sudah menekankan pemilihan pasar yang tepat, peningkatan kualitas, dan perluasan jangkauan pasar yang telah diterapkan dalam praktik penerbitan di pesantren. Hal ini menunjukkan bahwa strategi produk yang digunakan telah sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan target pasar.

b. Strategi Harga

Konsep harga yang adil dalam manajemen modern maupun manajemen syariah menekankan pada kesesuaian harga dengan mekanisme pasar, di mana harga harus mencerminkan nilai produk serta tetap terjangkau bagi konsumen. Prinsip ini tercermin dalam strategi penentuan harga buku di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, yang mempertimbangkan keterjangkauan bagi santri serta nilai keilmuan dari isi buku bagi masyarakat.¹⁸³

Dalam praktik di lapangan, buku karya santri dijual dengan harga yang lebih murah, berkisar antara Rp10.000 hingga Rp20.000, agar dapat dengan mudah dibeli oleh santri, wali santri, dan alumni. Hal ini sesuai dengan isi buku yang umumnya berupa

¹⁸³ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 113.

kumpulan cerpen dan esai Islami yang bertujuan mengembangkan kreativitas santri. Sementara itu, buku karya kyai dijual dengan harga lebih tinggi, berkisar antara Rp15.000 hingga Rp50.000, karena memiliki kandungan ilmu yang lebih mendalam dan relevan bagi masyarakat luas.

Dengan demikian, strategi penentuan harga di Pesantren ini selaras dengan teori harga yang adil dalam manajemen modern dan syariah. Harga ditetapkan tidak hanya berdasarkan nilai pasar, tetapi juga mempertimbangkan aksesibilitas dan manfaat keilmuan yang terkandung dalam setiap buku. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam penentuan harga telah diterapkan dengan baik dalam praktik penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember.

c. Strategi Tempat

Dalam manajemen modern, strategi pemilihan tempat (place/distribusi) mencakup lebih dari sekadar pasar fisik, karena saat ini banyak pula pasar online di dunia maya (pasar virtual). Hal ini tidak menjadi masalah, karena Islam mengajarkan bahwa inti dari pasar dalam perdagangan adalah terwujudnya transparansi, adanya kesepakatan atau keridhaan antara pihak-pihak yang terlibat, serta ijab qabul (penawaran dan penerimaan).¹⁸⁴

¹⁸⁴ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 114.

Sedangkan dilapangan strategi distribusi ini juga diterapkan oleh Pondok Pesantren Nurul Islam dalam pemasaran buku. Produksi buku dilakukan di lingkungan pesantren, sementara penerbitannya bekerja sama dengan Jagat Literasi Malang untuk mendapatkan ISBN. Setelah buku diterbitkan, buku karya santri ditempatkan di perpustakaan pesantren untuk meningkatkan minat baca, dan dijual melalui kesekretariatan bagi yang ingin membelinya. Di sisi lain, buku karya kyai yang memiliki nilai keilmuan agama didistribusikan ke toko-toko yang ada di Pasar Tanjung dan juga dipasarkan melalui marketplace untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

Dari keterkaitan ini, dapat disimpulkan bahwa strategi distribusi yang diterapkan Pondok Pesantren Nurul Islam selaras dengan prinsip manajemen syariah. Yang mana tidak hanya menjual buku di lingkungan Pondok Pesantren, tetapi juga bekerja sama dengan pihak luar agar buku lebih dikenal dan mudah didapatkan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tempat yang digunakan telah mempertimbangkan kemudahan dalam penjualan, dan akses yang lebih luas bagi pembeli.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah penyampaian informasi mengenai suatu produk kepada konsumen guna meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk tersebut. Promosi dapat dilakukan

melalui berbagai cara, seperti promosi penjualan, iklan, dan publisitas, agar produk lebih dikenal dan diminati oleh target pasar. Dalam perspektif Islam, promosi juga harus dilakukan dengan jujur, transparan, dan tidak mengandung unsur penipuan.¹⁸⁵

Strategi promosi ini diterapkan dalam subsektor penerbitan di Pondok Pesantren Nurul Islam dengan memanfaatkan berbagai media untuk menyebarkan informasi tentang buku yang diterbitkan. Promosi dilakukan melalui website pesantren, di mana karya-karya santri dan kyai diperkenalkan kepada siswa serta dipromosikan lebih lanjut oleh orang tua mereka melalui grup WhatsApp wali murid. Untuk menjangkau alumni, informasi mengenai buku diteruskan melalui grup Ikatan Alumni (IMAN). Sementara itu, karya kyai yang memiliki nilai keilmuan keagamaan lebih luas dipasarkan melalui berbagai media sosial, seperti website Pondok Pesantren Nuris, Instagram Nuris Store, dan marketplace Shopee.

Dari keterkaitan ini, bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Nurul Islam telah mengikuti konsep promosi dalam manajemen syariah dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Jadi, teori strategi promosi dengan strategi

¹⁸⁵ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 115.

pengembangan pada subsektor penerbitan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pesantren Nurul Islam Jember sama.

3) Strategi Sumber daya Manusia

Strategi Pengembangan SDM dalam konsep Manajemen Strategi Islam adalah langkah-langkah yang direncanakan oleh perusahaan untuk membina dan meningkatkan kualitas SDM yang memiliki akhlak mulia sebagai aset utama perusahaan, agar tujuan perusahaan tercapai dengan memberikan manfaat baik untuk dunia maupun akhirat.¹⁸⁶

Prinsip ini diterapkan dalam strategi pengembangan SDM di sektor penerbitan Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, yang bertujuan untuk memahami dan mengembangkan potensi santri dalam menciptakan karya penerbitan. Upaya ini dilakukan melalui berbagai cara, seperti pemberian materi dan pendampingan oleh guru dalam proses penulisan karya, pelatihan eksternal dan internal guna meningkatkan kemampuan dan pengetahuan siswa, serta penciptaan imajinasi dengan memberikan contoh karya kakak kelas sebagai inspirasi.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kholifatul Husna Asri yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0” yang menjelaskan bahwa kegiatan dalam

¹⁸⁶ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 129-130.

meningkatkan sumber daya manusia di pondok pesantren dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan untuk mendukung pengembangannya.¹⁸⁷

c. Pengendalian Strategi

Pengendalian adalah proses untuk memantau, menilai, dan melaporkan pelaksanaan rencana strategi serta kemajuan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pandangan Islam, pengendalian dilakukan untuk memperbaiki kesalahan, meluruskan yang tidak benar, dan mengarahkan kembali ke jalan yang benar. Tahap Pengendalian adalah langkah terakhir dalam proses manajemen strategis. Pada tahap ini, dilakukan pengukuran untuk menilai sejauh mana hasil dari pelaksanaan strategi yang telah diterapkan.¹⁸⁸

Hasil evaluasi strategi di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember menunjukkan bahwa produksi dan pemasaran karya santri maupun kyai telah berjalan dengan baik dan mencapai target setiap semester. Program kepenulisan dalam pembelajaran juga berhasil membantu santri menyelesaikan karya dalam tiga bulan dan lebih terarah dalam menentukan ide. Namun, kadang masih terdapat kendala dalam keterlambatan penerbitan ISBN, serta kurangnya motivasi siswa laki-laki yang malas dibandingkan siswa perempuan, sehingga hasil karyanya lebih menonjol siswa perempuan.

¹⁸⁷ Kholifatul Husna Asri, 'Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0', ALIF 1, no. 1 (15 June 2022): 17–26, <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.710>.

¹⁸⁸ Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, 209-214.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember dalam perspektif ekonomi Islam dapat disimpulkan bahwa:

1. perencanaan strategi dalam subsektor pertunjukan gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah dimulai dengan diskusi antara pembina dan pelatih untuk menentukan tujuan. Strategi yang diterapkan meliputi strategi produksi, bauran pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Dalam strategi produksi, pertunjukan gamelan hadrah menetapkan dua lagu baru setiap bulan, sedangkan pertunjukan hadrah menetapkan satu lagu per minggu, dengan fokus pada lagu-lagu bernilai dakwah yang memuat pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi. Strategi bauran pemasaran dilakukan dengan menyesuaikan lagu dengan kebutuhan pengundang, tidak menetapkan harga tetap, tempat di lingkungan keluarga pesantren sebagai pasar utama, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Sementara itu, strategi pengembangan sumber daya manusia menekankan pada pembentukan karakter Islami melalui seni. Pengendalian strategi menunjukkan bahwa pertunjukan gamelan hadrah dan hadrah berjalan sesuai rencana, meskipun masih menghadapi kendala keterbatasan alat yang sedang diajukan ke pihak pesantren.

2. Dalam subsektor penerbitan, strategi dirancang secara sistematis melalui perencanaan kolaboratif dalam rapat tim penerbitan, yang mencakup perencanaan produksi, bauran pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Strategi produksi dilakukan dengan mengumpulkan tugas siswa yang diseleksi oleh guru hingga diperoleh tujuh karya terbaik, kemudian difinalisasi oleh tim penerbitan. Target penerbitan dalam satu semester adalah enam buku dari siswa, dengan setiap jenjang menghasilkan dua buku, sementara penerbitan buku karya kyai bersifat kondisional. Strategi bauran pemasaran melibatkan seminar untuk mempromosikan karya santri, sementara karya kyai dipasarkan lebih luas. Buku santri dijual dengan harga Rp10.000 hingga Rp20.000, sedangkan buku karya kyai dijual dengan harga Rp15.000 hingga Rp50.000. Proses produksi dilakukan di lingkungan pesantren dengan bekerja sama dengan Jagat Literasi di Malang untuk mendapatkan ISBN, sedangkan karya kyai di distribusikan di Pasar Tanjung dan marketplace. Promosi dilakukan melalui website pesantren, grup WhatsApp wali murid dan Ikatan Alumni, serta di Instagram Nuris Store dan Shopee. Pengembangan sumber daya manusia dalam program kepenulisan mencakup pemberian materi, pendampingan oleh guru, dan pelatihan internal dan eksternal bagi santri. Pengendalian strategi menunjukkan bahwa produksi dan pemasaran berjalan dengan baik, serta program kepenulisan efektif dalam membantu santri menyelesaikan karya. Namun, masih terdapat kendala dalam keterlambatan memperoleh ISBN.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis berupaya memberikan saran dan masukan terkait Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam sebagai berikut:

1. Bagi subsektor pertunjukan kolaborasi gamelan hadrah dan pertunjukan hadrah yaitu untuk memastikan strategi yang diterapkan berjalan efektif, perlu dilakukan evaluasi setiap penampilan pertunjukan guna mengidentifikasi kekurangan dan mencari solusi yang tepat. Dan untuk pertunjukan hadrah apabila surat pengajuan alat hadrah masih belum turun, sebaiknya membeli alat sendiri dengan hasil uang kas yang ada.
2. Bagi subsektor penerbitan, Pesantren lebih baik menjalin kerja sama dengan penerbit lain agar memiliki akses yang lebih cepat dalam pengurusan ISBN, agar pengajuan ISBN tidak mengalami keterlambatan.

Lalu, Sebaiknya karya penerbitan siswa tidak hanya dipasarkan di lingkungan pesantren, tetapi juga dijual kepada masyarakat luas agar dapat meningkatkan apresiasi terhadap hasil karya mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Siti Robiah. "Pendidikan Kewirausahaan Di Pesantren Sirojul Huda." *Jurnal Comm-Edu* vol 1, no. 2 (IKIP Siliwangi 2018): 81-87. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v1i2.661>.
- Arni, Agusdiwana Suarni, and Ifayani Haanurat. "Strategi Mewujudkan Jiwa Kewirausahaan Pada Santri Melalui Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Global (Studi Kasus Di Pondok Pesantren DDI Mangkoso)." *Jurnal Ekonomi Islam*. vol 4, no. 2 2021. <https://doi.org/10.26618/jei.v4i2.6152>.
- Asri, Kholifatul Husna. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0." *Journal Alif Sharia Economics* vol 1, no. 1 (15 June 2022): 18–26. <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.710>.
- Aysa, Imma Rokhmatul. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang Creative Economy Development Strategy in the Digital Age; A Case Study at Zydnaa Edukasi Jombang." *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah* vol 2, no. 2 (2020): 1211–138. <http://ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/perbankan>.
- Basuki, Hari. "Pembiasaan Jiwa Entrepreneurship Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren." *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah* vol 5, no. 1 (26 January 2021): 57–78. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v5i1.867>.
- Danuar, Dani, and Tri U Darwanto. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang." *Journal Of Economic* vol 2, no. 4 (2013): 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>.
- Darma Dirawan, Gufran. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Syeh Hasan Yasan Melalui Unit Kewirausahaan Pada Era Digital." *Jurnal Penelitian* vol 14, no. 2 (2023). <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/humano|178>.
- Dyah Ayu Fitriani. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Dilingkungan Pesantren Al-Masuqiah Desa Patokan Kecamatan Kabupaten Probolinggo Dalam Perspektif Islam." Skripsi, UINSA Surabaya, 2020.
- Esti Cemporaningsih, Destha Titi Raharjana, and Janianton Damanik. "Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung." *Jurnal Nasional Pariwisata* vol 12, no 2 (September 2020): 106–8. <https://doi.org/10.22146/jnp.60401>.

- Hazin, A. Hadikusumo, Siptiani, and Mardhiana. *Pengembangan Kurikulum Teori, Model, dan Praktik*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2023.
- Huda, Nurul “Kinerja LKMS Dalam Mendukung Kegiatan Ekonomi Rakyat Berbasis Pesantren (Studi Pondok Pesantren Darut Tauhid dan BMT Darut Tauhid),” *Jurnal Aplikasi Manajemen* vol 13, no. 4 (2015): 598-609, <https://jurnaljam.ub.ac.id>.
- Ismail, Muhammad.” Strategi Pengembangan Ekonomi Rakyat Di Provinsi Papua,” *Jurnal Bina Praja* vol 7, no. 3 (September 2015): 251-260, <https://doi.org/10.21787/jbp.07.2015.251-259>.
- Jefri, Ulfi, dan Ibrohim, ”Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* vol 7, no. 1 (Juli 2021):86-99, <http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>.
- Jannah, Rinatul, Abdul Rokhim, dan Ahmadiono,” Bauran Pemasaran Islam Strategi Berbagi Rumah Pada Multi Level Marketing Natural Nusantara,” *Jurnal Syntax Dmiration* vol 4, no. 8 (Agustus 2023), <https://doi.org/>.
- Luh Putu Wiagustini, Ni, I Ketut Mustanda, Luh Gede Meydianawathi, and Nyoman Abundanti. ‘Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar’, n.d.
- Masruroh, Nikmatul, dan Suprianik, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Desa Dalam Perspektif Maqasid Syariah,” *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores* vol 13, no. 02 (Tahun 2023): 348-368, <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/analisis>.
- Ning KarnaWijaya and Soraya Aini. ”Pemberdayaan Santri Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif “Kimi Bag” Di Pondok Pesantren Al Qohar Klaten.” *Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* vol 20, no. 1 (26 August 2020): 23. <https://doi.org/10.21580/dms.2020.201.5124>.
- Nursita, Lisa, Nur Hidayanti, and Muh Givary Suriyono. ‘Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Pedagang Suku Jawa’. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* vol 8, no. 4 (11 November 2022): 1323. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1012>.
- Pesantren Nurul Islam Jember Pacu Inovasi Pemasaran Produk.” OPOP Jatim. 24 November, 2020. <https://opop.jatimprov.go.id/detail/169/pesantren-nurul-islam-jember-pacu-inovasi-pemasaran-produk>.
- Prajanti, Sucihatningsih Dian Wisika, Margunani, Aulia Rahma, dan Nurjannah Rahayu, “Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif dan Berkelanjutan di Kota Semarang,” *Jurnal Riptek* vol 15, no. 2 (Desember 2021): 86-101, <https://doi.org/10.35475/ripte.v15i2.124>.

- Prasetyaningrum, Dina, and Hakim. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Change Management Bumdes: Change Management Ekonomi Kreatif Inklusif Pasar Panggok." t.t.2024.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif Pilar Penmbangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016.
- Rachman, Arif, Andi Ilham Samanlangi, dan Hery Purnomo. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Karawang: CV Saba Jaya Publiser, 2024.
- Rosdianah Ladiva. "Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif DiPondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* vol 7, no.1 (2023):219–26.
- Sahla, Hilmiatus. "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. " *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan* 5 (n.d.): 2019. www.universitassahan.ac.id.
- Setianingrum, Nurul, Indah Dwi Lestari, MF. Hidayatullah, dan Angrum Pratiwi,"Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekekatan Bussiness Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia," *Indonesia Scientific Journal Of Islamic Finance* vol 11, no.1 (Desember 2023): 68-43.
- Sudianti, Dian, and Hadita. *Manajemen Strategi*. Purwokerto: CV. Pena Persada, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2024.
- Supanto, Fajar. *Manajemen Strategi Organisasi Publik dan Privat*. Malang: Empatdua Media, 2019.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Suwito, Firdha Aigha, and Azhari Akmal Tarigan. "Program pengembangan ekonomi berbasis pondok pesantren." *Jurnal Inovasi Penelitian* vol 3. no.1 (Juni 2022): 4371-4382, <https://www.neliti.com/publications/470165/>.
- Usman, Abdul Halim. *Manajemen Strategi Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2015.
- Wadud, Nafis, Hersafa, and Hofyaly, "Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren di Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Islamic Boarding," *Jurnal Of Social Service and reseach* vol 4, no.5 (Mei 2024): 1272-1287, <https://doi.org/10.XXXXXX/ijssr.xxxx.xx>.

Wahyuningsih, Sri dan Dede Satriani,” Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Di Desa Pedekik),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* vol 8, No 2 (Desember 2019): 195-205, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>.

Wijaya, Ning Karna, and Soraya Aini. ‘Pemberdayaan Santri Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif “Kimi Bag” Di Pondok Pesantren Al Qohar Klaten’. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* vol 20, no. 1 (26 August 2020): 23–26. <https://doi.org/10.21580/dms.2020.201.5124>.



MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam	- Formulasi Strategi - Implementasi Strategi - Pengendalian Strategi	- Perencanaan Produksi - Perencanaan Pemasaran - Perencanaan Sumber daya manusia - Strategi Produksi - Strategi Pemasaran: Produk, Harga, Tempat, dan Promosi - Strategi Sumber daya manusia - Hasil strategi yang dijalankan - Evaluasi	- Data Primer: - Observasi - Wawancara - Dokumentasi - Data Sekunder: - Buku - Jurnal - Artikel - Internet	- Pendekatan Penelitian: Kualitatif deskriptif - Teknik Pengumpulan data: Observasi, Wawancara, Dokumentasi - Analisis Data: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. - Keabsahan Data: Triangulasi Sumber	- Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dalam perspektif ekonomi Islam? - Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan dalam perspektif ekonomi Islam?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nada Hammada

NIM : 212105020021

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Instusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 3 Maret 2025

Saya menyatakan,



Nada Hammada
212105020021

PEDOMAN WAWANCARA

1. Fokus: Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor pertunjukan dalam perspektik ekonomi Islam ?

➤ Formulasi Strategi

- a. Apakah ada proses perencanaan dalam pertunjukan dan seberapa penting adanya perencanaan dalam pertunjukan?
- b. Bagaimana proses perencanaan strategi produksi dalam pertunjukan?
- c. Bagaimana perencanaan strategi bauran pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi dirancang dalam pertunjukan?
- d. Bagaimana perencanaan strategi pengelolaan sumber daya manusia dirancang dalam pertunjukan?

➤ Implementasi Strategi

- a. Bagaimana strategi produksi yang telah direncanakan diterapkan selama proses produksi?
- b. Bagaimana strategi pemasaran produk yang telah direncanakan itu yang telah diterapkan?
- c. Bagaimana strategi penetapan harga yang telah dirancang diterapkan dalam pelaksanaan pertunjukan?
- d. Bagaimana strategi pemilihan dan pengelolaan tempat yang telah direncanakan diterapkan dalam pelaksanaan pertunjukan gamelan?
- e. Bagaimana strategi promosi yang telah dirancang diterapkan selama proses persiapan hingga pelaksanaan pertunjukan?
- f. Bagaimana strategi pengelolaan sumber daya manusia yang telah dirancang diterapkan dalam perencanaan pertunjukan?

➤ Evaluasi Strategi

Bagaimana hasil strategi yang telah diterapkan dalam pengembangan ekonomi kreatif subsektor pertunjukan, serta bagaimana hasil evaluasinya?

2. Fokus: Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif pada subsektor penerbitan dalam perspektik ekonomi Islam?

➤ Formulasi Strategi

- a. Apakah ada proses perencanaan dalam penerbitan dan seberapa penting adanya perencanaan dalam penerbitan?
- b. Bagaimana proses perencanaan strategi produksi dalam penerbitan?
- c. Bagaimana perencanaan strategi bauran pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi dirancang dalam penerbitan?
- d. Bagaimana perencanaan strategi pengelolaan sumber daya manusia dirancang dalam penerbitan?

➤ Implementasi Strategi

- a. Bagaimana strategi produksi yang telah direncanakan diterapkan selama proses produksi?
- a. Bagaimana strategi pemasaran produk yang telah direncanakan itu yang telah diterapkan?
- b. Bagaimana strategi penetapan harga yang telah dirancang diterapkan dari hasil penerbitan tersebut?
- c. Bagaimana strategi pemilihan dan pengelolaan tempat yang telah direncanakan diterapkan dalam penerbitan?
- d. Bagaimana strategi promosi yang telah dirancang diterapkan dalam penerbitan?
- e. Bagaimana strategi pengelolaan sumber daya manusia yang telah dirancang diterapkan dalam penerbitan?

➤ Evaluasi Strategi

Bagaimana hasil strategi yang telah diterapkan dalam pengembangan ekonomi kreatif subsektor penerbitan, serta bagaimana hasil evaluasinya?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1348/Un.22/7.a/PP.00.9/26/2024
Hal : Permohonan Izin Penelitian

26 November 2024

Kepada Yth.

Kepala Yayasan Pondok Pesantren Nurul Islam Jember

Jl. Pangandaran No.48, Plinggan, Antirogo, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Nada Hammada
NIM : 212105020021
Semester : VII (Tujuh)
Prodi : Ekonomi Syariah

Mohon diizinkan untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.



Am Dikan
Wakil Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Dipindai dengan
CamScanner



BIDANG PENDIDIKAN FORMAL
BPF NURIS JEMBER

Jl. Pangandaran 48 Antirigo - Jember 68125 Telp. (0331) 339544 Jember

Jember, 01 Februari
2025

Nomor : 216/BPF.YNI/VII/2025
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mila Karmila S.Pd
Jabatan : Kepala Bidang Pendidikan Formal
Instansi : Bidang Pendidikan Formal

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember di bawah ini :

Nama : Nada Hammada
NIM : 212105020021
Prodi : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Tugas akhir di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember sejak 20 Desember 2024.

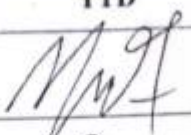
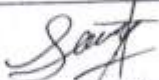
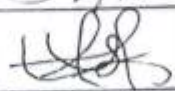
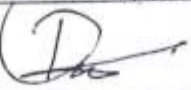
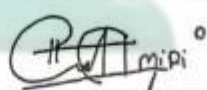
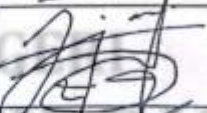
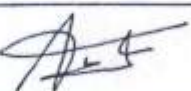
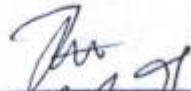
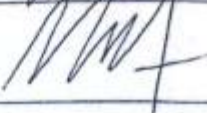
Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Kepala Bidang Pendidikan Formal

Mila Karmila, S.Pd

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	04 Desember 2024	Pengajuan Surat Penelitian	
2.	20 Desember 2024	Wawancara dengan Ustadz Dahabi	
3.	20 Desember 2024	Wawancara dengan Ustadz Salim	
4.	23 Desember 2024	Wawancara dengan Bapak Ibnu	
5.	24 Desember 2024	Wawancara dengan Ustadz Davi	
6.	02 Januari 2025	Wawancara dengan santri Riski	
7.	02 Januari 2025	Wawancara dengan santri Rahan	
8.	26 Desember 2024	Wawancara dengan Bapak Fahmi	
9.	28 Desember 2024	Wawancara dengan Ibu Putri	
10.	05 Januari 2025	Wawancara dengan Ibu Dewi	
11.	09 Januari 2025	Wawancara dengan Ibu Ocha	
12.	22 Januari 2025	Wawancara dengan Mas Asfa	
13.	23 Januari 2025	Wawancara dengan Bapak Sugianto	
14.	01 Februari 2025	Selesai Penelitian	

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Pembina Pertunjukan Hadrah yaitu Ustadz Dahabi



Wawancara dengan pelatih pertunjukan hadrah yaitu Ustadz Salim



Wawancara dengan santri yang mengikuti pertunjukan hadrah



Wawancara dengan Pembina Pertunjukan Gamelan hadrah yaitu bapak Ibnu



Wawancara dengan pelatih pertunjukan gamelan hadrah yaitu Ustadz Davi



Wawancara dengan pengundang yaitu Bapak Sugianto



Wawancara dengan santri yang mengikuti pertunjukan gamelan hadrah



Dokumentasi ketika mengikuti lomba hadrah



Dokumentasi ketika membuat konten pertunjukan gamelan hadrah



Wawancara dengan Pembina Penerbitan yaitu Bapak Fahmi



Wawancara dengan tim penerbitan yaitu Ibu Putri



Wawancara dengan tim penerbitan yaitu Ibu Dewi



Wawancara dengan guru Bahasa Indonesia yaitu Ibu Ocha



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

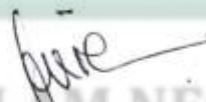
Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nada Hammada
NIM : 212105020021
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Nurul Islam Jember dalam Perspektif Ekonomi Islam

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Februari 2025
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Luluk Masfiroh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



A. Biodata Penulis

Nama : Nada Hammada
NIM : 212105020021
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 28 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Dusun Krajan RT 004 RW 011, Desa Kalibaru
Wetan Kec. Kalibaru, Kab. Banyuwangi
No. Hp : 08979412490
Email : nadahammada28@gmail.com
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

B. Riwayat Pendidikan

TK : Nurul Fattah
SD : SDN 03 Kalibaru Wetan
SMP : SMPN 01 Kalibaru
SMA : SMA Nurul Islam Jember
Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember