

ABSTRAK

ARUM NINGSIH, 221310006: Strategi Komunikasi Bisnis dalam Kewirausahaan Pesantren (Studi Difusi Inovasi dalam Kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid).

Pesantren di tengah perkembangan masyarakat memiliki tantangan untuk mewujudkan dakwah *kahartos jeung karaos* (dimengerti dan dirasakan). Perbaikan masyarakat tidak cukup hanya dengan ceramah melainkan juga pada kesejahteraan umat. Dakwah Islam memang bisa mudah dimengerti tapi belum bisa dirasakan. Misalnya, dalam sebuah musibah para ustadz mengimbau agar umat bersabar, bersabar, dan bersabar. Sementara para pendeta sangat giat menebar kebaikan tanpa banyak bicara. Inilah yang dimaksud bahwa dakwah harus dimengerti dan dirasakan. Dakwah *kahartos jeung karaos* menjadi motivasi dari berdirinya Eco Pesantren Daarut Tauhiid. Misi tersebut diwujudkan melalui pembentukan kewirausahaan pesantren. Pengelolaan kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid tidak lepas dari proses komunikasi, khususnya komunikasi bisnis. Keterampilan berkomunikasi membangkitkan inspirasi dalam proses adu argumentasi, juga meraih sukses dalam persuasi.

Tujuan penelitian ini, yaitu: 1) Untuk mengetahui proses menyampaikan informasi dalam komunikasi bisnis pada kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid. 2) Untuk mengetahui proses persuasi dalam komunikasi bisnis pada kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid. 3) Untuk mengetahui inovasi dalam komunikasi bisnis pada kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid. 4) Untuk mengetahui evaluasi dalam komunikasi bisnis pada kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan difusi inovasi dan model AIDA yang berkaitan dengan *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (hasrat), dan *action* (tindakan). Penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT (*streng*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*).

Hasil penelitian menunjukkan, penyampaian informasi dilakukan dengan keramahan, kesederhanaan, kesesuaian, dan keterhubungan. Proses Persuasi diwarnai corak kebaikan dan kekuatan yang tercermin dalam karakter kedisiplinan, keberanian, kejujuran, keikhlasan, ketangguhan, dan ketawadhuan. Persuasi ini diformulasikan dengan model AIDA yang berkaitan dengan *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (hasrat), dan *action* (tindakan). Inovasi dalam kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid meliputi asrama bambu yang komunikatif, bagi hasil dalam sistem agrobisnis, dan penitipan barang dagangan dalam warung kebersamaan. Evaluasi yang dilakukan dalam kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid menggunakan analisis SWOT yang disinkronkan dengan konsep mengendarai mobil, yakni lihat, sesuaikan, belok, gas, dan rem. Analisis SWOT menangkap kekuatan dan kelemahan utama yang ada di dalam kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid, serta menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi.

Kata Kunci: Komunikasi bisnis, kewirausahaan, Eco Pesantren Daarut Tauhiid, difusi inovasi.

ABSTRACT

ARUM NINGSIH, 221310006: Business Communication Strategies in Entrepreneurship Pesantren (Study of Diffusion of Innovations in Enterprise Eco Pesantren Daarut Tauhiid).

Pesantren in the development of society has the challenge to realize the da'wah *kahartos Jeung karaos* (understandable and perceived). Community improvement is not enough just to lecture but also on the welfare of the people. Islamic da'wah is easy to understand but it can not be felt. For example, in a disaster the cleric appealed to the people to be patient, be patient, and be patient. While the minister was keen to spread the goodness without much talk. This is what is meant that the mission must be understood and perceived. Da'wah *kahartos Jeung karaos* the motivation of the establishment of Eco Pesantren Daarut Tauhiid. The mission is realized through the establishment of entrepreneurial schools. Eco Pesantren Daarut Tauhiid entrepreneurial management not be separated from the process of communication, in particular business communications. Inspiring communication skills in the process of argument, also achieved success in persuasion.

The purpose of this study, namely: 1) To know the process of conveying information in business communication on entrepreneurship Eco Pesantren Daarut Tauhiid. 2) To know the process of persuasion in business communication on entrepreneurship Eco Pesantren Daarut Tauhiid. 3) To know the innovations in business communication on entrepreneurship Eco Pesantren Daarut Tauhiid. 4) To know the evaluation in business communication on entrepreneurship Eco Pesantren Daarut Tauhiid.

This study uses a case study with a qualitative approach. Used the diffusion of innovation theory and models related to AIDA (attention, interest, desire, and action. This study also uses SWOT analysis (strength, weakness, opportunity and threat).

The results showed, the delivery of information carried by the friendliness, simplicity, appropriateness, and connectedness. Persuasion process marred complexion goodness and strength is reflected in the character of discipline, courage, honesty, sincerity, toughness, and *ketawadhuan*. This persuasion is formulated with AIDA models associated with attention (attention), interest (interest), desire (desire), and action (action). Eco entrepreneurial innovation in boarding school dormitory Daarut Tauhiid include bamboo communicative, the results in the agribusiness system, and custody of merchandise in the shop together. Evaluations are conducted in entrepreneurial Eco Pesantren Daarut Tauhiid using SWOT analysis synchronized with the concept of driving a car, the look, adjust, turn, gas, and brake. SWOT analysis captures the main strengths and weaknesses in the entrepreneurial Eco Pesantren Daarut Tauhiid, and describes the opportunities and threats faced.

Keywords: business communications, entrepreneurship, Eco Pesantren Daarut Tauhiid, diffusion of innovation.

الملخص

اعشاشخذيث الحصيل انخدبست فت سبده ائذاسط العاليت: ARUM NINGSIH, 2.213.10.006 (انذاخهت
(دساعت شش البخبكسات فت انشبيغ انبئت ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ

بييت) *karaos* حَخِ *kahartos* ائذاسط العاليت انذاخهت فت حغش ائدغ لذ انخدذ نخدمك انذكبت ائخصسة. حدغ ائدغ
نظ كيفب فمظ لئمبء يديبضشة نك اصب كه سفب ت انشكيب. الـگالو العالبي ي انعم افي نك الـغغغ ائس. كه عيم ائئبل،
فت كبست سخم انذ بيش انشكيب كه انخده بينصيش، انخده بينصيش، انخده بينصيش. فت حِ كِب صنشا حشصت كه شش
انخش بذ كالو كئش. زا انذافع نواعظ يظت انخكيب *karaos* حَخِ *kahartos* يب كِب ائت دب افي ائطش. انذكة اللخصبذ
ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ. ادسكج انبكبت ي خالل اشبه ائذاسط انشبيت. بنت اداسة انشبيغ ائذاسط العاليت انذاخهت
داس انجخذ الـك فصهب كِب كهت انخاصم، الـغ ب الحصبالث انخدبست. حمك يساث الحصيل ائهي فت كهت حدت اصب
ائذبذ فت اللبع

انغض ي ز انذساعت، 1: (نكشفت كهت مم انكبيث فت الحصبالث انخدبست كه انشبيغ انبئت ائذاسط العاليت
انذاخهت داس انجخذ. 2) انخكشف كه كهت اللبع فت الحصبالث انخدبست كه انشبيغ انبئت ائذاسط العاليت انذاخهت داس
انجخذ. 3) انخكشف كه البخبكسات فت يدبل الحصبالث انخدبست كه انشبيغ انبئت ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ. 4)
نكشفت انخم ي فت الحصبالث انخدبست كه انشبيغ انبئت ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ

حغخذو ز انذساعت دساعت حبنت يغ ح ك. حغخذو شش طشنت البخبس انـبرج انخكهمت الخبو AIDA SWOT
الخبي، انفاذ (انفبذة)، انشغبت (انشغبت)، انكيم، انكيم. حغخذو ز انذساعت اصب حدهم
(عش ح، انضكف انفضص انخذذاث).

اطشت انخبيح حمذي انكبيث انخ حدهب اند انبغبت ائالءيت، انخشابط. كيكظ كهت اللبع شبيج
ketawaduhan انخش انبششة انمة فت شخصت الضبيب ائدبگت، انصدق، الـخالص، صالبت، انشبيغ الخبي
(انخبي، انفاذ (انفبذة)، انشغبت (انشغبت)، انكيم AIDA انضكج ز اللبع يغ بـرج) انكيم. بنت البخبس سبده الـكبل فت
ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ شم كبش انخضسا انخصهت، انخبيح فت يظبت الـكبل انضساگت، حصببت نهبضبنغ فت
يخدش يكب. حدش كهبيث انخم ي فت يخضائت يغ بقو لبده SWOT انشبيغ انبئت ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ
بيعخذاو حدهم هخمظ مبط انمة انضكف انشغبت فت SWOT انغبسة، طشة، ضبط، حذم انغبص انفضايم. حدهم انبببسة انبئت
ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ، كزنك صف انفضص انخذذاث انخـحـب

كهبت انببث: احصبالث الـكبل، خطي انشبيغ، اك ائذاسط العاليت انذاخهت داس انجخذ، شش البخبس