

Pelatihan Analisis SWOT dan BMC pada Santri di Pondok Pesantren Al Mumtaz

SWOT Analysis and BMC Training for Students at Al Mumtaz Islamic Boarding Schools

Nurlina H^{1*}

¹ Program Studi Agribisnis/Fakultas Industri Halal/Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta ansy Penulis

***Korespondensi** : nurlinaharli@unu-jogja.ac.id

ABSTRAK

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan. Namun, banyak pesantren yang masih memiliki keterbatasan dalam manajemen usaha dan perencanaan bisnisnya. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan Analisis SWOT dan BMC (*Business Model Canvas*) kepada Santri melalui pendampingan pada WEIPA (Wisata Edukasi Inspirasi Preneurship Al Mumtaz) di Pondok Pesantren Al Mumtaz. Pelatihan ini merupakan upaya untuk mendukung kemandirian pondok pesantren yang diwujudkan dengan adanya usaha bisnis di Pondok Pesantren serta untuk memudahkan pihak manajemen WEIPA dalam menyusun strategi bisnis yang juga merupakan santri di Pondok Pesantren serta terdapat 20 Mahasiswa Prodi Agribisnis yang melakukan kegiatan Laboratorium Sosial yang membantu manajemen WEIPA. Metode pelaksanaan mencakup observasi awal, pelatihan, serta evaluasi kegiatan. Hasil dari pelatihan ini memberikan gambaran peningkatan pemahaman peserta terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada WEIPA, serta kemampuan menyusun model bisnis sederhana menggunakan BMC. Kegiatan pelatihan ini diharapkan menjadi langkah awal menuju kemandirian ekonomi pondok pesantren.

Kata Kunci : Analisis SWOT, *Business Model Canvas*, Pondok Pesantren.

ABSTRACT

Islamic boarding schools as Islamic educational institutions have great potential in developing entrepreneurship. However, many Islamic boarding schools still have limitations in business management and business planning. This training aims to provide SWOT Analysis and BMC (Business Model Canvas) training to students through mentoring at WEIPA (Al Mumtaz Preneurship Inspiration Education Tour) at Al Mumtaz Islamic Boarding School. This training is an effort to support the independence of Islamic boarding schools which is realized by the existence of business ventures at the Islamic Boarding School. Therefore, this training was held to facilitate WEIPA management in developing business strategies that also students at the Islamic Boarding School and there are 20 Agribusiness Study Program Students who carry out Social Laboratory activities supporting WEIPA management. The implementation method includes initial observation, training, and evaluation of activities. The results of this training provide an overview of the increased understanding of participants regarding the strengths, weaknesses, opportunities and threats at WEIPA, as well as the ability to develop simple business models using BMC. This training activity is expected to be the first step towards the economic independence of Islamic boarding schools.

Keywords: Analysis SWOT, Business Model Canvas, Boarding School.

PENDAHULUAN

Pondok Pesantren merupakan Lembaga Pendidikan Islam tradisional yang seiring perkembangannya menjadi pusat pemberdayaan ekonomi umat. Menurut (Sucipto, 2024) pengembangan kewirausahaan di Pondok Pesantren merupakan ciri khas tersendiri dalam sistem Pendidikan kewirausahaan dalam memanfaatkan jaringan

alumni, santri dan lingkungan pesantren serta masyarakat sekitar pondok pesantren. Melalui pendekatan yang tepat dengan mengintegrasikan nilai-nilai Al-Qur'an serta dukungan yang memadai, pondok pesantren memiliki potensi besar sebagai lembaga Pendidikan yang mampu mengembangkan jiwa kewirausahaan (Hamzah, 2023). Namun dalam perkembangannya, pondok pesantren menghadapi berbagai tantangan zaman dalam memenuhi kebutuhan kemandirian ekonomi, mulai mengembangkan unit-unit bisnis seperti usaha pertanian, peternakan, pengolahan makanan, dan wisata edukasi. Akan tetapi pengembangan usaha tersebut seringkali belum berbasis pada analisis strategi dan perencanaan bisnis yang terstruktur

Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) merupakan alat penting yang digunakan dalam pengembangan kewirausahaan. SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam kegiatan bisnis. Sedangkan BMC digunakan dalam membantu penyusunan struktur model bisnis secara sistematis. Dengan menerapkan Analisis SWOT dan BMC dapat membantu pesantren merancang strategi usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Dalam dunia usaha yang perkembangannya sangat dinamis dan kompetitif, setiap unit bisnis dituntut mampu melakukan evaluasi diri secara menyeluruh. Salah satu alat yang paling umum digunakan untuk tujuan tersebut adalah analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Dengan menggunakan metode analisis SWOT setiap unit bisnis dapat memahami posisi internal dan eksternal suatu organisasi atau bisnis yang dapat digunakan dalam merancang strategi yang efektif dan adaptif (Kurniawan *et al.*, 2020).

Analisis SWOT merupakan alat penting yang sederhana namun sangat efektif dalam melakukan evaluasi terhadap posisi strategis suatu organisasi atau unit usaha. Pemahaman secara mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman secara objektif dapat membantu dalam penyusunan strategi yang adaptif dan berkelanjutan bagi para pelaku bisnis ataupun organisasi. Namun demikian, dalam analisis SWOT juga terdapat keterbatasan diantaranya 1) sifatnya deskriptif, 2) tergantung pada subjektivitas dalam menilai, 3) tidak memberikan prioritas secara langsung, 4) tidak memberikan Solusi spesifik, hanya berupa gambaran dari situasi. Maka dari itu, analisis SWOT sebaiknya dikombinasikan dengan alat perencanaan strategis lainnya (Raihan Ariffianto *et al.*, 2024), seperti dalam pelatihan ini dikombinasikan dengan BMC (*Business Model Canvas*).

Memanfaatkan BMC (*Business Model Canvas*), strategi bisnis yang dirancang dapat diterjemahkan dan direpresentasikan secara sistematis dalam draf dokumen strategi perencanaan bisnis (Rahmawati *et al.*, 2022). BMC memadukan Sembilan (9) elemen kunci dari komponen bisnis, yaitu *Customer segments, Value proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue streams, Key resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost structures*.

Permasalahan yang dihadapi oleh manajemen WEIPA adalah belum memiliki strategi efektif yang dapat diterapkan dalam pengelolaan WEIPA, keterbatasan dalam pemasaran dan promosi, munculnya destinasi wisata yang serupa dan masih ketergantungan pada tenaga relawan/santri yang belum terlatih dibidang tersebut. Oleh sebab itu, pelatihan ini diadakan dengan harapan setelah pelatihan tersebut pihak

manajemen WEIPA ataupun para santri bisa memahami dengan baik strategi yang akan diterapkan oleh WEIPA. Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan Analisis SWOT dan BMC (*Business Model Canvas*) kepada Santri melalui pendampingan pada WEIPA (Wisata Edukasi Inspirasi Preneurship Al Mumtaz) di Pondok Pesantren Al Mumtaz.

METODE

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan di Pondok Pesantren Al Mumtaz yang dihadiri oleh Pimpinan Pondok Pesantren, Tim Manajemen WEIPA, Santri yang terlibat dalam kegiatan WEIPA, dan Mahasiswa Prodi Agribisnis yang sedang melakukan kegiatan Laboratorium Sosial. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan sambutan oleh Pimpinan Pondok Pesantren, lalu kemudian dilanjutkan dengan tahap penyampaian materi terkait pengetahuan dan sosialisasi pentingnya penentuan arah pengembangan dan strategi dalam kegiatan bisnis. Untuk mendukung hal tersebut maka perlu dilakukan, yaitu 1) Melakukan identifikasi terhadap faktor internal dari kegiatan WEIPA yaitu kekuatan serta kelemahan yang dimiliki. Kemudian dilanjutkan dengan identifikasi faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Berikutnya 2) Melakukan analisis dari kegiatan usaha dengan menggunakan bisnis model canvas untuk dapat mengetahui aspek-aspek operasional dari kegiatan usaha WEIPA.

Tahap awal dari kegiatan pengabdian ini meliputi kegiatan persiapan yang dilaksanakan dengan melakukan sosialisasi kepada para peserta pelatihan. Sosialisasi tersebut mengenai pengetahuan dalam meningkatkan usaha dengan menerapkan strategi berdasarkan kekuatan dan peluang yang dimiliki suatu usaha. Tahap kedua adalah dengan analisis terhadap faktor internal dan faktor eksternal dari usaha WEIPA. Tahap ketiga adalah melakukan analisis bisnis dengan menggunakan teori *business model canvas* (BMC) yang terdiri dari *Customer segments*, *Value proposition*, *Channels*, *Customer relationships*, *Revenue streams*, *Key resources*, *Key activities*, *Key partnerships*, dan *Cost structures*. Tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah antara pematiri dan peserta kemudian membuat rancangan *problem-solving* untuk didiskusikan kemudian membuat keputusan aspek penting dari analisis SWOT usaha WEIPA. Dari kegiatan pengabdian ini menghasilkan draf dokumen analisis SWOT bisnis WEIPA dan draf analisis bisnis menggunakan *business model canvas*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan sebagai salah satu bentuk untuk membekali santri Pondok Pesantren Al Mumtaz kiat-kiat dalam menjalankan bisnis/wirausaha yaitu modal sosial, nilai-nilai keislaman, mengembangkan potensi dan minat pondok pesantren, jaringan yang luas, rencana bisnis yang matang, inovatif dan adaptif, serta fokus pada kualitas produk dan pelayanan. Melalui kegiatan ini diharapkan para peserta pelatihan memiliki bekal pengetahuan tentang bagaimana memulai suatu bisnis, sehingga diharapkan juga para peserta nantinya siap untuk mengembangkan potensinya setelah menyelesaikan Pendidikan di Pondok Pesantren.

Dalam kegiatan pelatihan tersebut, diawali dengan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Berikut merupakan hasil dari identifikasi yang dilakukan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Faktro Internal dan Faktor Eksternal Bisnis WEIPA

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan : - Pondok memiliki citra positif dan nilai religious. - Lokasi yang strategis dan lingkungan alam asri. - Santri dan Alumni sebagai SDM potensial menjadi pemandu WEIPA. - Program entrepreneurship sudah berjalan seperti, <i>field trip</i>, <i>green house</i>, perikanan, usaha membatik, usaha mini market, air minum mineral, usaha menjahit, wisata pasar pahing. - Dukungan internal dari pimpinan pondok dan komunitas wali santri.	Peluang : - Tren wisata edukasi dan agrowisata yang sedang berkembang. - Peluang kolaborasi dengan sekolah/madrasah dalam program field trip. - Dukungan dari pemerintah (Dinas Pariwisata, Kemenag, dll) terhadap pengembangan wisata berbasis pesantren. - Potensi media social dan platform digital sebagai sarana promosi. - Meningkatnya minat Masyarakat pada kewirausahaan berbasis halal.
Kelemahan : - Belum adanya tim manajemen yang professional dalam mengelola WEIPA. - Keterbatasan pemasaran digital dan promosi luar jaringan pesantren. - Fasilitas umum dan sarana wisata edukasi masih terbatas. - Belum ada SOP WEIPA yang terstandarisasi. - Ketergantungan pada tenaga relawan/santri yang belum terlatih sepenuhnya.	Ancaman : - Persaingan destinasi wisata edukasi lainnya. - Resiko keamanan pengunjung jika tidak dikelola dengan standar. - Tantangan menjaga keseimbangan antara aktivitas pesantren dan kegiatan wisata umum.

Sumber : Data Primer diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, kemudian dilanjutkan dengan melakukan perhitungan evaluasi terhadap masing-masing komponen dari faktor internal dan faktor eksternal. Dari hasil evaluasi tersebut kemudian memberikan hasil pengembangan strategi dari WEIPA yaitu :

- SO Strategi : Kembangkan program WEIPA berbasis potensi pesantren seperti *field trip*, *green house*, perikanan, usaha membatik, usaha mini market, air minum mineral, usaha menjahit, wisata pasar pahing. Dan melakukan promosi melalui media social untuk menjangkau sekolah-skolah atau madrasah di wilayah DI.Yogyakarta.

- WO Strategi : Tingkatkan kapasitas SDM dan fasilitas wisata di WEIPA melalui pelatihan dan dukungan mitra. Selain itu, membuat SOP dan paket wisata yang terstandarisasi.
- ST Strategi : Gunakan kekuatan citra sebagai Pondok Pesantren yang religious dan nilai edikatif sebagai pembeda dari tempat wisata umum lainnya.
- WT Strategi: Buat manajemen resiko kegiatan, perkuat sinergi internal pondok pesantren Al Mumtaz, dan tetapkan batasan setiap kegiatan agar tidak mengganggu suasana belajar santri di Pondok Pensatren Al Mumtaz.

Setelah format saran strategi pengembangan WEIPA disusun, selanjutnya dilakukan analisis strategi dengan menggunakan BMC (*business model canvas*). Berikut merupakan rancangan BMC untuk WEIPA yang disesuaikan dengan nilai-nilai kepesantrenan dan konsep wirausaha berbasis edukasi disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2: *Business Model Canvas* WEIPA

No.	Komponen <i>Business Model Canvas</i> WEIPA	Isi
1	<i>Customer Segments</i>	- PAUD/TK, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah, Madrasah untuk kegiatan <i>field trip</i>. - Orang tua santri dan wali murid. - Komunitas kewirausahaan. - Lembaga pelatihan/kegiatan luar ruangan. - Masyarakat umum yang tertarik pada wisata religi dan edukatif.
2.	<i>Value Propositions</i>	- Pengalaman WEIPA berbasis nilai-nilai pesantren dan kewirausahaan. - Edukasi langsung tentang pertanian <i>green house</i>, perikanan, usaha membuat, usaha mini market, air minum mineral, usaha menjahit, wisata pasar pahing. - Inspirasi wirausaha dari santri Pondok Pesantren Al Mumtaz sebagai model pembelajar dan pelaku usaha. - Suasana alam yang asri dan spiritualitas khas pondok pesantren. - Program WEIPA terintegrasi mulai dari edukasi, rekreasi dan religi.
3.	<i>Channels</i>	- Media sosial : Instagram, Facebook, TikTok, YouTube - Website Pondok Pesantren Al Mumtaz dan brosur digital. - Kerja sama dengan sekolah/madrasah. - Pameran Pendidikan dan kewirausahaan.

	- Testimoni dan rekomendasi wali santri atau pengunjung sebelumnya.
4. <i>Customer Relationships</i>	- Pelayanan ramah berbasis akhlakul karimah. - Pemandu wisata dari kalangan santri/alumni. - Layanan reservasi dan paket kunjungan. - Program loyalitas untuk sekolah/madrasah yang berkunjung rutin. - Testimoni dan <i>follow-up</i> pascakunjungan.
5. <i>Revenue Streams</i>	- Penjualan produk hasil wirausaha santri. - Paket pelatihan kewirausahaan dan edukasi. - Kerja sama program CSR dari BI dan Lembaga lainnya. - Sumbangan atau sponsor kegiatan edukatif.
6. <i>Key Resources</i>	- Lokasi wisata di area Pondok Pesantren. - Santri, Alumni dan Pengelola sebagai SDM. - Program kewirausahaan dan unit usaha pesantren yang sudah berjalan. - Materi edukasi dan alat peraga. - Citra yang positif dan kepercayaan Masyarakat terhadap Pondok Pesantren.
7. <i>Key Activities</i>	- Pengelolaan Lokasi dan fasilitas WEIPA. - Penyusunan kurikulum edukatif berbasis kewirausahaan. - Pelatihan bagi pemandu santri. - Promosi dan kerja sama dengan mitra eksternal. - Evaluasi kegiatan dan peningkatan mutu layanan.
8. <i>Key Partnerships</i>	- Sekolah/Madrasah sebagai mitra pengunjung. - Kemenag, Dinas Pendidikan, Dinas Pariwisata. - UMKM Lokal - Alumni Pondok Pesantren Al Mumtaz yang memiliki usaha. - CSR Perusahaan.
9. <i>Cost Structure</i>	- Biaya pengelolaan dan pemeliharaan Lokasi WEIPA. - Biaya pelatihan SDM dan operasional edukasi. - Biaya promosi dan media sosial. - Biaya produksi dan pengembangan produk edukatif. - Investasi alat dan fasilitas pendukung.

Sumber : Data Primer diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, BMC yang telah dibuat dapat diperluas ke model inkubasi santripreneur, dan juga bisa digunakan sebagai basis untuk memperkuat

keberlanjutan dari WEIPA dengan membuat *roadmap* 3-5 tahun ke depan dengan menentukan target capaian setiap tahunnya.

SIMPULAN

Penerapan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) dalam pengembangan program WEIPA di Pondok Pesantren Al Mumtaz memberikan arah strategis yang jelas dan terukur bagi keberlanjutan usaha tersebut. Berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan pada saat kegiatan pelatihan, Pondok Pesantren Al Mumtaz memiliki kekuatan utama berupa nilai religious, sumber daya santri, dan dukungan lingkungan yang mendukung untuk kegiatan edukatif. Untuk kelemahannya sendiri seperti keterbatasan manajemen dan fasilitas fisik perlu segera diatasi dengan strategi peningkatan kapasitas internal dan penguatan kemitraan eksternal.

Peluang yang dimiliki Pondok Pesantren Al Mumtaz terbuka lebar melalui meningkatnya tren wisata edukasi serta potensi kolaborasi dengan sekolah/madrasah. Namun demikian, ancaman eksternal seperti persaingan dan resiko kemananan harus diantisipasi dengan strategi mitigasi resiko. Dengan menerapkan model BMC, WEIPA Pondok Pesantren Al Mumtaz yang telah disusun pada saat Pelatihan, memberikan Gambaran peta yang sistematis untuk memastikan bahwa program WEIPA tersebut tidak hanya berdampak sosial dan edukatif, tetapi juga berkelanjutan secara ekonomi.

Dari kegiatan pelatihan Analisis SWOT dan BMC di Pondok Pesantren Al Mumtaz, terlihat bahwa para peserta pelatihan sangat antusias dan berhasil membuat draf strategi perencanaan bisnis yang berkelanjutan bagi program WEIPA.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Pimpinan Pondok Pesantren Al Mumtaz, Para Santri, Mahasiswa Prodi Agribisnis peserta kegiatan Laboratorium Sosial Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta dan LP3M Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, atas terseleggaranya kegiatan pelatihan analisis SWOT dan BMC di Pondok Pesantren Al Mumtaz.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamzah, Y. N. (2023). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Di Pondok Pesantren: Perspektif Al-Qur'an. In *Jurnal An-Nur* (Vol. 12, Issue 2).
- Kurniawan, D. A., Ari A, F. S., Rusli, L., A, R. Y., & Ika K, A. (2020). Pelatihan Analisis SWOT Dan BMC Pada Asosiasi UMKM Ponorogo. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 67–75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v2i1.1001>
- Rahmawati, Y. D., & Setiawan, I. (2022). *Business Model Canvas dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Rumah Batik Anto Djamil*.
- Raihan Ariffianto, R., & Santoso, B. (2024). *Pemanfaatan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis SWOT Dalam Mendesain Strategi Peningkatan Efektivitas UMKM Sidizert 1* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawahar/>
- Sucipto. (2024). Implementasi Pengembangan Pendidikan Wirausaha Pesantren Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Jombang. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(1), 469–482.