

Model Pengembangan Bisnis Daur Ulang Sampah di Pesantren



Cupian, SE., M.T., PhD.

Yudi Ahmad Faisal, S.E., PGDIBF., CIFP., M.A., PhD.

Ikram Nur Muharam, S.E., M.Par., M.Sc.

TIM DEKS BANK INDONESIA
PRODI EKONOMI ISLAM FEB UNPAD

DAFTAR ISI

PENDAHULUAN.....	1
LATAR BELAKANG PENYUSUNAN BUKU.....	1
PENGEMBANGAN KEMANDIRIAN EKONOMI PESANTREN.....	2
AIR DALAM PERSPEKTIF ISLAM.....	2
PROFIL USAHA PENGOLAHAN SAMPAH PLASTIK.....	5
PENGEMBANGAN EKONOMI PESANTREN MELALUI DANA SOSIAL ISLAM (ISLAMIC SOCIAL FINANCE).....	6
PESANTREN: DEFINISI, LEMBAGA, DAN POTENSI EKONOMI.....	7
SEJARAH PESANTREN.....	7
KELEMBAGAAN DAN ELEMEN PESANTREN.....	8
SUMBER DAYA MANUSIA.....	8
SISTEM PENGAJARAN.....	9
BANGUNAN FISIK.....	11
FUNGSI PESANTREN.....	11
PESANTREN MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 18 TAHUN 2019.....	12
FUNGSI PESANTREN MENURUT UNDANG-UNDANG.....	12
UNSUR PESANTREN MENURUT UNDANG-UNDANG.....	13
PESANTREN DALAM ANGKA.....	14
ASPEK PASAR DAN PEMASARAN USAHA DAUR ULANG SAMPAH PESANTREN.....	15
PENGENALAN ASPEK PASAR.....	15
PESANTREN SEBAGAI PELAKU KONSUMSI.....	15
PESANTREN SEBAGAI PELAKU PRODUKSI.....	15
KOMPONEN LINGKUNGAN PASAR (MARKET ENVIRONMENT).....	16
KEKUATAN PENAWARAN PEMBELI.....	16
KEKUATAN PENAWARAN PEMASOK.....	18
ANCAMAN DARI PRODUK PENGGANTI.....	19
MASUKNYA PESAING BARU.....	19
PERSAINGAN DIANTARA PELAKU USAHA YANG ADA.....	19
ASPEK PEMASARAN.....	20
PRODUK.....	21
HARGA.....	21

DAFTAR ISI

PENGALAMAN KESUKSESAN UNIT USAHA PESANTREN (SUCCESS STORY).....	24
PRODUK.....	24
HARGA.....	24
PROMOSI.....	25
TEMPAT/DISTRIBUSI.....	26
ANALISIS LINGKUNGAN PASAR.....	27
MASUKNYA PENDATANG BARU.....	27
TAWAR MENAWAR PEMASOK.....	27
TAWAR MENAWAR PEMBELI.....	28
PRODUK PENGANTI.....	28
PERSAINGAN ANTAR PRODUSEN DAUR ULANG SAMPAH.....	28
ASPEK KEUANGAN.....	30
KOMPONEN DAN STRUKTUR PEMBIAYAAN INVESTASI DAN PEMBIAYAAN OPERASIONAL.....	30
PEMBIAYAAN INVESTASI DAN OPERASIONAL.....	31
KEBUTUHAN INVESTASI DAN MODAL KERJA.....	32
ANALISIS SENSITIVITAS KELAYAKAN USAHA DAUR ULANG SAMPAH.....	32
ASUMSI-ASUMSI.....	32
TOTAL PENGELUARAN, PRODUKSI, DAN PENDAPATAN.....	33
ANALISIS NET PRESENT VALUE.....	34
TITIK IMPAS (BREAK EVEN POINT).....	35
ANALISIS COST BENEFIT.....	36
PEMILIHAN POLA USAHA PEMBIAYAAN SYARIAH.....	36
ASPEK TEKNIS PRODUKSI.....	39
LOKASI USAHA.....	39
JUMLAH SANTRI YANG AKAN DILAYANI.....	40
JUMLAH PENDUDUK YANG AKAN DILAYANI.....	40
FASILITASI PRODUKSI DAN PERALATAN.....	40
BAHAN BAKU.....	42
TENAGA KERJA.....	45
PRODUKSI OPTIMUM.....	46
KENDALA PRODUKSI.....	46

DAFTAR ISI

ASPEK EKONOMI, SOSIAL DAN DAMPAK LINGKUNGAN.....	48
ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL.....	48
DAMPAK LINGKUNGAN.....	48
FAKTOR KEBERHASILAN (SUCCESS FACTORS).....	50
KEPERCAYAAN DAN AFILIASI RELIGIUS.....	50
PARADIGMA KIAI ATAU PIMPINAN PESANTREN.....	50
KETELADANAN PENGURUS PESANTREN.....	50
KELEMBAGAAN / ORGANISASI.....	51
ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA.....	51
ASPEK PASAR DAN PEMASARAN.....	52
ASPEK PRODUKSI DAN OPERASIONAL.....	52
ASPEK KEUANGAN.....	53
FAKTOR PENDUKUNG.....	53
FAKTOR-FAKTOR PENTING (CRITICAL POINTS).....	54
PERSIAPAN.....	54
PELAKSANAAN.....	55
MONITORING.....	56
DOKUMENTASI DAN PELAPORAN.....	56
UPAYA KEBERLANJUTAN.....	56

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG PENYUSUNAN BUKU

Buku ini disusun sebagai pedoman praktis bagi pesantren untuk mengembangkan unit usaha pesantren dibidang daur ulang sampah plastik. Pengembangan ekonomi pesantren sejalan dengan cetak biru (blueprint) pengembangan ekonomi keuangan Syariah Bank Indonesia terutama melalui pemberdayaan usaha Syariah. Buku pedoman praktis pengelolaan usaha pesantren ini diharapkan dapat memandu secara detail aspek-aspek manajemen yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, produksi, serta aspek-aspek penting lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan sebuah usaha pesantren. Panduan tersebut diharapkan juga dapat meningkatkan kualitas tata kelola (governance) unit usaha pesantren khususnya di bidang usaha pengelolaan sampah plastik.

Selain itu, penyusunan buku ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai ukuran kelayakan usaha (feasibility dan viability studies) yang dapat digunakan oleh pesantren untuk dapat memulai usaha. Kemudian, penyusunan buku ini juga sebagai dokumentasi pengetahuan (repository knowledge) model bisnis yang dinilai berhasil sehingga menjadi bagian dari program replikasi model bisnis di pesantren yang memiliki kesamaan potensi.

PENGEMBANGAN KEMANDIRIAN EKONOMI PESANTREN

Pesantren adalah salah satu institusi atau lembaga asli Indonesia yang mempunyai peranan multidimensi dalam kehidupan bangsa Indonesia. Pesantren berperan dalam bidang pendidikan dan pengajaran, dakwah, dan kegiatan sosial. Dalam dunia pendidikan, pesantren berperan dalam mengajarkan pendidikan Islam, selain pendidikan umum. Lebih jauh lagi, pesantren juga memiliki peran dalam pemberdayaan masyarakat (society empowerment) terutama pemberdayaan perekonomian lokal dan kewirausahaan. Pengembangan ekonomi pesantren adalah bagian yang tidak terpisahkan dari pemberdayaan ekonomi umat. Fungsi utama pemberdayaan ekonomi pesantren adalah untuk mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren sehingga pesantren dapat mengoptimalkan peran dan fungsinya di bidang pendidikan dan pengajaran, dakwah, dan sosial ekonomi.

PENGOLAHAN SAMPAH DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Lingkungan merupakan karunia Allah SWT dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Masalah kelestarian lingkungan bukanlah persoalan individu melainkan juga menjadi persoalan umum. Allah menegaskan dalam Q.S Ar-Rum ayat 41 bahwa berbagai fenomena rusaknya lingkungan di darat dan di laut adalah bermula dari ulah tangan manusia. Bahaya dari sampah plastik telah mengancam kelestarian lingkungan. Oleh karena itu Islam sebagai agama yang menjadi rahmat bagi seluruh alam harus hadir dalam upaya menanggulangi berbagai permasalahan sampah yang ada untuk mewujudkan kelestarian lingkungan demi kemaslahatan umat. Tindakan tersebut merupakan bagian dari bentuk kepedulian terhadap masalah-masalah sosial yang diperintahkan oleh agama sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 143 bahwa umat Islam adalah umat yang adil dan pilihan yang menjadi saksi atas perbuatan manusia dan Rasul menjadi saksi atas perbuatan umat Islam. Oleh karena itu ketika berbagai permasalahan dan bahaya sampah plastik menjadi momok yang menghantui masyarakat maka umat Islam berkewajiban untuk bergerak dan menanggulangnya. Penanggulangan tersebut bisa dilakukan salah satunya dengan cara mendaur ulang sampah plastik menjadi barang yang bernilai dan bisa dipergunakan kembali. Bisnis pengolahan sampah plastik merupakan upaya penanggulangan yang juga dapat mengembangkan perekonomian karena dinilai memiliki prospek yang baik dan cukup menguntungkan.

Salah satu usaha strategis untuk pengembangan ekonomi pesantren adalah dengan melakukan pengelolaan atau daur ulang sampah. Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, sampah adalah sisa dari kegiatan manusia atau proses alam yang berbentuk padat. Jenis sampah bisa dibagi kedalam tiga kategori

yaitu: sampah rumah tangga, sampah sejenis rumah tangga dari kegiatan komersial, dan sampah spesifik dari hasil industri. Saat ini, dengan jumlah penduduk dunia yang mencapai milyaran, serta perkembangan industri yang semakin pesat, produksi sampah menjadi tidak terkendali karena kegiatan manusia dan pemanfaatan sumber daya alam semakin intensif dilakukan. Hal ini kemudian menimbulkan permasalahan besar bagi dunia, yaitu menumpuknya jumlah sampah.

Dalam konteks ekonomi dunia, terdapat tiga sumber ekonomi yang akan menjadi rebutan perekonomian masa depan, yaitu energi, pasokan makanan, dan air. Permasalahan sampah akan berdampak buruk pada ketiga hal tersebut. Semakin banyaknya sampah berkorelasi dengan semakin rusaknya lingkungan, yang berarti sumber energi untuk kehidupan kualitasnya akan berkurang. Sampah juga akan mencemari tanah, yang tentunya akan berakibat kepada menurunnya kualitas makanan yang diproduksi dari tanah tersebut. Selain itu, sumber air tanah juga dalam bahaya besar dan kualitasnya akan semakin berkurang karena tercemar oleh sampah.

Berbagai metode bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan sampah diantaranya dengan cara insinerator atau pembakaran sampah, pelarangan dan pembatasan penggunaan barang-barang tertentu yang berpotensi menimbulkan permasalahan sampah seperti plastik, serta daur ulang sampah. Setiap metode memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing.

Sebagian orang mungkin berpikir bahwa metode insinerator atau pembakaran sampah adalah cara yang paling ampuh untuk menangani permasalahan sampah karena membakar sampah bisa dikatakan adalah cara yang paling cepat dan mudah untuk memusnahkan sampah. Namun, metode pembakaran sampah membutuhkan teknologi yang mahal apabila ingin meminimalisir polusi dan residu yang ditimbulkan. Apabila dijalankan dengan tidak optimal bukan tidak mungkin metode ini malah menimbulkan permasalahan lingkungan lainnya. Residu pembakaran sampah juga bisa merusak kualitas tanah disekitar lokasi pembakaran sampah. Berdasarkan hal tersebut biasanya metode ini juga mengalami kendala terkait penentuan lokasi karena umumnya mendapat penolakan dari masyarakat sekitar.

Metode pembatasan penggunaan bahan tertentu seperti plastik memiliki tantangan lain dan cenderung memerlukan waktu yang lama untuk bisa berjalan efektif di masyarakat. Pembatasan bahan tertentu berarti menghentikan kegiatan produksi dari produsen yang mengeluarkan produk tersebut sehingga ada dampak sosial dan ekonomi yang ditimbulkan. Proses edukasi dan pembiasaan gaya hidup baru di masyarakat juga bukan

proses yang instan dan akan memakan waktu yang panjang untuk berhasil.

Dibandingkan dengan dua metode lainnya yang sudah dijelaskan diatas, bisa dikatakan bahwa metode daur ulang sampah adalah opsi yang paling baik untuk saat ini. Metode ini memiliki tingkat kelayakan bisnis yang baik karena cukup mudah dijalankan dan juga memiliki potensi keuntungan yang tinggi. Jenis usaha ini mudah dijalankan karena bisa dilakukan dimana saja dan oleh siapa saja. Bahan baku sampah tersedia hampir di semua tempat. Selain itu pengelolaan usaha daur ulang sampah pun tidak rumit dan tidak membutuhkan tenaga kerja yang berkualifikasi tinggi. Dari sisi bisnis, hasil penjualan daur ulang sampah juga memiliki nilai jual yang cukup tinggi karena dibutuhkan oleh banyak pihak.

BISNIS DAUR ULANG SAMPAH PLASTIK

Sampah plastik merupakan salah satu permasalahan utama dunia pada saat ini. Data menunjukkan bahwa kurang lebih 273 juta ton sampah plastik dihasilkan di seluruh dunia pada tahun 2010¹. Peningkatan jumlah sampah plastik utamanya dipicu oleh penggunaan plastik secara komersial yang dimulai sejak tahun 1930an, terutama untuk keperluan pengemasan. Menurut Geyer, Jambeck, & Law (2017), 381 juta ton plastik diproduksi pada tahun 2015, meningkat sangat drastis dibandingkan 2 juta ton pada tahun 1950.

Terkait permasalahan ini, usaha daur ulang sampah plastik memiliki positioning yang unik karena selain terdapat potensi ekonomi yang tinggi juga adanya kontribusi dalam usaha pelestarian lingkungan. Usaha daur ulang sampah dikatakan memiliki potensi bisnis yang bagus karena sumber bahan baku yang melimpah. Di Indonesia sendiri, dikutip dari Bisnis.com pada 25 Maret 2019, berdasarkan data Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS), baru sekitar 14% sampah plastik yang sudah didaur ulang, artinya masih banyak sumber bahan baku yang belum terolah. Harga produk daur ulang plastik pun cenderung stabil dan tinggi karena bahan plastik dibutuhkan oleh banyak industri. Kemudian, yang tidak kalah penting adalah kontribusi dari jenis usaha ini terhadap proses pelestarian lingkungan; pelestarian lingkungan dan partisipasi dalam pengelolaan sampah merupakan perwujudan dari tanggungjawab kita sebagai warga negara dan bagian dari populasi dunia.

Pelaku usaha di bidang daur ulang sampah bisa terbagi menjadi 4 kategori utama sebagai berikut:

1. Individu (Perorangan)

¹ our world in data.org

2. Komunitas
3. Industri
4. Pemerintah (Institusi)

PROFIL USAHA PENGOLAHAN SAMPAH PLASTIK

Bisnis daur ulang sampah telah marak diperbincangkan di kalangan masyarakat. Peluang usaha dengan pengolahan sampah plastik terbilang sangat prospektif yang mendapatkan respon positif dari berbagai kalangan masyarakat. Bisnis pengolahan sampah merupakan bisnis yang diminati masyarakat karena merupakan bisnis yang terbilang cukup menguntungkan dan mampu menjaga kelestarian lingkungan dengan cara mengolah sampah menjadi barang yang kembali bernilai.

Peningkatan sampah plastik yang cukup besar menjadikan bisnis daur ulang sampah plastik memiliki potensi yang cukup menjanjikan. Seiring dengan peningkatan konsumsi rumah tangga dan kegiatan sektor bisnis di Indonesia maka penanganan sampah menjadi tantangan yang cukup besar bagi masyarakat dan pemerintah. Indonesia memiliki peluang yang cukup besar dalam pengembangan industri daur ulang sampah plastik. Pada tahun 2018 bisnis daur ulang sampah plastik di Indonesia mencapai 400 ribu ton pertahun. Oleh karena itu, bisnis pengolahan sampah menjadi cukup prospektif untuk dikembangkan. Pasar ekspor produk biji plastik telah mencapai berbagai negara di dunia. Peluang bisnis daur ulang sampah plastik termasuk dalam kategori industri global. Bisnis ini tidak hanya untuk industri dalam skala besar saja, melainkan juga usaha kecil dan menengah.

Keberadaan pesantren juga mampu memberikan peran penting dalam upaya mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan khususnya di lingkungan pesantren. Selain itu, dengan mengembangkan bisnis pengolahan sampah plastik, pesantren-pesantren sudah turut berperan dalam pengembangan industri daur ulang sampah plastik di Indonesia. Metode yang dilakukan dalam pengolahan sampah plastik pun cukup beragam misalnya dengan mendaur ulang sampah botol plastik menjadi peralatan rumah tangga. Hasil daur ulang sampah ini nantinya dapat menghasilkan produk yang mempunyai daya guna yang tinggi. Berbagai langkah dan metode juga dilakukan oleh berbagai pengusaha daur ulang sampah plastik di Indonesia untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai guna dan inovatif. Termasuk didalamnya adalah bisnis daur ulang sampah plastik yang dilakukan oleh pesantren-pesantren yang tersebar di pelosok tanah air.

PENGEMBANGAN EKONOMI PESANTREN MELALUI DANA SOSIAL ISLAM (ISLAMIC SOCIAL FINANCE)

Salah satu strategi untuk mengembangkan perekonomian pesantren adalah melalui sedekah sebagai salah satu instrumen filantropi Islam yang sangat penting. Dalam aspek ekonomi, sedekah mempunyai tiga fungsi utama yaitu: fungsi konsumsi, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan infrastruktur. Istilah sedekah sendiri dapat diartikan sebagai pemberian sesuatu, khususnya dalam bentuk materi, secara sukarela (voluntarily) dan ikhlas tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu.

Pertama, sedekah mempunyai fungsi konsumsi jika penyalurannya ditujukan untuk konsumsi individu atau masyarakat, misalnya, membantu seorang individu untuk membeli kebutuhan pokok, obat-obatan, maupun kebutuhan sehari-hari. Fungsi ini bersifat terbatas pada penerima sedekah dan tidak memiliki dampak berganda (multiplier effect) diluar pihak yang menerima bantuan. Kedua, sedekah mempunyai peran sebagai sumber pembangunan infrastruktur jika digunakan untuk membangun kelas, sekolah, masjid, dan sarana publik lainnya. Ketiga, sedekah mempunyai fungsi pemberdayaan umat (umamah empowerment) jika penyalurannya ditujukan untuk membantu memberdayakan umat melalui program-program pemberdayaan ekonomi produktif, misalnya sedekah diarahkan untuk membuat program pelatihan keterampilan dan kewirausahaan, termasuk peralatan mesin untuk membantu memulai usaha pesantren. Sedekah yang disalurkan secara efektif dapat menjadi solusi atas permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh umat termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan.

Sedekah untuk pesantren dapat dikembangkan melalui bantuan peralatan atau mesin yang dapat digunakan pesantren untuk memulai kegiatan ekonomi produktif (usaha). Usaha tersebut dapat menyediakan produk dan jasa baik untuk konsumsi internal pesantren maupun masyarakat sekitar. Dalam ruang lingkup yang lebih luas, produk dan jasa yang diproduksi oleh pesantren dengan sedekah dapat membantu masyarakat sekitar membeli barang dan jasa dengan tingkat harga yang realtif lebih murah dibandingkan produk dan jasa yang diproduksi dengan sumber keuangan komersial, sehingga daya beli masyarakat tetap terjaga.

PESANTREN : DEFINISI, LEMBAGA, DAN POTENSI EKONOMI

PESANTREN MENURUT UU NOMOR 18 TAHUN 2019 TENTANG PESANTREN

Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren, pesantren adalah lembaga yang berbasis masyarakat dan didirikan oleh perseorangan, yayasan, organisasi masyarakat Islam, dan/atau masyarakat yang menanamkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, menyemaikan akhlak mulia serta memegang teguh ajaran Islam rahmatan lil'alam yang tercermin dari sikap rendah hati, toleran, keseimbangan, moderat, dan nilai luhur bangsa Indonesia lainnya melalui pendidikan, dakwah Islam, keteladanan, dan pemberdayaan masyarakat dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

SEJARAH PESANTREN

Istilah pesantren secara etimologis berasal dari kata "santri" dengan penambahan awalan pe dan akhiran an yang berarti tempat belajar atau tempat tinggal para santri (istilah pelajar di pesantren) (Daulay, 2014).² Sedangkan istilah "santri" direlasikan dengan Bahasa Sansekerta "shastri" diambil dari kata "shastra" yang berarti buku suci, buku agama, dan pengetahuan.³ Dalam perkembangannya, istilah pesantren umumnya disandingkan dengan kata "pondok", sehingga muncul istilah Pondok Pesantren (PP). Pondok sendiri berarti rumah atau tempat tinggal para santri. Kata pondok berasal dari Bahasa Arab funduq yang berarti pemondokan atau asrama. Namun demikian, istilah Pondok Pesantren hanya populer di pulau Jawa dan Madura, sedangkan di pulau Sumatera ada beberapa istilah sistem pengajaran Islam tradisional, misalnya di Minangkabau dikenal istilah surau, yang secara literal berarti tempat untuk beribadah yang lebih kecil dari masjid dan memiliki kesamaan seperti langgar atau mushola di pulau Jawa. Sedangkan di Aceh dikenal istilah meunasah, rangkang, dan dayah. Meunasah adalah tempat dimana anak-anak belajar membaca Al-Qur'an dan dasar-dasar Agama Islam. Setelah belajar dari meunasah, anak-anak ini melanjutkan belajar Islam lebih lanjut ke rangkang, dan berakhir di dayah dimana mereka mendalami Islam lebih jauh. Sekolah sejenis pesantren ini dipimpin oleh tengku, istilah yang sama seperti kiai di pulau Jawa (Azra, 2006 dan Srimulyani, 2013).⁴

2 Haidar Putra Daulay, *Pendidikan Islam dalam Sistem Pendidikan Nasional Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014) 18

3 CC Berg, "Indonesia" dalam HAR Gibb (ed), *Whither Islam? A Survey of Modern Movements in the Moslem World* (London, 1932).

4 Ibid.

Secara historis, pesantren telah hadir di bumi Nusantara bahkan jauh sebelum Indonesia berdiri. Bahkan beberapa penulis Barat menyimpulkan bahwa pesantren lebih tua dari keberadaan Islam di Indonesia dan merupakan bentuk transformasi kultural yang sangat panjang. Dalam konteks tersebut, pesantren dianggap sebagai strategi dakwah bil hal untuk menyebarkan Islam di Nusantara. Beberapa sejarawan misalnya menyebutkan bahwa pesantren berdiri antara abad 17 dan 18 di wilayah Nusantara.⁵ Pesantren Tegalsari misalnya mengklaim didirikan pada tahun 1742.⁶

Kehadiran pesantren selama berabad-abad dan tetap bertahan sampai sekarang di Indonesia karena kontribusi nyata pesantren di masyarakat. Di masa penjajahan, pesantren mempunyai pengaruh besar dalam memobilisasi masyarakat lokal melakukan aksi-aksi protes terhadap kekuasaan kolonial di pedesaan.⁷ Dari tahun ke tahun dengan pertumbuhan populasi Indonesia, jumlah pesantren semakin banyak dan tetap eksis di tengah-tengah kemunculan sistem pendidikan baru hasil kreasi masyarakat Indonesia maupun luar negeri.

Karena dianggap sebagai bagian tidak terpisahkan dalam sistem pendidikan nasional, keberadaan pesantren diakui dalam sistem yang diakui perundang-undangan nasional. Menurut Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2014, pondok pesantren didefinisikan sebagai lembaga pendidikan keagamaan Islam yang diselenggarakan oleh masyarakat yang menyelenggarakan satuan pendidikan pesantren dan atau secara terpadu menyelenggarakan pendidikan lainnya baik dari tingkat taman kanak-kanak (*raudatul athfal*), sekolah dasar (*diniyah*), sekolah menengah pertama (*tsanawiyah*), sekolah menengah atas (*aliyah*), dan pendidikan tinggi (*jami'ah*).

KELEMBAGAAN DAN ELEMEN PESANTREN

Pondok Pesantren umumnya memiliki lima elemen. Elemen tersebut terbagi menjadi 3 elemen dasar yaitu: (i) Sumber Daya Manusia (*kiai* dan *santri*); (ii) Sistem Pengajaran dan Pembelajaran (*salafi*, *khalafi*, dan *campuran*); dan (iii) Sumber Daya Lahiriyyah (*pemon-dokan* dan *asrama*).

SUMBER DAYA MANUSIA

Elemen utama sumber daya manusia pendukung pesantren adalah *kiai* dan *sant-*

⁵ Lihat misalnya, Martin van Bruinessen, *Kitab Kuning Pesantren dan Tarekat: Tradisi-Tradisi Islam Indonesia* (Mizan, 1999) cet.ke-3, 25.

⁶ "Sejarah Pesantren Tegalsari" [18 Agustus 2019], <https://situsbudaya.id/sejarah-pesantren-tegalsari/>

⁷ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi* (Bandung: Mizan, 1991) 247

ri. Pertama, kiai umumnya adalah pendiri sekaligus pimpinan tertinggi pondok pesantren baik pimpinan spiritual maupun pimpinan organisasi pesantren. Gelar kiai umumnya disematkan oleh masyarakat sekitar dan santri karena anggapan bahwa seseorang adalah seorang ahli agama Islam dan mampu mengajarkan pemahaman agamanya kepada para santri maupun masyarakat secara luas (Zamakhsyari Dhofier, 1982). Menurut Geert and Horisoki, peran kiai sangat multi-fungsi atau sole leader.⁸ Dengan perannya ini, kiai adalah pendiri, pemilik, pemimpin tunggal, sekaligus pengajar di sebuah pesantren. Segala kebijakan kiai harus dilaksanakan, umumnya tanpa keraguan dan pertanyaan, dan bahkan bantahan, karena kepemimpinan kiai di sebuah pondok pesantren dianggap sebagai kepemimpinan agama daripada sosial. Sehingga pelanggaran terhadap perintah kiai dapat dianggap sebagai penyimpangan terhadap doktrin penghormatan terhadap kiai serta etika yang harus dijunjung oleh para santri (Abdul Basyit, 2017:315).⁹ Dalam perkembangannya, model kepemimpinan pesantren telah bertransisi menjadi kepemimpinan kolektif, misalnya dalam bentuk yayasan. Kepemimpinan kolektif dilakukan dengan alasan keberlangsungan (sustainability) dan kompleksitas kegiatan pesantren (complexity). Kedua, santri secara umum adalah seseorang yang menuntut ilmu agama di pesantren. Santri umumnya menetap di sebuah pemondokan dalam pesantren hingga durasi pendidikan pesantren selesai. Santri terdiri dari santri laki-laki dan santri perempuan.

SISTEM PENGAJARAN

Sistem pengajaran di pesantren umumnya terbagi menjadi tiga sistem: salafi (tradisional); khalafi (modern), dan kombinasi. Sistem ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Sistem Salafi

Pertama, pesantren salaf memiliki beberapa karakter khas diantaranya adalah sistem pengajaran dan materi yang diajarkan diambil dari “kitab kuning”, sebuah kitab klasik Islam yang ditulis oleh para ulama yang umumnya menganut faham Syafi’iyah dan umumnya sampul buku berwarna kuning (Zamakhsyari Dhofier, 1994:50). Cara menyampaikan teks-teks dalam “kitab kuning” tersebut dilakukan secara penangkapan harfiyah (litterlijk) dimana para santri belajar membaca dan memahami satu teks dan beralih ke teks yang lain.

8 Clifford Geertz, dalam “The Javanese Kijaji: The Changing Role of a Cultural Broker”, CSSH (1959-1960) Volume II, h. 228-249, memasukkan peran lain dari Kiai atau ulama yakni sebagai “makelar budaya” (CulturalBroker) dan Hiroko Hroikosi, Kiai dan Perubahan Sosial, Jakarta: P3M, 2001, h. 120.

9 Abdul Basyit, “Pembaharuan Model Pesantren: Respon Terhadap Modernitas” (Oktober, 2017) Vol.XVI Koordinat

Salah satu metode yang digunakan dalam sistem salafi adalah sistem sorogan. Metode ini sistem individual dalam sistem pendidikan Islam tradisional disebut sistem sorogan yang diberikan dalam pengajian kepada murid-murid yang telah menguasai pembacaan Al-Qur'an. Metode utama sistem pengajaran di lingkungan pesantren tradisional adalah sistem bandongan atau seringkali juga disebut sistem weton. Dalam sistem ini sekelompok murid (antara 5 sampai 500 orang) mendengarkan seorang guru membaca, menerjemahkan, menerangkan, dan seringkali mengulas buku-buku Islam dalam bahasa Arab. Setiap murid memerhatikan bukunya atau kitabnya sendiri dan membuat catatan-catatan (baik arti maupun keterangan) tentang kata-kata atau buah pikiran yang sulit. Kelompok kelas dari sistem bandongan ini disebut halaqah yang arti bahasanya lingkaran murid, atau sekelompok siswa yang belajar di bawah bimbingan seorang guru (Zamakhsyari Dhofier, 1994: 28).

b. Sistem Khalafi

Sistem khalafi adalah sistem pengajaran dan pembelajaran di pesantren yang menerapkan sistem pengajaran klasik, seringkali disebut dengan sistem madrasa atau berdasarkan madrasah, yang memberikan ilmu umum dan ilmu agama serta memberikan pendidikan keterampilan bagi para santri.

Sistem pembelajaran pada pesantren ini menggunakan kelas-kelas belajar dalam bentuk klasikal. Kurikulum yang dipakai adalah kurikulum sekolah atau madrasah yang berlaku secara nasional. Santrinya ada yang menetap dan ada pula yang tersebar di sekitar pondok pesantren. Pada pesantren jenis ini, para kiai berkedudukan menjadi koordinator pelaksana proses pembelajaran dan sebagai pengajar langsung di kelas. Perbedaan dengan madrasah dan sekolah pada umumnya terletak pada proses pendidikan agama dan bahasa Arab (dan terkadang bahasa Inggris) yang lebih ditonjolkan sebagai kurikulum lokal.

c. Sistem Campuran

Pada jenis ini, pesantren merupakan sistem pendidikan dan pengajaran gabungan antara yang tradisional dan yang modern. Di dalamnya diterapkan pendidikan dan pembelajaran kitab kuning dengan metode sorogan, bandongan, dan wetonan; namun secara reguler sistem persekolahan terus dikembangkan. Bahkan pendidikan keterampilan pun diaplikasikan sehingga menjadikan jenis pesantren ini berbeda dari jenis kesatu dan kedua.¹⁰

10 Marwan Saridjo, *Sejarah Pondok Pesantren di Indonesia* (Jakarta: Dharma Bhakti, 1980).

BANGUNAN FISIK

Aspek fisik yang mencolok dari pondok pesantren adalah keberadaan pemondokan dan bangunan mesjid.

a. Pemondokan atau Asrama

Hampir semua pesantren berada di desa-desa dimana tidak tersedia perumahan (akomodasi) yang cukup untuk dapat menampung santri-santri. Dengan demikian mereka perlu ditampung dalam suatu pondokan. Selain itu, ada sikap timbal balik antara kiai dan santri, dimana para santri menganggap kiainya seolah-olah sebagai bapaknya sendiri, dan kiai menganggap santri sebagai titipan Tuhan yang harus senantiasa dilindungi, apalagi ketika santri datang ke kiai diantarkan oleh keluarganya dengan membawa amanat titip kepadanya untuk dididik dan dibina dalam hal agama.

b. Mesjid

Adanya masjid sebagai tempat yang tepat untuk mendidik para santri, kegiatan keagamaan, terutama untuk menjalankan shalat lima waktu, khutbah, shalat Jum'at dan pengajaran kitab-kitab. Biasanya, di pesantren selalu tersedia masjid di dalamnya, baik untuk kepentingan pesantren itu sendiri juga untuk tempat ibadah masyarakat di luar pesantren. Bahkan dalam banyak hal sebuah pesantren yang baru berdiri pun akan mendirikan masjidnya terlebih dahulu secara permanen dan megah daripada bangunan pondokan lainnya.

Kedudukan masjid memang sangat sentral bagi sebuah pesantren. Menjadikan masjid sebagai tempat pendidikan merupakan manifestasi universalisme dari sistem pendidikan tradisional dalam Islam sejak zaman awal peradaban Islam. Pesantren-pesantren di Jawa memelihara tradisi tersebut dengan mengajarkan pengetahuan keagamaan di masjid serta melaksanakan aktivitas ibadahnya di masjid tersebut.

FUNGSI PESANTREN

Pesantren memiliki beberapa fungsi dan peran dalam kehidupan masyarakat. Fungsi dan peran tersebut dapat dibagi menjadi fungsi utama (primary functions) dan fungsi sekunder (secondary functions). Misalnya, Azyumardi Azra (2010: 104) menjelaskan tiga fungsi utama pesantren yaitu: pertama, transmisi dan transfer ilmu-ilmu keislaman; kedua, pemeliharaan tradisi Islam; dan ketiga, reproduksi ulama. Sedangkan Clifford Geertz (1960) menambahkan fungsi pesantren sebagai "makelar budaya" (culturalbro-

ker), dan Horikoshi menyebut fungsi sosial kontrol (social control) dan perekayasa sosial (social engineering).

Peran dan fungsi utama pesantren tersebut tidak terlepas dari keberadaan pesantren di tengah-tengah masyarakat. Secara sosiologis, pesantren memiliki kedekatan dan kerekatan dengan masyarakat lokal atau pedesaan. Kedekatan ini melahirkan akses langsung pesantren terhadap bidang sosial, budaya, ekonomi, politik, serta posisi strategis di tengah-tengah kehidupan masyarakat lokal.

Selain sebagai lembaga pendidikan dan dakwah, pesantren juga merupakan lembaga pemberdayaan masyarakat. Sejarah telah membuktikan peran pesantren dalam mendukung perekonomian umat. Pesantren sudah sejak lama berkontribusi dalam pembangunan. Pada masa ini, peran dan fungsi pesantren diperluas menjadi salah satunya melalui pemberdayaan masyarakat khususnya pemberdayaan ekonomi.

Pesantren masa kini telah melakukan banyak transformasi terutama dalam pengembangan ekonomi dan kewirausahaan. Pesantren yang kuat secara ekonomi mampu mendukung secara strategis pengembangan pendidikan dan dakwah Islam di daerah tempat mereka berdomisili. Transformasi tersebut didukung oleh program pemerintah (government policies) terutama melalui pendirian koperasi (misalnya Koperasi Pondok Pesantren – Kopontren) sebagai wadah untuk mengelola unit usaha pesantren. Keberadaan koperasi mampu menstimulasi potensi ekonomi pesantren.

Pesantren yang kuat secara ekonomi mampu menjadi penggerak perubahan sosial dan ekonomi yang berpusat pada masyarakat (society-centered economic and social changes) sekaligus sebagai pusat pengembangan pembangunan yang berwawasan nilai (value-oriented development). Pesantren yang menjadi penggerak perekonomian mampu meningkatkan kesejahteraan santri, para guru, pengurus pesantren, dan masyarakat sekitar tanpa meninggalkan fungsinya sebagai pusat pendidikan dan dakwah dan penanaman nilai-nilai Islam (Asrori S. Karni, 2009: 230).

PESANTREN MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 18 TAHUN 2019

FUNGSI PESANTREN MENURUT UNDANG-UNDANG

Menurut UU Nomor 18 Tahun 2019, ruang lingkup pesantren meliputi: (i) pendidikan; (ii) dakwah; dan (iii) pemberdayaan masyarakat. Pertama, pendidikan pesantren bersifat kekhasan, tradisi, dan kurikulum pendidikan masing-masing pesantren. Tujuan

pendidikan ini adalah untuk membentuk santri yang unggul dalam mengisi kemerdekaan Indonesia dan mampu menghadapi perkembangan zaman. Pesantren menyelenggarakan pendidikan formal dan non-formal baik dari tingkat dasar, menengah, dan atas.

Sedangkan fungsi dakwah ditekankan untuk mewujudkan Islam sebagai rahmatan lil'alam. Pelaksanaan dakwah ini dilakukan oleh kiai, santri dan atau melalui lembaga dakwah yang dibentuk dan dikelola oleh Pesantren. Fungsi dakwah ini meliputi antara lain sebagai berikut:

1. Upaya mengajak masyarakat menuju jalan Allah SWT, dengan cara yang baik dan menghindari kemungkar. Mengajarkan pemahaman dan keteladanan pengamalan nilai-nilai keislaman yang rendah hati, toleran, keseimbangan, moderat, dan nilai luhur bangsa Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
2. Menyiapkan pendakwah Islam yang menjunjung tinggi nilai luhur bangsa Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sedangkan fungsi pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk peningkatan kesejahteraan Pesantren maupun masyarakat.

UNSUR PESANTREN MENURUT UNDANG-UNDANG

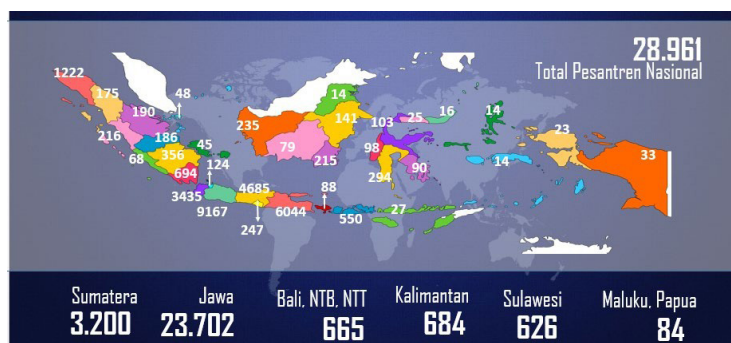
Undang-Undang Pesantren Nomor 18 Tahun 2019 menyebutkan bahwa unsur pesantren terdiri dari: (i) kiai; (ii) santri yang bermukim di pesantren; (iii) pondok atau asrama; (iv) masjid atau musala; dan (v) kajian Kitab Kuning atau Dirasah Islamiah dengan Pola Pendidikan Muallimin. Kiai yang dimaksud dalam Undang-Undang tersebut merupakan pemimpin tertinggi Pesantren yang mampu menjadi pengasuh, figur, dan teladan dalam penyelenggaraan pesantren. Sedangkan santri sebagaimana dimaksud oleh Undang-Undang tersebut adalah peserta didik yang bermukim maupun tidak bermukim di pesantren. Para santri diarahkan untuk memperdalam dan meningkatkan kajian Kitab Kuning atau Dirasah Islamiah dengan pola pendidikan Muallimin, pengamalan ibadah, pembentukan perilaku akhlak mulia, dan penguasaan bahasa. Sehingga para santri ini diharapkan mempunyai keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, menyemaikan akhlak mulia, memegang teguh toleransi, keseimbangan, moderat, rendah hati, dan cita tanah air berdasarkan ajaran Islam, nilai luhur bangsa Indonesia, serta berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pondok dan asrama dimaksudkan sebagai tempat tinggal para santri yang bermukim selama masa proses pendidikan di Pesantren. Sedangkan kajian Kitab Kuning atau Dirasah Islamiah dengan Pola Pendidikan Muallimin dilaksanakan dengan menggunakan metode sorongan, bandongan, metode klasikal, terstruktur, berjenjang, dan atau metode pembelajaran lainnya sebagaimana dibahas di sub-bab sebelumnya.

PESANTREN DALAM ANGKA

Jumlah pesantren terus meningkat dari waktu ke waktu secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pesantren masih dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Dalam catatan van den Berg, pada tahun 1885, hanya ada sekitar 300 buah pesantren di seluruh Nusantara, setelah berkembang satu abad kemudian, jumlah ini meningkat menjadi 5.661 pesantren dengan 938.397 santri pada tahun 1981 (HM Yacob, 1985:68). Pada tahun 2001, pesantren terus mengalami pertumbuhan signifikan yaitu menjadi 9.413 pesantren dengan jumlah santri mencapai 1.775.768 (Zamarkhasyari, ibid: 44). Pada tahun 2016, jumlah pesantren mencapai 28.961 dan jumlah santri sebanyak 3.591.038 orang. Jumlah tersebut mencapai 7,63 persen dari total anak sekolah di Indonesia. Dari sisi geografis, mayoritas pesantren berada di pulau Jawa, yaitu sebanyak 81,8% dari total pesantren (Gambar 1).

Gambar 1. Sebaran Pesantren di Indonesia



Sumber: Statistik Pendidikan Islam Tahun Pelajaran 2014/2015 Kemenag RI, 2016.

Jumlah yang sangat besar ini menyimpan potensi ekonomi yang luar biasa baik sebagai unit produksi barang dan jasa, maupun sebagai unit konsumsi. Potensi tersebut akan dibahas di bab-bab selanjutnya.

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN USAHA DAUR ULANG SAMPAH PESANTREN

PENGENALAN ASPEK PASAR

Salah satu pengetahuan yang penting dalam memulai sebuah bisnis atau usaha adalah mengenali pasar (market). Pasar adalah tempat terjadi transaksi barang dan jasa. Pasar juga diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk saling menukarkan barang dan jasa. Sehingga, mengenali karakteristik pasar adalah salah satu syarat keberhasilan sebuah usaha.

Untuk mengenali sebuah pasar, ada beberapa komponen yang harus diperhatikan oleh unit usaha pesantren. Komponen-komponen tersebut adalah pembeli, pemasok, pendatang baru, produk pengganti, dan persaingan. Komponen tersebut sebagai pengetahuan dasar bagi unit usaha pesantren untuk mengenali lingkungan pasar.

PESANTREN SEBAGAI PELAKU KONSUMSI

Dari aspek pemasaran, jumlah santri yang besar merupakan pangsa pasar tersendiri. Santri adalah konsumen potensial. Konsumsi dilakukan oleh para santri secara berkala baik harian, mingguan, maupun tahunan merupakan potensi ekonomi yang mendatangkan pemasukan (cash flow). Kebutuhan (needs) dan keinginan (wants) para santri dapat diakomodasi oleh pihak pesantren melalui pendirian unit usaha. Kebutuhan santri tidak terbatas pada makanan, minuman, alat tulis, pakaian, telekomunikasi, dan lain sebagainya. Pesantren yang memiliki unit usaha yang menjual produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan santri akan menjaga sirkulasi uang tidak keluar dari lingkungan pesantren.

PESANTREN SEBAGAI PELAKU PRODUKSI

Pesantren juga dapat berfungsi sebagai agen produksi. Dengan potensi sumber daya yang dimiliki, termasuk para santri, pengurus dan guru, serta masyarakat sekitar, pesantren dalam memobilisasi potensi sumber daya tersebut menjadi modal untuk memproduksi barang dan jasa. Beberapa pesantren di Indonesia menjadikan para santri sebagai pengelola unit usaha pesantren. Pesantren berwawasan kewirausahaan ini menjadikan pengalaman mengelola unit usaha sebagai media belajar sambil berbuat (learning by doing).

Beberapa pesantren pun berhasil dalam memobilisasi masyarakat sekitar sebagai sumber daya manusia pendukung (supporting human resources). Unit usaha pesantren

mempekerjakan masyarakat sekitar baik sebagai pekerja, mitra bisnis, maupun sebagai pemasar produk dan jasa yang diproduksi oleh unit usaha pesantren.

KOMPONEN LINGKUNGAN PASAR (MARKET ENVIRONMENT)

KEKUATAN PENAWARAN PEMBELI

• PEMBELI INTERNAL (SANTRI, GURU, DAN PENGURUS PESANTREN)

Unit usaha pesantren harus mengenali daya beli dan daya tawar dari pasar sasaran (target market) yang hendak dijangkau. Pasar sasaran utama produk dan jasa pesantren adalah lingkungan internal pesantren yang terdiri dari para santri, guru, dan pengelola pesantren secara umum. Daya tawar ini harus menjadi pertimbangan unit usaha pesantren dalam menetapkan harga produk dan jasa yang akan dijual.

• PEMBELI EKSTERNAL (MASYARAKAT LUAS)

Selain pembeli internal, produk pesantren pun mempunyai potensi untuk dijual kepada masyarakat sekitar pesantren atau pembeli eksternal. Hal ini sangat memungkinkan mengingat produk dan jasa pesantren mempunyai beberapa keunggulan seperti adanya image bahwa produk pesantren adalah produk yang terdapat keberkahan para kiai (studi kasus di Sidoarjo misalnya menjelaskan hipotesis ini). Selain itu, harga produk pesantren relatif lebih murah dibanding dengan harga pesaing yang ada di pasaran masyarakat sekitar.

Dalam teori pemasaran, daya tawar yang efektif dari konsumen dapat menekan harga sebuah produk dan jasa, serta memberikan penawaran dalam kuantitas maupun kualitas ataupun layanan lebih. Dalam konteks yang lebih luas, daya tawar konsumen dapat memacu persaingan (competition) antara para pelaku usaha di sektor yang sama. Unit usaha pesantren harus memperhatikan karakter pembeli yang memiliki daya tawar yang kuat sebagai berikut:

a. Loyalitas pelanggan

Meskipun produk dan jasa unit usaha pesantren memiliki pangsa pasar tersendiri (captive markets) yaitu internal pesantren (khususnya para santri), loyalitas pasar internal ini tetap harus dijaga. Pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap sebuah produk akan cenderung terus menggunakan produk tersebut. Sehingga apabila pelanggan loyal ini menggunakan produk yang diciptakan oleh unit usaha pesantren, maka loyalitas ini akan

menciptakan penghalang (barriers) untuk masuknya produk pesaing untuk masuk ke dalam pasar ini. Dengan kata lain, loyalitas pelanggan (yaitu para santri) akan terus menciptakan pembelian kembali kepada produk dan jasa yang dibuat oleh unit usaha pesantren sehingga produk-produk sejenis yang dibuat oleh produsen yang lain tidak bisa dengan mudah masuk dalam pasar internal ini khususnya para santri.

b. Diferensiasi/ keunikan produk

Komponen lain yang harus dipahami oleh unit usaha pesantren adalah diferensiasi produk sebagai bagian dari identifikasi merek dan kesetiaan pelanggan terhadap sebuah produk. Kesetiaan ini muncul diakibatkan oleh kualitas pelayanan kepada para pelanggan, iklan, produk yang unik, maupun diakibatkan oleh pelaku usaha pertama yang memasuki sebuah pasar. Diferensiasi menciptakan penghalang untuk masuk ke suatu industri dengan membuat pendatang baru mengeluarkan biaya yang besar untuk mendapatkan pelanggan yang ada.

- a. Dalam konteks bisnis pesantren, ini timbul karena unit usaha pesantren merupakan satu-satunya produsen yang menjual produk dan jasa kepada pasar internal pesantren. Monopoli yang dilakukan oleh unit usaha pesantren terhadap peredaran produk dan jasa di lingkungan pesantren akan menciptakan penghalang bagi masuknya produk-produk yang dibuat oleh produsen di luar pesantren. Biaya investasi

Dalam konteks pengembangan usaha pesantren, biaya investasi dapat diperoleh melalui berbagai proyek corporate social responsibility (CSR), dana hibah, maupun bantuan dari lembaga pemerintah melalui berbagai program bantuan mesin teknologi seperti teknologi daur ulang sampah plastik. Sehingga pesantren dapat menggunakan program-program sosial ini untuk membuat sebuah unit usaha yang membutuhkan investasi awal yang lumayan besar, misalnya mesin daur ulang sampah plastik.

c. Biaya beralih pemasok (switchingcost)

Besarnya biaya yang harus dikeluarkan pembeli untuk beralih dari suatu pemasok ke pemasok yang lain akan menciptakan penghalang untuk masuk.

d. Akses ke saluran distribusi

Mendapatkan jalur distribusi pelanggan dan jalur pemasok yang tepat adalah tantangan bagi setiap unit usaha baru. Terutama apabila pesaing telah terikat dengan jalur distribusi yang ada, sehingga terkadang pendatang baru harus menciptakan jalur distribusi yang benar-benar baru.

Sebagai sebuah lembaga konsumsi, jaringan distribusi bukan menjadi kendala bagi distribusi produk unit usaha pesantren. Pesantren mempunyai jaringan internal baik itu alumni, keluarga kiai, maupun jemaah pengajian pesantren yang dapat dijadikan sebagai titik-titik jalur distribusi produk dan jasa yang dihasilkan oleh unit usaha pesantren.

e. Kebijakan pemerintah

Kebijakan-kebijakan pemerintah dalam penyelenggaraan jaringan dapat menjadi hambatan masuk. Misalnya peraturan seperti persyaratan perizinan, besarnya biaya yang harus dibayarkan dalam penyelenggaraan jaringan distribusi, dan lain-lain.

KEKUATAN PENAWARAN PEMASOK

Komponen penting berikutnya yang harus diketahui oleh unit usaha pesantren adalah kekuatan pemasok. Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar-menawar terhadap pembeli dalam sebuah pasar dengan cara menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Kondisi-kondisi yang membuat pemasok kuat cenderung menyerupai kondisi yang membuat pembeli kuat.

Komponen ini sangat penting jika produk dan jasa yang diproduksi oleh pesantren bahan bakunya didapatkan dari pihak pemasok. Pemasok memiliki posisi kuat apabila: (i) pemasok didominasi oleh beberapa pelaku usaha dan lebih terpusat pada industri dimana mereka menjual. Pemasok yang menjual pada pembeli yang terfragmentasi biasanya akan dapat mempengaruhi harga, kualitas, serta syarat-syarat penjualan; (ii) Tidak terdapat produk pengganti lain yang dijual pada suatu industri; (iii) Industri bukan satu-satunya tempat pemasok menjual produknya. Apabila suatu industri bukan merupakan pelanggan utama dari suatu pemasok maka kecenderungan pemasok dapat memaksakan kekuatannya pada industri tersebut; (iv) Produk pemasok sangat penting demi keberhasilan proses pembuatan atau kualitas dari produk yang dihasilkan pembeli; (v) Switching-cost yang dibutuhkan untuk beralih ke produk pemasok tidak besar; dan (vi) Kelompok pemasok melakukan integrasi maju pada suatu industri.

ANCAMAN DARI PRODUK PENGGANTI

Adanya produk atau jasa pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang dapat diperoleh sebuah unit usaha pesantren dari suatu sektor usaha tertentu. Semakin lengkap layanan yang dimiliki produk atau jasa pengganti akan dengan sendirinya menjadi ancaman bagi produk yang telah hadir terlebih dahulu di pasar. Lebih jauh lagi, jika produk pengganti mudah didapatkan, maka akan meningkatkan ancaman untuk masuknya produk dan jasa pengganti.

Makin menarik alternatif harga yang ditawarkan oleh produk pengganti, makin ketat pembatasan laba dari suatu industri. Produk pengganti yang perlu mendapatkan perhatian besar adalah produk yang mempunyai kecenderungan untuk memiliki harga atau kualitas yang lebih baik daripada produk industri atau dihasilkan oleh industri yang berlabanya tinggi.

MASUKNYA PESAING BARU

Pendatang baru akan menambah tingkat kompetisi dalam sebuah sektor usaha pesantren. Masuknya pendatang baru ke dalam suatu industri tergantung pada hal-hal berikut: loyalitas pelanggan, diferensiasi produk, biaya investasi, biaya beralih pemasok (switching costs), dan akses ke saluran distribusi. Untuk menjaga produk dan jasa yang diproduksi oleh unit usaha pesantren dari serbuan para pesaing, kualitas produk unit usaha pesantren harus tetap terjaga dengan baik.

PERSAINGAN DIANTARA PELAKU USAHA YANG ADA

Kompetitor adalah pemain yang menghasilkan dan menjual produk sejenis, yang akan bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar. Intensitas persaingan akan tinggi apabila: (i) Jumlah pesaing yang seimbang. Banyaknya pemain dengan kekuatan masing-masing tentu saja akan meningkatkan intensitas persaingan dalam kompetisi; (ii) Pesaing yang beragam. Pesaing mempunyai strategi beragam, asal-usul, karakteristik serta tujuan dan strategi bersaing yang berlainan; (iii) Pertumbuhan industri yang lambat, akan mengubah persaingan menjadi ajang perebutan pangsa pasar untuk pelaku usaha-pelaku usaha yang ingin melakukan ekspansi; (iv) Kurangnya diferensiasi produk. Ketika suatu produk atau jasa dipandang sebagai komoditas, maka pilihan oleh pembeli banyak didasarkan atas harga dan pelayanan, dan desakan untuk persaingan harga dan pelayanan yang tajam dapat terjadi; dan (v) Biaya tetap. Biaya tetap yang tinggi mencipta-

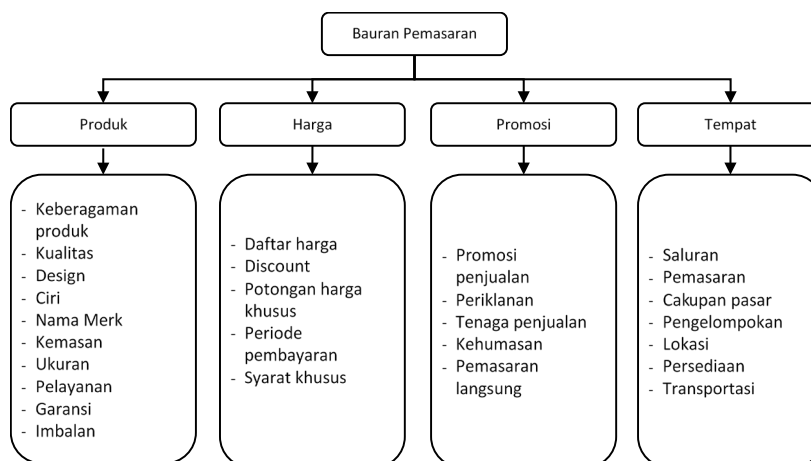
takan tekanan yang berat terhadap semua pelaku usaha untuk mengisi kapasitas yang sering kali menyebabkan penurunan harga yang cepat pada saat terjadi kapasitas berlebih.

Setelah mengetahui komponen-komponen persaingan yang ada di sebuah pasar, unit usaha pesantren harus memahami komponen bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran ini penting karena setiap barang dan jasa yang dibuat oleh unit usaha pesantren harus memiliki komponen produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan distribusi (place) dijelaskan di bab berikut.

ASPEK PEMASARAN

Selain aspek lingkungan pasar yang dijelaskan di sub-bab sebelumnya, aspek lain yang harus dipahami oleh pengelola unit usaha pesantren adalah bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran yang spesifik dan praktis digunakan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pelaku usaha di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan saluran distribusi (place).

Gambar 2. Variabel Bauran Pemasaran



Sumber: Kotler dan Keller, 2009.

PRODUK

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar atau konsumen untuk dibeli, digunakan, dikonsumsi, dan dapat memuaskan keinginan (wants) dan kebutuhan (needs) pasar. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat produk adalah: keragaman produk, kualitas, desain, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan.

HARGA

Harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Sedangkan arti harga yang lebih luas adalah sejumlah nilai yang bersedia dibayar konsumen untuk memenuhi permintaan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.

Adapun tujuan menentukan harga umumnya adalah sebagai berikut: (i) kelangsungan hidup, pelaku usaha dapat menjaga kelangsungan hidup usahanya sebagai tujuan utama jika terjadi kelebihan kapasitas, persaingan yang sengit, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah; (ii) Laba maksimum, pelaku usaha mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba yaitu memperkirakan permintaan dan biaya dengan menetapkan harga rendah; (iii) Pangsa pasar maksimum, pelaku usaha ingin memaksimalkan pangsa pasarnya yakni dengan volume penjualan yang lebih tinggi dengan biaya lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi; (iv) Keunggulan mutu produk, pelaku usaha bermaksud untuk menghasilkan keunggulan mutu produk di pasar yaitu produk dengan tingkatan yang tinggi soal mutu, selera, serta harga yang optimal yang masih bisa dijangkau konsumen; dan (v) Tujuan lain, menggunakan tujuan-tujuan penetapan harga lainnya untuk mendapatkan pengembalian sebagian biaya. Adapun metode penentuan harga adalah sebagai berikut: (i) Penetapan harga mark-up (mark-up pricing), metode penetapan harga yang paling sederhana adalah menambahkan mark-up standar pada biaya produk tersebut; (ii) Penetapan harga sasaran pengembalian (target return pricing), pelaku usaha menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi (ROI-return on investment) yang ditargetkan; (iii) Penetapan harga persepsi nilai (perceived value pricing), dimana pelaku usaha mendasarkan harganya pada persepsi nilai pelanggan; (iv) Penetapan harga nilai (value pricing), dimana pelaku usaha memikat hati pelanggan yang loyal dengan menetapkan harga yang lumayan rendah untuk tawaran yang bermutu tinggi; (v) Penetapan harga umum (going rate pricing), pelaku

usaha mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing mungkin akan mengenakan harga yang sama, lebih tinggi, atau lebih rendah dari pada pesaing utamanya; dan (vi) Penetapan harga tipe lelang (auction type pricing), penetapan harga dilakukan dengan cara melelang suatu produk yang akan dijual.

PROMOSI

Kegiatan promosi dapat berperan sangat penting dalam meningkatkan penjualan dan sebagai alat komunikasi pemasaran. Suatu produk yang tidak dikenal oleh konsumen, sekalipun sangat bermanfaat, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Promosi atau komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2007:204) adalah sarana yang digunakan pelaku usaha dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Berikut adalah beberapa cara melakukan promosi sebuah produk dan jasa pelaku usaha: (i) Iklan, presentasi yang bukan dilakukan orang dan berupa promosi gagasan, atau jasa oleh sponsor yang telah ditentukan; (ii) Promosi penjualan, berbagai jenis insentif jangka pendek untuk mendorong orang mencoba atau membeli produk atau jasa; (iii) Acara khusus dan pengalaman, pelaku usaha mensponsori kegiatan dan program-program yang direncanakan untuk menciptakan interaksi setiap hari atau interaksi yang berkaitan dengan merek; (iv) Hubungan masyarakat dan pemberitaan, berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra pelaku usaha atau masing-masing produknya; (v) Pemasaran langsung, penggunaan surat, telepon, faksimili, e-mail, atau internet untuk berkomunikasi langsung atau meminta tanggapan atau berdialog dengan pelanggan tertentu dan calon pelanggan; (vi) dan Penjualan pribadi, interaksi tatap muka dengan satu atau beberapa calon pembeli dengan maksud untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan memperoleh pemesanan.

SALURAN DISTRIBUSI

Tempat (place) dalam bauran pemasaran disebut dengan saluran distribusi atau saluran pemasaran dimana produk yang diproduksi dapat diakses oleh konsumen. Saluran distribusi ini digunakan oleh produsen untuk menyalurkan sebuah produk dari produsen sampai ke konsumen. Kebanyakan produsen tidak menjual barang-barang mereka secara langsung kepada para pengguna akhir, ada perantara saluran pemasaran (juga disebut saluran perdagangan atau saluran distribusi) yang menyalurkan produk ke konsumen.

Saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen, untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memi-

sahkan barang dari konsumen yang membutuhkan atau menginginkan. Menurut Kotler dan Keller (2009) saluran pemasaran melaksanakan sejumlah fungsi utama antara lain: (i) Mengumpulkan informasi mengenai calon pelanggan dan pelanggan sekarang, pesaing, dan pelaku serta kekuatan lainnya dalam lingkungan pemasaran tersebut; (ii) Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif untuk merangsang pembelian; (iii) Mencapai kesepakatan mengenai harga dan ketentuan-ketentuan lain sehingga peralihan kepemilikan dapat terlaksana; (iv) Melakukan pemesanan kepada produsen; (v) Memperoleh dana untuk membiayai persediaan pada tingkat yang berbeda dalam saluran pemasaran; (vi) Menanggung risiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran; (vii) Mengatur kesinambungan penyimpanan dan perpindahan produk-produk fisik; (viii) Mengatur pelunasan tagihan mereka kepada pembeli melalui bank dan lembaga keuangan lainnya; dan (ix) Mengawasi peralihan kepemilikan aktual dari suatu organisasi atau orang kepada organisasi atau orang lainnya.

PENGALAMAN KESUKSESAN UNIT USAHA PESANTREN (SUCCESS STORY)

PRODUK

Produk daur ulang sampah plastik umumnya bisa dibagi menjadi dua kelompok, pertama adalah produk daur ulang untuk penggunaan dan pengolahan kembali oleh industri untuk dijadikan beragam produk baru. Kedua adalah pemanfaatan sampah plastik untuk dijadikan kerajinan atau barang jadi yang dijual kembali kepada konsumen. Produk daur ulang sampah plastik yang dibahas dalam buku ini adalah untuk kategori pertama, yaitu pemotongan atau pencacahan sampah plastik untuk dijadikan potongan-potongan plastik kecil. Hasil dari proses ini tidak memiliki merek dan logo dan bisa digunakan oleh industri sebagai bahan baku untuk membuat beragam produk berbahan plastik.

Potongan plastik yang bisa didaur ulang ada beragam jenis. Namun, berdasarkan penelusuran penulis pada beberapa pengelola usaha daur ulang sampah plastik, diketahui bahwa secara umum ada 4 kategori yang biasa diolah dan dijual: air minum kemasan gelas plastik bening, air minum kemasan gelas plastik berwarna, bungkus oli bekas, dan plastik bekas alat rumah tangga.

HARGA (PRICE)

Harga produk daur ulang pada umumnya ditentukan berdasarkan jenis plastiknya. Adapun standar kualitas minimum yang ditetapkan oleh distributor maupun industri sebagai pembeli produk hampir seragam untuk semua lokasi, yaitu hanya menerima produk yang sudah kering dan bersih, serta sudah dipisahkan untuk tiap jenis plastik.

Beberapa contoh harga pembelian produk oleh distributor bisa dilihat pada tabel dibawah. Perlu dijadikan catatan bahwa berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pengelola usaha daur ulang sampah di lokasi yang berdekatan dengan industri pengolahan plastik, dimana industri merupakan pembeli sekaligus pengguna dari produk potongan plastik, harga yang didapatkan bisa lebih tinggi.

Tabel 1 Harga Pembelian Potongan Plastik Oleh Distributor

No.	Jenis Barang	Harga/Kg(Rp)
1.	Blowing	7.000

2.	Blowing Naso	9.800 - 9.900
3.	BlowingPT	9.400 - 9.500
4.	Monti	8.300
5.	PPBening	10.400 - 10.800
6.	PPBiru	7.600 - 7.900
7.	PPHijau	7.600 - 7.900
8.	PPKaca	11.200 - 11.800
9.	PP Kacall	8.400 - 8.800
10.	PPMerah	7.900
11.	PPSablon	7.600
12.	HD Tutup Mambo	7.800
13.	PPPT	8.700

Sumber: Data yang dikumpulkan penulis

PROMOSI (PROMOTION)

Pada dasarnya, selama produk sudah memenuhi ketentuan kualitas minimum yang ditetapkan oleh pembeli, yang dalam hal ini adalah distributor ataupun industri, dan pemasok setuju dengan harga yang ditawarkan, maka kesepakatan pembelian akan terjadi. Proses promosi tidak terlalu dominan dalam menentukan hasil penjualan pada bisnis daur ulang sampah plastik ini.

Yang perlu diketahui oleh pemilik usaha adalah pemasaran produk hasil daur ulang sampah plastik ini umumnya melalui jejaring dengan orang distributor atau pabrik. Semakin banyak jejaring untuk masuk ke distributor atau pabrik akan semakin mudah akses penjualan hasil pengolahan sampah ini. Selain itu, pengalaman dan koneksi yang luas memengaruhi harga jual, karena distributor dan pabrik memiliki kekuatan untuk menentukan harga.

Produk dan jasa pesantren umumnya dipromosikan baik oleh media yang dikelola oleh pesantren maupun media diluar pesantren. Jenis saluran promosi yang seringkali digunakan adalah toko daring maupun situs web pesantren.

Selain saluran promosi melalui situs web, pesantren umumnya mempromosikan produk penjualan langsung (direct selling) di toko yang dikelola oleh pesantren. Hal ini sangat mungkin untuk dilakukan jika pesantren hanya melayani pasar yang sudah terse-

dia (captive market) yaitu para santri, pengurus pesantren, dan masyarakat sekitar.

Nuansa religius sangat kental dalam konten promosi pesantren. Misalnya penggunaan kata “berkah” dalam promosi produk pesantren. Konsep berkah memang seringkali hadir dalam setiap aktivitas pesantren. Atmosfir religius tidak terlepas dari konten promosi, misalnya, ketika mempromosikan produk daur ulang pesantren, pihak pesantren menggunakan kata keberkahan bagi konsumen yang mengkonsumsi produk dan jasa pesantren. Dalam konsep pemasaran, “keberkahan” dapat dikategorikan ke dalam nilai (value). Menurut definisi pemasaran, value adalah perbedaan antara manfaat dan biaya dari suatu produk bila dibandingkan dengan produk lain. Konsep keberkahan yang selalu disematkan kedalam promosi produk pesantren dapat dikategorikan sebagai konsep nilai spiritual yang terkait dengan moralitas dan faktor spiritual dari sebuah produk yang menjadi preferensi market emosional, market yang berorientasi pada emosi psikologis, dibandingkan dengan nilai fungsional dan ekonomi.

TEMPAT/DISTRIBUSI (PLACE)

Perencanaan lokasi di mana pesantren akan didirikan menjadi bagian terpenting mengingat letak yang mudah terlihat dan terjangkau oleh masyarakat sebagai calon pelanggan. Lokasi yang mudah terlihat dan mudah diakses oleh masyarakat menjadikan pesantren, terutama yang baru berdiri, dapat mudah dan cepat dikenal masyarakat.

Lokasi pesantren menentukan titik awal pendistribusian barang dan jasa yang dihasilkan oleh pesantren. Umumnya, lokasi produksi berada di lokasi pesantren. Melalui strategi tempat (place) dapat diketahui apakah penyampaian produk atau layanan dapat langsung ke pelanggan atau melalui media atau jaringan lainnya. Strategi pemasaran melalui strategi lokasi pesantren yang tepat dapat memudahkan aktifitas yang dapat mendukung proses bisnis di pesantren.

Lokasi usaha daur ulang sampah plastik dan tempat penampungan pecahan plastik hasil gilingan umumnya berada di dalam kompleks pesantren yang dekat dengan perumahan warga. Pemasok bahan baku (pengepul) di daerah sekitar pesantren sudah tersedia dengan mudah dan pesantren sudah memiliki jaringan untuk masuk ke kelompok pengepul. Selain itu, pendistribusian barang jadi sudah tersedia yaitu ke pabrik plastik dan pabrik distributor biji plastik. Lokasi usaha yang berada di lingkungan pesantren juga memudahkan pencarian tenaga kerja karena bisa memanfaatkan para santri, alumni, ataupun masyarakat sekitar.

ANALISIS LINGKUNGAN PASAR

MASUKNYA PENDATANG BARU

Meskipun dalam operasionalnya bisnis daur ulang sampah plastik ini cukup mudah untuk dijalankan, tidak mudah untuk masuk kedalam bisnis ini karena diperlukan modal awal dan modal kerja yang cukup besar apabila ingin menjalankan bisnis ini pada skala yang memiliki tingkat kelayakan bisnis yang tinggi. Modal awal yang besar diperlukan karena alat-alat produksi seperti mesin pencacah, mesin press, mesin cuci, ataupun mesin pengering memiliki harga yang relatif tidak murah. Kemudian, pada saat menjalankan usaha ini, dengan proses produksi yang bisa memakan waktu beberapa hari, apabila pelaku usaha tidak memiliki modal untuk terus membeli bahan baku dan memproduksi, maka akan menghambat perputaran uang, yang pada akhirnya akan membuat potensi usaha menjadi tidak maksimal.

Diluar hal yang disebutkan diatas, pelaku usaha tetap harus mempertimbangkan kemungkinan masuknya pelaku usaha baru, terutama apabila pendatang baru tersebut memiliki modal dan teknologi yang lebih tinggi. Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, tentu juga akan mempengaruhi teknologi di bidang pengolahan sampah ini; bukan tidak mungkin di masa mendatang akan ada mesin-mesin dengan kapasitas yang lebih besar, beroperasi lebih cepat dan murah, serta memiliki harga yang jauh lebih murah.

TAWAR MENAWAR PEMASOK

Kekuatan jejaring dan koneksi pesantren terhadap penyedia bahan baku dan pembeli sangat berpengaruh dalam menentukan daya tawar. Hal ini karena bahan baku didapatkan dari pengepul sampah plastik di daerah pesantren dan kelompok pengepul yang sudah dekat dengan pengurus pesantren; selain itu, hasil produksi juga biasanya dibeli oleh distributor ataupun industri yang berada di lokasi yang tidak terlalu jauh dari pesantren.

Jaringan pengepul sangat penting untuk dipegang karena banyak pengepul yang tidak jujur, serta adanya kemungkinan permainan dan monopoli dalam menentukan harga bahan baku. Contoh kasus yang umum terjadi adalah timbangan yang dipergunakan, misalnya; dalam satu kilogram plastik gelas masih terdapat air yang memengaruhi berat plastik.

Untuk pembeli, jaringan yang baik dengan distributor atau industri akan memudahkan proses penjualan produk daur ulang sampah plastik, karena berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa pelaku usaha, akses kepada distributor biasanya agak tertutup pada awalnya dan hanya bisa dimasuki melalui kenalan yang sudah menjalankan bisnis sejenis. Adapun apabila lokasi usaha berada dekat dengan industri, hubungan yang baik akan memudahkan proses administrasi dan meminimalisir potensi timbulnya pungutan liar dari pegawai pabrik dalam proses penjualan produk.

TAWAR MENAWAR PEMBELI

Menentukan distributor atau pembeli hasil daur ulang sampah merupakan hal yang terpenting dalam penjualan hasil daur ulang tersebut. Jika dijual langsung ke pabrik-pabrik plastik, harga jual sudah memiliki standar sendiri di setiap pabriknya, sehingga harga tidak akan terlalu berfluktuatif. Sedangkan, jika dijual ke distributor bahan plastik, harga sangat ditentukan oleh jumlah pasokan yang diterima distributor tersebut, maka sering terjadi fluktuasi harga, dan kemungkinan adanya permainan harga sangat tinggi.

Pabrik produk berbahan plastik umumnya memiliki standar kualifikasi potongan plastik yang paling tinggi, karena akan dipergunakan untuk membuat berbagai produk jadi berkualitas baik. Sebagai patokan untuk menjamin pesantren pelaku usaha daur ulang sampah plastik bisa terus mengikuti persaingan usaha, pesantren bisa memilih untuk memproduksi potongan plastik yang tingkat kualifikasinya sesuai ketentuan pabrik, karena berdasarkan penelusuran penulis, apabila kualitas produk sudah diterima oleh pabrik, maka kemungkinan besar akan selalu diterima oleh semua pembelilainnya.

PRODUK PENGGANTI (SUBSTITUSI)

Dalam jangka panjang, semakin maraknya program pengurangan sampah plastik bisa dikatakan merupakan salah satu ancaman untuk usaha ini, karena tentu akan mengurangi jumlah bahan baku sampah plastik.

PERSAINGAN ANTAR PRODUSEN DAUR ULANG SAMPAH

Pengelolaan usaha daur ulang sampah plastik tidak dapat dikatakan mudah, perlu adanya kesiapan yang matang dan jejaring yang luas karena akan memengaruhi daya saing usaha. Semakin luas jejaring akan semakin unggul. Karena sering adanya permainan dari pengepul ataupun distributor/pabrik dalam menentukan harga, maka dibutuhkan

pengalaman untuk bisa menyesuaikan dengan pasar.

Identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal unit usaha pesantren menghasilkan rumusan peluang dan ancaman yang menunjang keberhasilan bisnis daur ulang sampah. Dari hasil pengamatan dan analisis serta wawancara yang dilakukan terhadap faktor-faktor eksternal, maka dapat dirumuskan faktor peluang dan ancaman pelaku usaha. Dengan mengetahui rumusan peluang dan ancaman, bisnis daur ulang dapat memaksimalkan peluang yang dimiliki dan meminimalkan ancaman.

Tabel 2. Peluang dan Ancaman Usaha Daur Ulang Sampah Plastik

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Lingkungan Makro	- Wargadesa sekitar dipekerjakan - Pendapatan pesantren meningkat	- Bahanbaku yang langka, karena program pengurangan penggunaan plastik
Lingkungan Mikro	- Modal bertambah	- Kurangnya ahli teknisi mesin

ASPEK KEUANGAN

Aspek keuangan adalah salah satu aspek penting dalam pengelolaan sebuah unit usaha pesantren. Meskipun aktivitas ekonomi bukan merupakan aktivitas utama di sebuah pesantren, tetapi sebagai sumber pendapatan pesantren, unit usaha pesantren harus turut direncanakan kondisi keuangannya. Seluruh aktivitas operasional usaha pesantren menghasilkan atau menggunakan uang, sehingga penting bagi pengelola unit usaha tersebut untuk menyusun sebuah rencana keuangan yang komprehensif.

Aspek keuangan ini terdiri dari pola pembiayaan untuk unit usaha pesantren, perencanaan investasi dan modal kerja, dan analisis keuangan untuk mengetahui kelayakan unit usaha daur ulang sampah plastik di pesantren.

KOMPONEN DAN STRUKTUR PEMBIAYAAN INVESTASI DAN PEMBIAYAAN OPERASIONAL

Pengelolaan keuangan unit usaha pesantren secara efektif sangat membutuhkan rencana anggaran yang realistis. Unit usaha pesantren dapat menyusun rencana tersebut dengan cara menentukan secara aktual jumlah dana yang diperlukan untuk memulai sebuah bisnis (pembiayaan investasi atau start up costs) dan dana yang diperlukan untuk operasional unit usaha pesantren (operating costs). Tahap pertama penyusunan rencana keuangan yang baik adalah membuat perhitungan besarnya dana yang diperlukan untuk memulai rencana bisnis tersebut.

PEMBIAYAAN INVESTASI DAN OPERASIONAL

Secara umum, rencana anggaran untuk memulai usaha meliputi pengeluaran untuk biaya-biaya berikut: peralatan/mesin, perizinan, sewa tempat, rekrutmen tenaga kerja, bahan-bahan penunjang, iklan dan promosi, upah tenaga kerja, akuntansi, utilitas, dan biaya untuk pengembangan sistem dan operasional prosedur. Biaya-biaya diatas harus dibuat anggarannya dalam memulai sebuah unit usaha pesantren.

Tahap berikutnya adalah menentukan komponen awal biaya operasional yang dipersiapkan apabila hendak memulai kegiatan operasional unit usaha pesantren. Biaya operasional mencerminkan prioritas kegiatan yang akan dilakukan, yang berkaitan dengan bagaimana anggaran akan dikeluarkan sesuai dengan penjadwalan kegiatan operasional pelaku usaha. Biaya operasional ini harus mencakup biaya operasional tiga sampai enam bulan kegiatan operasional pelaku usaha. Biaya operasional tersebut meliputi: bi-

aya tenaga kerja, biaya asuransi, biaya sewa, biaya penyusutan, biaya margin pinjaman (kalau melalui dana pinjaman), biaya iklan dan promosi, biaya bahan pendukung, biaya pengupahan, biaya utilitas, biaya pajak, dan biaya perawatan.

KEBUTUHAN INVESTASI DAN MODAL KERJA

Analisis kebutuhan pembiayaan investasi dan modal kerja untuk memulai usaha daur ulang sampah plastik dirincikan pada tabel di bawah ini.:

Tabel 3. Investasi Peralatan dan Modal Kerja

Peralatan	Harga
Mesin giling plastik	Rp. 14.688.100
Mesin Oven Pengering	Rp. 7.328.400
Pompa Air	Rp. 1.146.600
Selang	Rp. 1.177.100
Sewa bangunan dan gudang	Rp. 32.585.700
Sewa lahan penjemuran	Rp. 28.961.200
Wadah	Rp. 1.230.300
Timba	Rp. 1.862.700
Kursi	Rp. 1.344.200
Pisau <i>crusher</i>	Rp. 2.802.800
Alat <i>press</i> manual	Rp. 3.592.300
Mesin Penggerak	Rp. 715.400
Peralatan tambahan lainnya	Rp. 1.116.650
Jumlah Investasi	Rp. 98.551.450

Dengan asumsi :

- masa penggunaan mesin giling plastik selama 5 tahun
- masa penggunaan mesin oven pengering selama 5 tahun.
- masa penggunaan pompa air selama 5 tahun.
- masa penggunaan selang selama 5 tahun.
- masa penggunaan wadah selama 3,5 tahun.

- masa penggunaan timba selama 3,5 tahun.
- masa penggunaan kursi selama 5 tahun.
- masa penggunaan pisau crusher selama 5 tahun.
- masa penggunaan mesin penggerak selama 5 tahun.
- masa penggunaan peralatan lainnya selama 3,5 tahun.

ANALISIS SENSITIVITAS KELAYAKAN USAHA DAUR ULANG SAMPAH PLASTIK

ASUMSI-ASUMSI

Untuk memulai analisis kelayakan unit usaha pesantren, langkah pertama adalah melakukan asumsi proyeksi keuangan yang terdiri dari:

- Produksi daur ulangsampah plastik sebanyak 1 ton perhari.
- Waktu operasional 8 jam per hari.
- Biaya Investasi pengadaan mesin daur ulang.
- Biaya operasional yang terdiri dari biaya listrik, gaji pegawai, biaya perawatan mesin.
- Asumsi mesin bertahan selama 5 tahun.

Berdasarkan data asumsi keuangan tersebut dapat dihitung parameter akuntansi yang umum berlaku ketika mengkaji kelayakan usaha daur ulang sampah pesantren dari sisi finansial yaitu: Net Present Value (NPV), Break Even Point (BEP) dan Benefit Cost Ratio (BCR).

Dari simulasi perhitungan ketiga parameter ini, selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai standar untuk kelayakan investasi sebagai berikut:

Tabel 4. Parameter Kelayakan Usaha Daur Ulang Sampah

No	Parameter	Layak Investasi
1	Net Present Value (NPV)	NPV>0
2	Break Even Point (BEP)	BEP < Umur ekonomis proyek
3	Benefit Cost Ratio (BCR)	BCR >1

Jika memenuhi kriteria ketiga parameter yang terdapat didalam tabel diatas, maka

suatu unit usaha daur ulang sampah pesantren dapat dikerjakan.

TOTAL PENGELUARAN, PRODUKSI DAN PENDAPATAN

Langkah selanjutnya dalam menghitung kelayakan unit usaha daur ulang sampah pesantren adalah mengasumsikan: (i) total pengeluaran dan investasi; (ii) total produksi; dan (iii) total pendapatan. Berikut adalah perhitungannya:

1. Total Pengeluaran dan Investasi

Total pengeluaran merupakan penjumlahan baik dari biaya operasional dan biaya perawatan yang sifatnya bertambah seiring bertambahnya waktu, juga biaya total investasi. Biaya operasional dan perawatan dihitung dengan satuan waktu setiap bulan. Berikut penjabarannya:

Tabel 5. Total Pengeluaran Untuk 20 Hari Kerja (1 bulan)

Komponen Biaya	Hitungan	Harga Per Satuan (Rp)	Kuantitas	Total (Rp)
Solar	Per Ton	100.000	20	2.000.000
Pekerja Mesin	Per Hari	100.000	3 Orang	6.000.000
Pekerja Pemilahan, Pembersihan, Pengeringan	Rata-rata Bayaran Per Hari	60.000	5 Orang	6.000.000
Perawatan	Rata-Rata Biaya Perhari	267.000		5.340.000

Dari asumsi diatas, dapat diketahui total biaya operasional dan perawatan adalah Rp.19.340.000/bulan. Sedangkan biaya investasi adalah sebesar Rp.98.551.450.

2. Total Produksi dan Pendapatan

Untuk mengkalkulasi total pendapatan dilakukan pengasumsian sebagai berikut:

- Waktu operasi harian produksi daur ulang sampah rata-rata 8 jam/hari
- Total Produksi (untuk dijual): 1 ton/hari atau 20 ton/bulan

Total pendapatandari penjualan daur ulang sampah @2.500.000/ton: Rp. 50.000.000/ bulan.

ANALISIS NET PRESENT VALUE

Net Present Value (NPV) ialah penilaian keuangan bersih yang ada di pelaku usaha setelah dikurangi oleh biaya lainnya sehingga nilai pertambahan atau kekurangan uang pelaku usaha yang ada ini dapat dijadikan acuan untuk menilai layak tidaknya keuangan pelaku usaha. Dengan kata lain, penilaian yang dilakukan untuk Net Present Value (NPV) ini bersifat aliran kas keuangan yang bersih.

Net Present Value (NPV) diartikan sebagai analisa keuangan yang digunakan untuk menentukan layak tidaknya usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha dilihat melalui nilai sekarang dari arus kas bersih yang akan diterima oleh pelaku usaha yang bersangkutan dibandingkan dengan nilai sekarang dari modal investasi yang dikeluarkan pelaku usaha. Inilah analisa keuangan pelaku usaha yang dikaji menurut pengeluaran investasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Berikut adalah penjelasan mengenai parameter yang ditinjau pada NPV:

Tabel 6. Net Present Value

Bila...	Berarti...	Maka...
NPV > 0	Investasi yang dilakukan memberikan manfaat bagi perusahaan	proyek bisa dijalankan
NPV < 0	Investasi yang dilakukan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan	proyek ditolak
NPV = 0	Investasi yang dilakukan tidak mengakibatkan perusahaan untung ataupun merugi	Kalau proyek dilaksanakan atau tidak dilaksanakan tidak berpengaruh pada keuangan perusahaan. Keputusan harus ditetapkan dengan menggunakan kriteria lain misalnya dampak investasi terhadap positioning perusahaan.

Berikut adalah perhitungan NPV untuk usaha daur ulang sampah dengan kapasitas 1 ton/hari:

$$NVP = (\text{Nilai Kas Bersih}) - (\text{Nilai investasi})$$

$$NVP = (\text{Pendapatan} - \text{Biaya Operasional dan Biaya Perawatan}) - (\text{Nilai investasi})$$

$$NVP = ((50.000.000 \times 12 \text{ bulan} \times 5 \text{ tahun}) - ((19.340.000 \times 12 \text{ bulan} \times 5 \text{ tahun}) - (98.551.450) = \text{Rp. } 1.741.048.600$$

Nilai NPV ini lebih besar dari '0' (NPV > 0), sehingga dari sisi nilai NPV dapat dikatakan usaha daur ulang sampah ini layak dari sisi investasi dan menguntungkan.

TITIK IMPAS (BREAK EVEN POINT)

Dalam ilmu ekonomi, terutama akuntansi biaya, titik impas (break even point) adalah sebuah titik dimana biaya atau pengeluaran dan pendapatan adalah seimbang sehingga tidak terdapat kerugian atau keuntungan. Untuk mencari titik BEP yaitu keterangan waktu balik modal dan nominalnya, dilakukan pengolahan data pengeluaran dan pendapatan seperti pada grafik berikut:

Gambar 3. Kurva Break Even Point



Persamaan matematika untuk kurva pendapatan adalah: Artinya pendapatan sebesar Rp.50 juta setiap bulannya. Persamaan matematika untuk kurva pengeluaran adalah: . Artinya adalah pengeluaran sebesar Rp.19,34 juta untuk biaya operasional dan perawatan serta Rp.98,55 juta untuk nilai investasi.

Titik BEP didapatkan dengan cara menemukan titik temu antara kedua kurva. Diawali dengan menyamakan variabel "y" untuk mengetahui kapan waktu kembali modal sebagai berikut:

$$50x = 19,34x + 98,551450$$

$$30,66x = 98,551450$$

$$x = 3,21 \text{ bulan}$$

Sedangkan untuk mengetahui nominal titik BEP ialah mencari variable “y” dengan nilai “x” yang sudah ditentukan pada salah satu persamaan kurva,

$$y = 50 \times 3,21 = 19,34 \times 63,21 + 98,551450 = \text{Rp. } 160.500.000$$

Jadi, usaha daur ulang sampah plastik akan kembali modal pada waktu 3,21 bulan dengan nominal Rp.160.500.000.

ANALISIS COST BENEFITS

B/C Ratio (Benefit Cost Ratio) adalah ukuran perbandingan antara pendapatan (Benefit = B) dengan Total Biaya produksi (Cost = C). Dalam batasan besaran nilai B/C dapat diketahui apakah suatu usaha menguntungkan atau tidak menguntungkan.

$$BCR = \frac{\text{Jumlah Pendapatan (Benefit)}}{\text{Total Biaya Produksi (Cost)}}$$

- Jika BC Ratio > 1, usaha layak dilaksanakan
- Jika BC Ratio < 1, usaha tidak layak atau merugi

$$BCR = \frac{50.000.000 \times 12 \text{ bulan} \times 5 \text{ tahun}}{(19.340.000 \times 12 \text{ bulan} \times 5 \text{ tahun}) + 98.551.450} = \frac{3.000.000.000}{1.258.951.450} = 2,38$$

Dari perhitungan didapat nilai Benefit Cost Ratio (BCR) untuk usaha daur ulang sampah berkisar 2,38 untuk jangka waktu 5 tahun. Nilai BCR ini > 1, sehingga dapat disimpulkan pekerjaan ini layak untuk dilaksanakan.

PEMILIHAN POLA USAHA PEMBIAYAAN SYARIAH

Pola pembiayaan Syariah adalah suatu bentuk atau model pembiayaan berbasis Syariah yang dapat dipakai untuk menunjang dan memperlancar usaha pengolahan air minum pesantren. Pembiayaan Syariah sendiri adalah penyaluran pembiayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip Syariah dimana prinsip Syariah adalah ketentuan hukum Islam

berdasarkan fatwa dan/atau pernyataan kesesuaian Syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Berdasarkan survei di lapangan, beberapa skema yang umum dipahami dan diketahui oleh pengelola unit usaha pesantren dirangkum dalam kerangka pola pembiayaan Syariah berikut ini:

Gambar 4. Skema Pola Pembiayaan Syariah

Sumber Pembiayaan	Media Pembiayaan	Skema Pembiayaan	Instrumen
Investor Pribadi	Direct Financing	Profit and Loss Sharing	Musharakah, mudharabah
Corporate Social Responsibility	Direct Donation	Hibah	CSR
Islamic philanthropy	Lembaga Ziswaf	Hibah	Ziswaf
Koperasi Syariah / BMT	Lembaga keuangan Mikro	Sale based / profit sharing instruments	Murabahah, musharakah
Perbankan Syariah	Lembaga Keuangan Bank		Murabahah, mudharabah

Sumber: Penulis

Penyusunan pola pembiayaan Syariah untuk menunjang dan memperlancar usaha daur ulang sampah pesantren harus memperhatikan 4 unsur: (i) sumber pembiayaan; (ii) media pembiayaan; (iii) skema pembiayaan; dan (iv) instrumen pembiayaan. Pertama, sumber pembiayaan yang sesuai dengan karakteristik usaha daur ulang sampah plastik sebagai bagian dari pelaku usaha dagang terdiri dari beberapa sumber. Pembiayaan untuk usaha daur ulang sampah pesantren dapat bersumber dari penyumbang modal pribadi, dana CSR, dana filantropi Islam (ziswaf), koperasi Syariah, dan Bank Syariah.

Kedua, media pembiayaan adalah media yang digunakan sumber pembiayaan ketika akan melakukan investasi yaitu terdiri dari pembiayaan langsung (direct financing), donasi langsung (direct donation), melalui lembaga ziswaf, lembaga keuangan mikro, dan lembaga keuangan bank Syariah. Media-media tersebut merupakan media pembiayaan yang umumnya diketahui oleh para pengelola unit usaha di lingkungan pesantren.

Ketiga, skema pembiayaan yang umumnya dipahami adalah terdiri dari penyer-

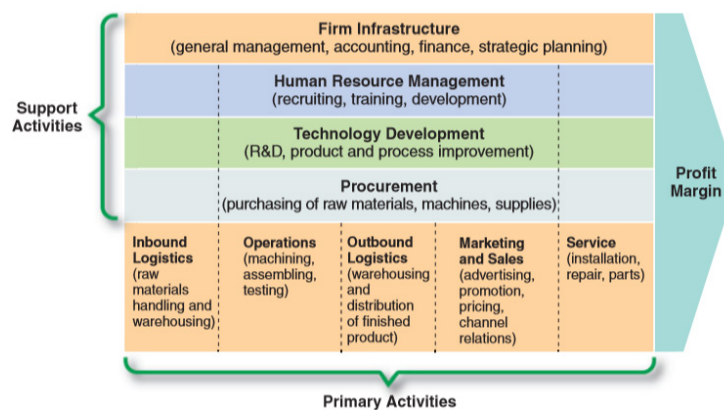
taan modal pribadi oleh investor individual, dana hibah, mekanisme keuangan berbasis jual beli dan bagi hasil. Keempat, instrumen pembiayaan terdiri dari ziswaf, CSR, serta murabahah dan mudharabah. Murabahah adalah kontrak jual beli suatu barang dengan menegaskan harga beli atau harga perolehan kepada pembeli dan pembeli membayar dengan harga lebih atau margin sebagai laba sesuai dengan kesepakatan para pihak. Instrumen keuangan berbasis murabahah sangat populer dilakukan terutama oleh lembaga keuangan Bank Syariah. Sedangkan, Mudharabah adalah akad kerja sama suatu usaha antara dua pihak di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal (shahib mal), sedang pihak kedua bertindak selaku pengelola dana (mudharib), dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai dengan kesepakatan para pihak.

ASPEK TEKNIS PRODUKSI

Salah satu aspek penting dalam pengelolaan unit usaha pesantren adalah aspek produksi. Aspek teknis produksi meliputi seluruh proses atau kegiatan produksi yang dimulai dari input bahan baku (raw material input) sampai menjadi barang setengah jadi dan barang jadi. Dalam melakukan proses pengubahan barang jadi dan bahan setengah jadi tersebut diperlukan gabungan antara teknologi dan mesin, tenaga manusia, dan infrastruktur unit usaha pesantren.

Proses produksi tersebut digambarkan dalam skema value chain berikut:

Gambar 5. Value Chain Analysis



Sumber: Michael E. Porter (1998)

Aspek produksi hanya mengantarkan unit usaha pesantren untuk memproduksi barang, sedangkan proses selanjutnya sampai menghasilkan keuntungan (profit generation) itu dilakukan oleh unit pemasaran.

Secara umum, rantai nilai produksi daur ulang sampah pesantren berdasarkan teori value chain diatas dapat dibagi menjadi dua kategori: yaitu upstream segments dan downstream segments.

LOKASI USAHA

Lokasi unit usaha pesantren yang tepat dapat memudahkan aktifitas yang dapat mendukung proses unit usaha pesantren tersebut. Dalam konteks pelaku usaha Kotler menyatakan bahwa "Place includets company activities that make the product available to target consumers". Lebih lanjut Kotler dan Amstrong menyebutkan bahwa tempat

(place) meliputi 6 (enam) unsur yaitu saluran distribusi (channel), cakupan area (coverage), lokasi (location), persediaan (inventory), transportasi (transportasi), dan logistik (logistic).

Penentuan lokasi usaha daur ulang sampah plastik perlu untuk mempertimbangkan ketersediaan lahan karena idealnya dibutuhkan lahan seluas 280-300 meter persegi untuk mesin, penyimpanan bahan baku dan penyimpanan hasil barang olahan. Selain itu, diperlukan lokasi penjemuran yang cukup luas seperti lapangan.

Kemudian, karena mesin yang digunakan menghasilkan suara yang cukup mengganggu dan menghasilkan limbah, lokasi usaha idealnya harus cukup jauh dari pemukiman warga. Yang juga perlu diperhatikan adalah kemudahan dan ketersediaan bahan baku, serta akses ke pembeli karena semakin jauh jarak dari penyedia bahan baku ataupun pembeli tentu akan mempengaruhi biaya operasional yang diperlukan.

JUMLAH SANTRI YANG AKAN DILAYANI

Aspek penting yang harus diperhatikan dalam instalasi teknologi daur ulang sampah pesantren adalah jumlah santri yang akan dilayani. Semakin banyak santri yang akan dilayani semakin besar kapasitas mesin yang dibutuhkan.

JUMLAH PENDUDUK YANG AKAN DILAYANI

Unit usaha pesantren pun harus memperhatikan jumlah penduduk sekitar yang akan dilayani oleh produk daur ulang sampah pesantren. Semakin banyak penduduk yang akan dilayani semakin besar kapasitas mesin yang dibutuhkan.

FASILITASI PRODUKSI DAN PERALATAN

Teknologi merupakan keseluruhan sarana yang digunakan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan untuk keberlangsungan dan kenyamanan manusia. Baik untuk memenuhi kebutuhan hidup atau memperoleh penghasilan. Secara umum, teknologi dapat didefinisikan sebagai entitas, benda ataupun bukan benda yang diciptakan secara terpadu untuk mencapai suatu nilai. Dalam hal ini teknologi merujuk kepada benda, alat, dan mesin yang dapat digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.

Berkaitan dengan teknologi dalam usaha daur ulang sampah plastik tentu teknologi tersebut sangat erat kaitannya dengan benda atau alat yang digunakan untuk memproses sampah plastik menjadi potongan plastik siap jual. Di mana alat atau benda tersebut berupa mesin yang berguna untuk menekan (press)/meratakan sampah, membersihkan, memotong dan mengeringkan.

Kualitas potongan sampah plastik ditentukan dari keseluruhan proses, dimulai dari pemilihan sampah, pembersihan, pemotongan dan pengeringan. Pengendalian kualitas pada tahap pemilahan sampah contohnya adalah dengan melakukan hal sebagai berikut: sampah gelas plastik bekas air mineral dibersihkan dari tutup plastiknya; pemilihan sampah yang sesuai dengan jenis dan warnanya; adapun sampah plastik yang berongga biasanya akan diratakan dengan menggunakan mesin press. Pengendalian kualitas selanjutnya adalah pada proses pembersihan sampah, dimana sebelum dicacah atau dipotong, sampah sudah harus dalam keadaan bersih. Pada tahap pemotongan, efisiensi kerja bisa didapatkan dengan pengaturan mesin yang tepat sesuai jenis plastik yang akan diproses, oleh karena itu manajemen waktu dan pembagian waktu proses untuk tiap jenis plastik sangat penting untuk direncanakan, karena waktu seting mesin untuk disesuaikan dengan jenis plastik yang lain bisa memakan waktu 1 jam. Tahap terakhir adalah dengan menjemur hasil gilingan plastik agar tidak terdapat sisa-sisa air. Setelah melewati keseluruhan proses tersebut harga potongan-potongan sampah memiliki harga yang cukup tinggi.

Fasilitas produksi dan peralatan yang dibutuhkan dalam usaha daur ulang sampah plastik idealnya adalah sebagai berikut: mesin pembersih, mesin press, mesin pencacah/pemotong, mesin pemilah jenis plastik dan mesin pengering. Namun, pada umumnya pesantren hanya memiliki mesin pembersih, mesin press dan mesin pencacah/pemotong. Proses pemilahan hasil akhir dan pengeringan masih dilakukan secara manual.



Gambar 8 : Mesin Pengering Sampah



Gambar 9 : Mesin Pemilah Sampah



Gambar 10 : Mesin Press Sampah



Gambar 7 : Mesin Pencuci Sampah



Gambar 6 : Mesin Pencacah Sampah

BAHAN BAKU

Diketahui bersama bahwa plastik merupakan salah satu bahan utama dalam pembuatan beragam produk yang digunakan manusia sehari-hari serta juga digunakan untuk berbagai keperluan industri. Karena penggunaannya yang hampir setiap hari, plastik bisa dikatakan telah menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Perlu diketahui ada beragam jenis plastik, dan dari berbagai jenis tersebut ada yang aman untuk digunakan sebagai bungkus makanan dan minuman, ada juga yang tidak.

Untuk keperluan pengklasifikasian jenis-jenis plastik, Society of Plastik Industry (SPI) yang berlokasi di Amerika pada tahun 1988 merumuskan sistem pengklasifikasian berbagai jenis plastik dan cara daur ulang plastik berdasarkan bahan mentah pembuatan plastik tersebut. Sistem pengklasifikasian ini dinamakan dengan istilah Resin Identification Code atau RIC.

Pada tahun 2013 kode tersebut direvisi dan dikenal dengan sebutan ASTM D7611 – Standard Practice for Coding Plastik Manufactured. Berdasarkan Kode Identifikasi Resin yang baru ini, terdapat 7 tingkatan (grade) jenis-jenis plastik, dengan kode simbol angka 1 sampai 7. Setiap tingkatan tersebut digambarkan dengan angka masing-masing tingkatan yang dikelilingi oleh tiga anak panah sehingga membentuk segitiga, dibawahnya tertulis singkatan kode jenis plastik. Kode atau simbol tersebut umumnya dapat kita temukan pada bagian bawah produk plastik.

Kode	Jenis	Contoh Penggunaan	Keterangan
1	Polyethylene Terephthalate (PETE atau PET)	Botol air minum dalam kemasan	Plastik jenis ini transparan dan mudah meleleh jika terkena panas, serta dapat mengeluarkan zat berbahaya. Oleh karena itu, plastik jenis ini biasanya hanya digunakan untuk sekali pakai.

Kode	Jenis	Contoh Penggunaan	Keterangan
2	High Density Polyethylene (DPE)	Botol deterjen atau sampo	Plastik dengan kode 2 ini lebih tahan panas dan berwarna putih susu, namun dengan waktu penggunaan yang lama, plastik ini juga bisa melepaskan senyawa berbahaya Antimoni Trioksida. Karena alasan tersebut, plastik jenis ini juga disarankan hanya digunakan sekali pakai
3	Polyvinyl Chloride(PVC atau V)	Pipa, kursi plastik, mainan anak	Plastik dengan kode 3 ini adalah jenis plastik yang cukup sulit untuk didaur ulang.
4	Low-Density Polyethylene (LDPE)	Kantong plastik, tempat makanan	Plastik dengan kode 4 sulit untuk hancur, namun cukup aman dan tidak menimbulkan reaksi kimia jika bersentuhan dengan makanan dan minuman. Oleh karena itu, plastik jenis ini umumnya digunakan sebagai pembungkus makanan atau minuman.
5	Polypropylene (PP)	Tutup botol, tupperware	Plastik dengan kode 5 cukup tahan panas dan biasanya cocok untuk dijadikan wadah makanan

Kode	Jenis	Contoh Penggunaan	Keterangan
6	Polystyrene (PS)	Styrofoam sekali pakai	Plastik dengan kode 6 lebih dikenal dengan istilah Styrofoam, mengandung bahan yang berbahaya untuk kesehatan manusia. Penggunaan plastik jenis ini untuk makanan tidak disarankan dan penggunaannya untuk bungkus makanan sudah dilarang di banyak negara. Plastik jenis ini juga cukup sulit didaur ulang.
7	Other (SAN (Styrene Acrylonitrile), ABS (Acrylonitrile Butadiene Styrene), PC (Polycarbonate) dan Nylon.	Alat elektronik, suku cadang kendaraan, peralatan rumah tangga	Plastik dengan kode 7 mengandung bahan yang berbahaya untuk kesehatan manusia, oleh karena itu penggunaannya untuk makanan dan minuman harus dihindari. Plastik jenis ini juga biasanya tidak dikumpulkan karena sangat sulit untuk didaur ulang. Secara umum semua jenis plastik yang tidak masuk kategori 1-6 akan masuk ke dalam kategori 7 ini.

Berdasarkan penjelasan diatas, umumnya bahan yang digunakan untuk keperluan makanan atau minuman dan dianggap aman adalah plastik yang berkode 4 dan 5. Namun penggunaan plastik berkode 1 juga sangat umum terlihat sebagai tempat makanan dan minuman, contohnya air minum dalam kemasan. Perlu diperhatikan plastik dengan kode 1 sebaiknya hanya digunakan sekali pakai.

Jenis plastik yang umum digarap pada bisnis daur ulang sampah plastik adalah plastik dengan kode 1,2,4 dan 5. Plastik berkode 1 dan 2 adalah yang paling umum di-

kumpulkan; alasan utamanya adalah kemudahan supply bahan baku dan cukup praktis dalam proses daur ulangnya. Contoh plastik berkode 1 adalah air minum dalam kemasan berbentuk gelas; sedangkan contoh plastik berkode 2 adalah minuman kemasan dengan plastik berwarna putih susu. Selain itu, plastik berkode 4 dan 5 juga sering daur ulang karena berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha, plastik jenis ini cukup mudah untuk diproses, sehingga waktu produksi bisa lebih cepat.

TENAGA KERJA

Tenaga kerja unit usaha pesantren umumnya dilakukan melalui tiga model. Model pertama adalah model dimana pesantren mempekerjakan semua pelaksana di unit usaha pesantren dari luar pesantren, misalnya masyarakat sekitar. Bagi pesantren dengan model seperti ini, para santri tidak bisa dilibatkan dalam kegiatan unit usaha pesantren, karena tugas para santri adalah belajar sampai selesai. Model yang kedua adalah gabungan dimana santri dan tenaga profesional bersinergi dan bekerjasama untuk mengelola sebuah unit usaha pesantren. Sedangkan, model ketiga adalah dimana santri tingkat akhir ataupun santri yang sedang menjalani pengabdian di sebuah pesantren terlibat penuh dalam pengelolaan sebuah unit usaha pesantren.

Untuk proses produksi, tenaga kerja yang dibutuhkan pada usaha daur ulang sampah plastik ini idealnya adalah 3 orang pekerja utama (bagian mesin), dan pekerja tambahan yang jumlahnya bisa disesuaikan dengan kebutuhan untuk bagian pemilahan bahan baku, pembersihan dan pengeringan. Pada pesantren yang menjalankan usaha ini, biasanya tenaga tambahan terdiri dari para santri, alumni serta masyarakat sekitar lokasi pesantren. Semakin terampil tenaga tambahan dalam menjalankan tugasnya, semakin cepat proses produksi akan dilakukan.

Pembagian tugas pada bagian mesin umumnya adalah 1 orang dibagian atas untuk memasukkan sampah kedalam mesin, serta 2 orang dibagian bawah untuk mengumpulkan hasil potongan dan mengoreksi pengaturan mesin apabila diperlukan.

Untuk tenaga tambahan jumlahnya tergantung kebutuhan, namun berdasarkan penelusuran penulis, pesantren dengan kapasitas 1 mesin produksi, biasanya mempekerjakan 3-5 orang pekerja tambahan untuk bagian pemilahan, pembersihan dan pengeringan. Perlu diketahui bahwa dibutuhkan waktu adaptasi untuk para pekerja tambahan ini bisa bekerja secara optimal. Pada awal masakerja, dengan jumlah pekerja tambahan 3-5 orang, biasanya waktu yang dibutuhkan oleh para pekerja tersebut untuk bisa mengolah 1 ton bahan baku adalah selama 7-10 hari; kemudian seiring bertambahnya keahlian para

pekerja tersebut, waktu proses akan berkurang menjadi 3-5 hari.

Bagian	Jumlah Tenaga Kerja
Mesin	3 Orang
Pemilahan, pembersihan sampah dan pengeringan	3 – 5 Orang

PRODUKSI OPTIMUM

Perlu diketahui bahwa meskipun bahan baku sampah cukup mudah didapatkan, dan pembeli akhir siap membeli produk potongan plastik kapanpun, biasanya pelaku usaha daur ulang sampah plastik ini tidak bisa mencapai titik produksi optimum karena terkendala masalah modal kerja. Pada umumnya satu siklus pengerjaan daur ulang sampah sampai penjualan adalah selama 3- 7 hari. Dengan asumsi waktu kerja normal 5 hari seminggu, maka dalam 1 bulan biasanya pesantren pelaku usaha ini hanya bisa memproduksi sebanyak 4 kali karena harus menunggu uang hasil penjualan untuk bisa mulai memproduksi kembali.

Satu mesin pencacah atau pemotong sampah bisa memproduksi maksimal antara 0,8-1,5 ton per hari. Dengan asumsi penggunaan 1 ton bahan baku, waktu yang diperlukan untuk melakukan pemilahan dan pembersihan sampah adalah selama 3- 10 hari, proses pemotongan 1 hari, dan pengeringan 1 hari. Untuk mencapai titik produksi optimum (1 ton/hari), diperlukan jumlah tenaga pembantu yang lebih banyak agar proses pemilahan dan pembersihan sampah bisa lebih cepat dilakukan. Selain itu, modal kerja yang besar juga diperlukan agar pesantren tidak perlu menunggu satu siklus penjualan untuk memulai produksinya kembali.

KENDALA PRODUKSI

Kendala produksi usaha daur ulang sampah plastik adalah sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia yang terbatas, dimana pada bisnis ini kepercayaan adalah faktor yang sangat penting. Banyak kasus dimana orang kepercayaan pemilik pesantren hanya 1 orang, sehingga apabila orang tersebut sedang berhalangan atau sakit maka kegiatan produksi dihentikan. Keterampilan dari para pekerja juga sangat penting,

sehingga untuk mempercepat proses produksi diperlukan sebuah sistem operasional prosedur dan metode pelatihan yang terstruktur untuk membuat proses adaptasi pekerja menjadi lebih cepat.

2. Modal kerja mutlak dibutuhkan untuk proses produksi yang konstan. Selain itu ada keperluan investasi lahan dalam bisnis ini, sehingga apabila tidak mempunyai lahan atau tidak mempunyai modal untuk membeli lahan, sangat mungkin proses produksi bisa terganggu. Ada kasus dimana pesantren melakukan produksi di dekat pemukiman warga dan menyebabkan gangguan pada warga sekitar sehingga kemudian lokasi usaha harus direlokasi. Proses pengeringan hasil potongan plastik juga memerlukan area lapang yang cukup luas; pesantren umumnya menggunakan lahan kosong yang dimiliki atau lahan kosong tidak bertuan untuk digunakan pada tahap ini.
3. Meskipun bahan baku mudah didapatkan, perlu waktu adaptasi yang biasanya memakan waktu sampai 3 bulan untuk menemukan pengepul bahan baku yang sesuai dan jujur. Mendapatkan pengepul yang jujur sangat krusial dalam bisnis ini karena akan mempengaruhi keuntungan yang didapatkan. Berat sampah plastik yang umumnya sangat ringan, akan sangat terdampak apabila dimanipulasi oleh pengepul; misalnya pada tumpukan sampah gelas plastik, ada kemungkinan ada beberapa yang diisi air untuk memperberat timbangan.

ASPEK EKONOMI, SOSIAL, DAN DAMPAK LINGKUNGAN

Setelah membahas aspek pengelolaan unit usaha daur ulang sampah pesantren, bab ini menjelaskan dampak unit usaha pesantren terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan. Unit usaha pesantren bukan hanya berdampak pada lingkungan mikro khususnya lingkungan internal pesantren, tetapi juga lingkungan makro atau lingkungan yang lebih luas.

ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL

Program pengembangan usaha pesantren bisa menciptakan kemandirian pesantren karena digunakan untuk menunjang operasional pesantren dan mendukung fungsi utama pesantren sebagai lembaga pendidikan, dakwah Islamiyyah, dan sosial. Pesantren yang kuat secara ekonomi mampu menopang sendiri kegiatan pesantrennya. Misalnya, Pesantren Nurul Iman di daerah Parung Bogor, Jawa Barat memberikan sekolah gratis kepada sekitar 15 ribu santri. Pesantren gratis dapat terwujud jika didukung oleh kekuatan sumber keuangan pesantren yang didapat dari keuntungan unit usaha pesantren selain dari donasi-donasi sosial baik individu, lembaga profit dan non profit, maupun pemerintah.

Usaha pesantren juga memiliki dampak terhadap masyarakat sekitar karena unit usaha pesantren seringkali mempekerjakan warga sekitar. Dengan demikian, keberadaan unit usaha pesantren mampu menopang ketahanan ekonomi keluarga daerah sekitar dengan memberikan penghasilan kepada masyarakat lokal.

Program pengembangan usaha pesantren seringkali juga membantu masyarakat untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha. Masyarakat sekitar yang ada di lingkungan sekitaran pesantren dan bekerja di unit usaha pesantren secara langsung dapat belajar berwirausaha (*learning by doing*). Lebih daripada itu, masyarakat sekitar dapat ikut menjadi penyedia bahan baku atau ikut memasarkan produk pesantren dan ikut serta dalam aktivitas usaha pesantren secara mandiri dan menghasilkan keuntungan sendiri.

Yang tidak kalah penting adalah keterlibatan santri yang pada akhirnya akan menumbuhkan jiwa berwirausaha dan kemampuan wirausaha yang mumpuni dari para santri. Dengan melihat dan terlibat langsung dalam keseluruhan proses bisnis, maka para santri bisa mendapatkan gambaran mengenai pengembangan dan operasional usaha.

DAMPAK LINGKUNGAN

Seperti penjelasan sebelumnya dimana sampah disebutkan adalah masalah klasik bagi manusia modern karena jumlahnya yang semakin besar seiring waktu. Dengan melakukan usaha di bidang daur ulang sampah plastik, tentunya pesantren menjadi berperan penting dalam menjaga kelestarian alam dengan cara mengurangi jumlah sampah plastik yang mencemari lingkungan.

FAKTOR KESUKSESAN (SUCCESS FACTORS)

KEPERCAYAAN DAN AFILIASI RELIGIUS

Kunci kesuksesan unit usaha pesantren yang pertama adalah faktor kepercayaan dan afiliasi religius. Masyarakat mempunyai kepercayaan yang tinggi (trust) terhadap eksistensi pesantren termasuk unit usaha yang dimiliki oleh pesantren. Kepercayaan ini muncul salah satunya dari pandangan keagamaan yang merelasikan produk dan jasa pesantren dengan nilai-nilai keagamaan tertentu. Asumsi umum mengenai bisnis pesantren yang kemungkinan besar dijalankan secara jujur dan bernilai ibadah tentunya akan meningkatkan kepercayaan dari pihak lain kepada pesantren pelaku usaha tersebut; hal ini akan berlaku terhadap penyedia bahan baku ataupun pembeli. Bermitra dengan pesantren pun seringkali dianggap membawa keberkahan bagi banyak orang. Konsep keberkahan dalam Islam dapat dipandang sebagai kebaikan yang bertambah sebagai karunia Tuhan kepada manusia. Kebaikan tersebut terus bertambah dan berkesinambungan (sustainable kindness and blessings). Dalam pandangan pesantren, merelasikan sebuah produk pesantren dengan konsep-konsep keagamaan bukan sesuatu yang abstraktetapi dapat dijelaskan secara logis. Misalnya, produk yang diproduksi oleh usaha pesantren tidak sepenuhnya untuk maksimalisasi profit (profit maximization) tetapi dialokasikan sebagian besar untuk menunjang kegiatan pendidikan, sosial, dan dakwah yang dilakukan oleh pesantren. Kegiatan-kegiatan tersebut dipandang baik dan mulia di sisi Agama. Sehingga, mendukung produk dan jasa pesantren dianggap memproteksi nilai-nilai mulia tersebut dan terhormat disisi Tuhan Yang Maha Esa.

PARADIGMA KIAI ATAU PIMPINAN PESANTREN

Visi dan komitmen kiai atau pimpinan pesantren sangat penting dalam pengembangan bisnis pesantren. Kiai atau pimpinan pesantren merupakan figur penting dalam struktur organisasi pesantren. Kiai dan pimpinan pesantren mampu menggerakkan seluruh potensi yang dimiliki oleh pesantren termasuk potensi ekonomi. Dalam berbagai survei yang dilakukan oleh tim penulis, kiai yang proaktif dan mendukung pengembangan wirausaha pesantren mampu menstimulasi potensi yang dimiliki baik oleh para santri maupun masyarakat sekitar.

KETELADANAN PENGURUS PESANTREN

Keteladanan pengurus pesantren berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah produk dan jasa unit usaha pesantren. Keteladanan ini bervariasi. Misalnya, pengurus pesantren terbiasa mengonsumsi produk dan jasa yang diproduksi oleh pesantren. Kebiasaan terse-

but akan dilihat dan dicontoholeh para santri.

KELEMBAGAAAN / ORGANISASI

Kesuksesan unit usaha pesantren tidak terlepas dari peran organisasi ataupun kelembagaan pesantren. Dari perspektif organisasi, usaha pesantren yang dilakukan oleh pesantren salafi (tradisional), khalafi (modern), maupun campuran harus dikelola secara terpisah dari pengelolaan pengajaran dan pendidikan dan melibatkan unit khusus pengembangan ekonomi. Misalnya, pesantren membentuk Pesantren Business Units (PBUs) dengan struktur organisasi yang paling sederhana sampai struktur organisasi yang paling kompleks yang melibatkan semua fungsi manajemen (keuangan dan akuntansi, operasional, sumber daya manusia, dan pemasaran).

Pengembangan struktur organisasi yang dikhususkan untuk pengembangan usaha pesantren bergantung padacara pandang, paradigma, ataupun peran pendiri pesantren maupun yayasan yang menaungi pesantren. Pengurus pesantren yang mempunyai visi kewirausahaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan untuk pengembangan pendidikan dan dakwah di lingkungan pesantren cenderung menjalankan unit usaha pesantren secara baik dan memberikan nilai tambah (value added) dalam pelaksanaan fungsi utama pesantren yaitu pendidikan dan dakwah.

Selain pentingnya paradigma pengurus pesantren terhadap pengembangan ekonomi dan kewirausahaan pesantren, faktor penting lainnya dalam kelembagaan pesantren adalah model bisnis atau pengelolaan pesantren. Model bisnis yang dijalankan haruslah disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki oleh pesantren dan bisa menghasilkan manfaat yang bisa menopang kegiatan pesantren baik secara langsung maupun tidak langsung.

ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

Aspek sumber daya manusia pun sangat penting sebagai salah satu key success factors pengembangan ekonomi pesantren. Sumber daya manusia ini adalah para pengelola unit usaha pesantren (Pesantren Business Units). Terdapat tiga model pengembangan sumber daya pengelola unit usaha pesantren. Model pertama menitikberatkan pengelolaan unit usaha pesantren kepada para santri yang menjelang atau telah lulus tetapi masih terikat kontrak pengabdian dengan pesantren. Beberapa pesantren menggunakan model ini. Model kedua menggabungkan model pertama bersama pegawai atau tenaga kerja yang digaji oleh pesantren untuk mengelola unit usaha pesantren. Model campuran ini tidak melibatkan para santri secara penuh dalam pengelolaan unit usaha pesantren tetapi

dibantu oleh tenaga kerja yang umumnya berasal dari masyarakat sekitar pesantren dan merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat sekitar pesantren. Model yang terakhir adalah model dimana pengelola usaha pesantren sepenuhnya dilakukan oleh tenaga kerja non- santri dan umumnya tenaga kerja ini berasal dari lingkungan sekitar pesantren atau didatangkan secara khusus dari wilayah sekitaran pesantren..

Pemilihan model pengelolaan unit usaha pesantren dari aspek sumber daya manusia (model pertama, kedua, atau ketiga) tidak terlepas paradigma pengurus pesantren terhadap pilihan model pengembangan pesantren. Misalnya, terdapat pesantren yang mempunyai visi kewirausahaan sehingga para santri yang telah lulus dari pesantren tersebut diharapkan memiliki mental kemandirian dan berwirausaha. Tetapi juga terdapat pesantren yang sengaja tidak melibatkan para santri untuk terjun dalam pendidikan para santri. Jenis terakhir ini menjadikan unit usaha pesantren sebagai pilar penyokong utama kegiatan pendidikan, kegiatan sosial, dan dakwah di pesantren. Terdapat pula pesantren yang menjadikan unit usaha sebagai penyokong utama pendidikan gratis para santri. Sehingga para santri dilibatkan dalam kegiatan unit usaha untuk mempertahankan eksistensi pesantren yang tidak meminta dana dari para santri.

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

Faktor kesuksesan lainnya adalah pada aspek pemasaran. Pada bisnis daur ulang sampah plastik, sangat penting untuk mempunyai jaringan yang kuat dan baik dengan para distributor ataupun pabrik yang akan menampung produk hasil produksi. Dalam banyak kasus, pada saat baru memulai usaha ini, akses masuk kepada pembeli biasanya baru bisa didapatkan dengan rekomendasi dari pelaku usaha lain yang sudah menjual kepada pembeli tersebut.

ASPEK PRODUKSI DAN OPERASIONAL

Terkait aspek produksi dan operasional ada dua hal yang penting untuk diperhatikan oleh pesantren pelaku usaha daur ulang sampah. Yang pertama adalah ketersediaan bahan baku serta kejelian dalam menelaah bahan baku yang baik dan benar timbangannya. Faktor penting kedua adalah kesiapan sumberdaya manusia, karena diperlukan waktu adaptasi selama beberapa bulan untuk membiasakan pekerja pada jenis usaha ini agar mencapai ritme kerja yang optimal.

Dari keseluruhan proses produksi, penggunaan teknologi umumnya hanya dilakukan pada tahap pembersihan, press untuk meratakan sampah berongga, serta pemoton-

gan. Untuk tahapan pemilahan jenis plastik dan pengeringan hasil akhir, pesantren masih melakukannya secara manual. Apabila pesantren bisa membeli mesin untuk proses-proses yang masih dilakukan secara manual tersebut, proses produksi tentu akan berjalan dengan lebih cepat dan optimal.

ASPEK KEUANGAN

Faktor kesuksesan lainnya adalah kemampuan pengelola unit usaha pesantren dalam pencatatan, laporan, dan sistem informasi keuangan. Dalam beberapa kasus, beberapa pesantren telah mempunyai kemampuan pencatatan, laporan, dan sistem informasi keuangan yang baik. Hal ini ditandai dengan laporan keuangan mereka yang mencakup rencana investasi dan modal awal, Harga Pokok Produksi (HPP) setiap jenis produk, Laporan Penjualan, Laporan Keuntungan, dan Laporan Keuangan per periode.

Selain aspek teknis kemampuan pengelola dalam bidang keuangan, hal penting lainnya adalah kualitas modal kerja dari unit usaha pesantren. Pemahaman para pengelola unit usaha pesantren tentang fungsi sedekah sebagai Multiplier Cost Reduction (MCR). Para pengelola harus paham bahwa bantuan dana sosial Islam terhadap usaha mereka misalnya dalam pembelian mesin maupun peralatan baru dapat menurunkan biaya karena unit usaha tidak perlu untuk menyisihkan biaya penyusutan (depreciation costs). Dengan demikian, unit usaha pesantren dapat mereduksi biaya dan menurunkan harga produk tanpa mengurangi keuntungan pesantren.

FAKTOR PENDUKUNG (SUPPORTING FACTORS)

Termasuk didalamnya adalah faktor-faktor spesifik lainnya yang dapat menunjang kesuksesan unit usaha pesantren, misalnya kontribusi masyarakat terhadap unit usaha pesantren baik sebagai pemasok tenaga kerja maupun sebagai konsumen produk pesantren. Selain itu, dukungan regulator dan pemangku kepentingan (stakeholders) di lingkungan internal maupun eksternal pesantren turut menentukan pengembangan bisnis pesantren. Kesuksesan unit usaha pesantren juga bergantung pada modal sosial pesantren. Pesantren memiliki modal sosial yang kuat untuk mengembangkan jejaring baik sumber permodalan, promosi maupun distribusi. Jejaring keluarga pengurus pesantren, jejaring alumni, serta jejaring jemaah mampu menjadi penopang kesuksesan unit usaha pesantren.

FAKTOR-FAKTOR PENTING (CRITICAL POINTS)

PERSIAPAN

Untuk memulai usaha daur ulang sampah diperlukan beberapa tahap persiapan. Pertama adalah kesiapan kelembagaan. Tahap ini fokus pada kesiapan pesantren dalam menyiapkan personalia unit usaha baru. Kesiapan ini juga termasuk kesiapan mental maupun paradigma para pengurus terhadap keberadaan unit usaha pesantren. Pada unit usaha pesantren, baiknya keterlibatan pengurus hanya sebatas manajerial dan tidak memiliki porsi kepemilikan dalam usaha pesantren. Saham unit usaha pesantren idealnya murni dimiliki oleh pesantren bukan individu pengurus pesantren. Model ini dapat menghindari konflik kepentingan (conflict of interests) usaha pesantren.

Kedua adalah tahapan teknis. Tahapan ini terdiri dari beberapa kegiatan: (i) Survey lokasi usaha. Idealnya total lahan yang dibutuhkan adalah seluas 280-300 meter persegi, yang terdiri dari lokasi instalasi mesin, lokasi penyimpanan bahan baku, lokasi pencucian, lokasi penyimpanan hasil produksi, serta lokasi pengeringan; (ii) Mengumpulkan koneksi dan kontak pengepul sampah. Semakin banyak koneksi pengepul yang dimiliki akan semakin baik, karena pesantren menjadi memiliki banyak opsi untuk mendapatkan bahan baku. Pada kebanyakan kasus dibutuhkan proses uji coba (trial and error) selama beberapa bulan sampai didapatkan pengepul yang jujur dan cocok dengan pihak pengelola unit usaha pesantren; (iii) Menginisiasi relasi dengan pihak-pihak yang potensial untuk menjadi pembeli seperti distributor potongan plastik, ataupun pabrik-pabrik. Dengan mengetahui prosedur penjualan secara lengkap serta jaringan penjualan yang luas, pesantren bisa merumuskan metode produksi dan operasional yang lebih optimal untuk dijalankan. Misalnya jenis plastik apa yang banyak diminta oleh pembeli, atau bagaimana prosedur pembayaran dari pembeli.

Tahap terakhir pada fase persiapan adalah merencanakan pembiayaan usaha. Pembiayaan bisa didapatkan melalui sumber dana milik pesantren, pembiayaan dari institusi keuangan Syariah, pembiayaan dari investor individual, maupun pembiayaan melalui donasi. Setelah mendapatkan pembiayaan, pihak pesantren bisa menggunakannya untuk membeli peralatan penunjang produksi serta menyewa atau membeli lahan. Perlu diperhitungkan juga modal kerja untuk keperluan bahan baku dan gaji pekerja. Pesantren yang memiliki lahan luas atau aset tanah tidak terpakai akan memiliki keunggulan dalam menjalankan usaha ini karena akan mengurangi biaya modal yang harus dikeluarkan.

PELAKSANAAN

Setelah tahapan persiapan selesai, tahapan selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan. Tahapan ini terdiri dari: (i) instalasi mesin; (ii) commissioningtest (pengecekan kelistrikan); (iii) pengumpulan bahan baku (sampah plastik); (iv) penyortiran sampah; (iv) pembersihan sampah; (v) pencacahan/pemotongan sampah; (vi) pengeringan hasil potongan; (vii) penimbangan; (viii) laporan kesiapan penjualan; (ix) penjualan.

Lokasi usaha tempat instalasi mesin daur ulang sebaiknya tidak terlalu dekat dengan rumah warga. Lokasi yang terlalu dekat dengan rumah warga bisa menyebabkan gangguan di masyarakat karena pada saat beroperasi mesin mengeluarkan suara yang cukup keras. Pengecekan mesin juga perlu dilakukan untuk mengetahui setingan yang sesuai untuk tiap jenis plastik.

Kemudian pada tahap penyortiran dan pembersihan perlu dibuat sebuah standar prosedur yang mudah dipahami oleh semua pekerja di bagian ini. Pada umumnya pekerja penyortiran dan pembersihan gawai sangat mungkin selalu terjadi. Tanpa panduan, biasanya pegawai baru membutuhkan waktu sampai 3 bulan untuk bisa melakukan pekerjaannya di bagian ini dengan cepat dan benar.

Pada fase pencacahan/pemotongan aspek krusial yang perlu diperhatikan adalah pengaturan mesin karena setiap jenis plastik akan mempunyai setingan yang berbeda untuk mendapatkan kecepatan proses yang optimal. Berkaitan dengan hal tersebut, perlu juga dibuat rencana produksi berdasarkan jenis plastik; misal plastik kode 1 di hari pertama dan plastik kode 2 di hari kedua. Dengan pengaturan waktu produksi, operasional produksi tidak akan banyak tersita karena menunggu pengaturan mesin yang baru. Umumnya waktu yang dibutuhkan untuk merubah pengaturan mesin untuk dicocokkan dengan jenis plastik berbeda bisa mencapai 1 jam.

Pada proses pengeringan, sebaiknya dilakukan di lokasi yang lapang dan terbuka yang luas apabila proses dilakukan secara manual dengan bantuan sinar matahari. Dengan menjemur hasil produksi di lokasi yang lapang dan terbuka, akan semakin lama hasil produksi tersebut terpapar sinar matahari sehingga proses pengeringan menjadi lebih cepat. Pada umumnya proses pengeringan membutuhkan waktu 1 hari.

Sebelum membuat laporan kesiapan penjualan dan melakukan penjualan. Pada tahap penimbangan harus dilakukan dengan seksama dan teliti. harus dipastikan bahwa plastik sudah terpisah berdasarkan jenisnya dan sudah benar-benar kering. Umumnya pembeli hanya akan menerima hasil produksi yang memenuhi kriteria umum bersih, ker-

ing dan sudah dipisahkan berdasarkan masing-masing jenis plastiknya.

MONITORING

Tahap selanjutnya setelah tahap pelaksanaan adalah tahap monitoring. Berdasarkan informasi dari pesantren pelaku usaha daur ulang sampah, akan dibutuhkan waktu 6 bulan dari mulai persiapan sampai proses produksi bisa berjalan dengan normal dan rutin. 3 bulan pertama adalah waktu adaptasi dan belajar dan 3 bulan kedua adalah proses pembentukan ritme kerja yang optimal. Oleh karena hal tersebut, perlu adanya pendampingan selama 6 bulan pertama setelah unit usaha pesantren didirikan. Materi pendampingan umumnya terkait dengan aspek pembelian bahan baku, produksi, pemasaran dan pencatatan laporan keuangan.

DOKUMENTASI DAN PELAPORAN

Terdapat beberapa pelaporan keuangan dasar yang harus dipahami oleh personalia unit usaha daur ulang sampah di pesantren. Meskipun idealnya pesantren memiliki pengadministrasian keuangan yang rinci seperti pelaku usaha lainnya yang terdiri dari neraca, buku kas, kartu utang, kartu piutang, kartu persediaan, laporan penjualan dan ikhtisar laba rugi. Secara rasional dan mempertimbangkan kondisi kebanyakan pesantren, setidaknya pesantren harus membuat laporan pembelian bahan baku, laporan inventori bahan baku, laporan inventori hasil produksi (laporan kesiapan penjualan), laporan pengeluaran (gaji, dll), dan laporan penjualan.

UPAYA KEBERLANJUTAN (SUSTAINABILITY)

Setelah semua proses diatas dilaksanakan, maka unit usaha daur ulang sampah pesantren dapat dikategorikan telah berhasil memulai tahap awal dari sebuah bisnis baru. Indikator bahwa unit usaha pesantren telah dikategorikan bertahan beroperasi adalah ketika unit usaha tersebut telah berhasil melakukan penjualan dan mendapatkan keuntungan. Namun, perlu diperhatikan bahwa untuk menjamin keberlanjutan (sustainability) usaha pesantren, maka seiring berjalannya waktu, pesantren harus mendiversifikasi jenis produk yang diolahnya, ataupun mulai mencoba mengembangkan lini usaha baru yang sebaiknya masih berhubungan dengan rantai proses pada bisnis daur ulang sampah ini; misalnya mengembangkan usaha pengolahan hasil daur ulang sampah menjadi produk jadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basyit, "Pembaharuan Model Pesantren: Respon Terhadap Modernitas" (Oktober, 2017) Vol.XVI Koordinat.
- Asrori S. Karni, Etos Studi Kaum Santri (Bandung: PT. Mizan, 2009).
- Azyumardi Azra, Pendidikan Pesantren: Tradisi dan Modernisasi Menuju Milenium Baru (Jakarta: Logos, 2010).
- CC Berg, "Indonesia" dalam HAR Gibb (ed), Whither Islam? A Survey of Modern Movements in the Moslem World (London, 1932).
- Clifford Geertz, dalam "The Javanese Kjai: The Changing Role of a Cultural Broker", CSSH (1959-1960) Volume II, h. 228-249,
- Haidar Putra Daulay, Pendidikan Islam dalam Sistem Pendidikan Nasional Indonesia (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014)
- Hiroko Hroikosi, Kiai dan Perubahan Sosial (Jakarta: P3M, 2001).
- HM Yacub, Pondok Pesantren dan Pembangunan Masyarakat Desa (Bandung: Penerbitan Angkasa, 1985)
- Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Kuntowijoyo, Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi (Bandung: Mizan, 1991)
- Lawrence J.Gitman and Zutter, Principles of Managerial Finance, (Wiley, 2012)
- Martin van Bruinessen, Kitab Kuning Pesantren dan Tarekat: Tradisi-Tradisi Islam Indonesia (Mizan, 1999) cet.ke-3.
- Marwan Saridjo, Sejarah Pondok Pesantren di Indonesia (Jakarta: Dharma Bhakti, 1980).
- Michael E. Porter, Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance (New York: Free Press, 1998)
- Situs Budaya, "Sejarah Pesantren Tegalsari" [18 Agustus 2019], <https://situsbudaya.id/sejarah-pesantren-tegalsari/>
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren.

Buku ini disusun sebagai pedoman praktis bagi pesantren untuk mengembangkan unit usaha pesantren dibidang daur ulang sampah plastik. Pengembangan ekonomi pesantren sejalan dengan cetak biru (blueprint) pengembangan ekonomi keuangan Syariah Bank Indonesia terutama melalui pemberdayaan usaha Syariah. Buku pedoman praktis pengelolaan usaha pesantren ini diharapkan dapat memandu secara detail aspek-aspek manajemen yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, produksi, serta aspek-aspek penting lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan sebuah usaha pesantren. Panduan tersebut diharapkan juga dapat meningkatkan kualitas tata kelola (governance) unit usaha pesantren khususnya di bidang usaha pengelolaan sampah plastik.

