

**DESKRIPSI TENTANG YAYASAN PESANTREN MUKMIN MANDIRI
SIDOARJO DAN KOPI MAHKOTA RAJA BLEND DOA**

1. Sejarah Yayasan Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo

Namun perubahan memang terjadi dengan sangat cepat. Di tahun 90-an, inovasi pesantren untuk mengembangkan pendidikan umum telah mencapai puncaknya. Terlihat dari banyaknya pesantren yang mengembangkan sekolah-sekolah umum. Hampir semua pesantren yang telah mapan dalam kemampuan santrinya di bidang agama, kemudian membuka pendidikan umum, misalnya SMU, SMK dan sebagainya. Pesantren Rejoso, misalnya membuka program studi umum, seperti SMP dan SMU dan juga program ST Telkom, dan SMK. Dalam

Masyarakat sudah sangat mindedness tentang perindustrian dan perdagangan, maka pesantren telah mengembangkan pola baru dalam keterlibatannya dengan pemberdayaan masyarakat. Di dalam konteks ini, maka apa yang dinyatakan oleh Direktur Pesantren/ Pengelolah Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo Drs. KH Muhammad Zakki, M.Si tentang pengembangan pesantren ke depan dirasakan sangat tepat. Menurutnya, bahwa 10% santri saja yang diharapkan menjadi kyai khos, 60% menjadi kyai untuk memenuhi kebutuhan umat akan ilmu agama, seperti menjadi modin, ahli tahlil istighosah, yasin dan pemenuhan kebutuhan agama di level masyarakat luas, dan selebihnya 30% terarah kepada pemenuhan kebutuhan pemberdayaan masyarakat. Yang terakhir ini, maka yang diperlukan adalah alumnus pesantren yang bisa menggerakkan roda bisnis (dunia usaha), menguasai teknologi terapan, mengembangkan inovasi baru dalam mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sebagainya.

² Mukmin Mandiri, “PESANTREN DAN AGROBISNIS”, <https://mukminmandiri.wordpress.com/2014/03/21/potret-pesantren-modern-bersama-umat-membangun-perekonomian-santri/#more-243>, diakses pada (09 Maret 2015)

Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo ini yang di dirikan oleh Dr. KH. Muhammad Zakki, M.Si, pada tanggal 01 April tahun 2009 dengan Akta Notaris Bambang Santoso, SH, M.Kn merupakan Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren yang bergerak di bidang Agrobisnis dan Agroindustri. Sedangkan Misi dan orientasinya mendidik santri berwawasan *entrepreneurship* dan *entrepreneur* yang berjiwa santri yang bertujuan di samping memperluas khazanah keagamaan santri juga memberdayakan dan mengkaryakan ekonomi santri yang terfokus pada aspek agro (*agrobisnis*).³

³ Gus Hery, “Pesantren dan Agrobisnis”, dalam <https://www.facebook.com/notes/hericbs/pesantren-dan-agrobisnis/410046092410072>, diakses pada (25 November 2014)

Inovasi yang dikeluarkan berupa merek Mahkota Raja *Coffee* Santri Blend Doa. Memiliki kelebihan dan ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kopi jenis lain. Hal ini telah menjadi kebijaksanaan pemasaran perusahaan dengan harapan produk yang dipasarkan dapat menembus pasar, serta mampu meraih pangsa pasar yang luas.

2. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Yayasan Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo adalah sebagai berikut:

a. Visi Yayasan Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo

Santri berwawasan wirausahawan dan usahawan yang berjiwa santri
(*Minded Santris entrepreneurship and entrepreneurial minded santris*)

b. Misi Yayasan Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo

Mendidik dan mencetak santri menjadi wirausahawan yang saleh dan mandiri (*To educated santris on their own saleh entrepreneurship*)

label atau merk Mahkota Raja Coffee Santri Blend Doa, dengan perpaduan antara kopi jenis Robusta, Arabica dan Blend Doa memberikan cita rasa khas Coffee Santri. Perpaduan yang menghasilkan kualitas dan keberkahan bagi Penikmat Kopi serta rasa kopi yang kenikmatannya menjadi kebanggaan Kopi Indonesia, maka selanjutnya perusahaan memperluas pemasaran produk Mahkota Raja Coffee Santri ini hingga ke luar daerah hingga ke luar negeri.

Produk ini diolah secara langsung oleh santri dengan professional dari awal pengolahan dan penyimpanan biji kopi sampai dengan proses produksi sehingga membuat cita rasa dan aroma kopi produk ini menjadi khas dan mengingatkan produsen pada cita rasa kopi sesungguhnya hingga hirupan terakhir yang disajikan di dalam segelas air panas.

➤ Jenis-jenis Kopi Mahkota Raja Blend Doa

NO	NAMA BARANG
1	Sachet 4 in 1
2	Sachet 3 in1
3	Premium Biji Goreng 250 gr
4	Premium Biji Goreng 500 gr
5	Premium Bubuk 250 gr
6	Premium Bubuk 100 gr
7	Mahkota Raja Biji Goreng 250 gr
8	Mahkota Raja Biji Goreng 500 gr
9	Mahkota Raja Bubuk 250 gr
10	Pendowo Limo 250 gr

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

Sejauh ini respon konsumen terhadap Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa dapat dikatakan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. Hal ini sesuai dengan penuturan manager marketing produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa yang mengatakan “respon konsumen ataupun masyarakat terhadap Kopi Mahkota Raja Blend Doa positif dan mengalami peningkatan permintaan”.⁷

Salah satu konsumen Kopi Mahkota Raja Blend Doa, Ibu Sukri mengatakan “saya memilih Kopi Mahkota Raja Blend Doa karena selain enak dan harganya terjangkau juga ada nilai spiritual di dalamnya yaitu ada unsur Do’a. Dimana ketika saya minum ada energy positif yang mengalir dalam tubuh saya, karena saya tahu kalau yang memproduksi ini adalah sebuah pondok pesantren”.⁸

Bapak Totok Pisang pelanggan setia Kopi Mahkota Raja mengatakan “ketika sakit kepala dan kemudian meminum Kopi Mahkota Raja Blend Doa rasa sakitnya menjadi berkurang dan merasa lebih fresh pikiran saya, selain itu harganya juga terjangkau”.⁹

Selaras dengan keterangan Ibu Idah seorang ibu rumah tangga yang memiliki suami dan 2 (dua) anak mengatakan “setiap pagi suami dan anak saya meminum Kopi Mahkota Raja Blend Doa, karena memang rasanya itu beda

⁶ Satu Islam, “Nasional”, dalam <http://www.satuislam.org/nasional/kopi-pesantren-ini-tembus-pasar-dubai-dan-malaysia-berkat-campur-doa/>, diakses pada (25 November 2014)

⁷ Mas Heri, *Wawancara*, Sidoarjo, 24 Desember 2014.

⁸ Ibu Sukri, *Wawancara*, Surabaya, 27 Desember 2014.

⁹ Bapak Totok Pisang, *Wawancara*, Surabaya, 27 Desember 2014

Bapak Ali mengatakan “Kopi Mahkota Raja Blend Doa itu membuat saya lebih semangat dalam beribadah, dan rasanya itu enak serta dapat membangkitkan nilai-nilai spiritual yang ada dalam diri setiap orang-orang yang meminumnya”.¹¹

Berbeda dengan ungkapan konsumen diatas yang membeli Kopi Mahkota Raja atas dasar ingin mendapatkan keberkahan dan nilai-nilai spiritual yang tercampur dalam kopi tersebut. Ibu Suwarni mengatakan “saya membeli Kopi Mahkota Raja Blend Doa tersebut karena sekedar ingin mencoba dan ditoko tempat saya membeli hanya ada kopi tersebut maka terpaksa membeli karena tidak ada pilihan. Rasanya sama dengan kopi-kopi biasa yang saya minum.”¹³

Dari sekian banyak konsumen yang telah wawancarai ternyata produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa mendapatkan respon positif dari masyarakat dan para konsumen. Tetapi ada juga beberapa konsumen yang berpendapat bahwa mengkonsumsi produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa hanya ingin mencoba dan merasakan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa.

¹³ Ibu Suwarni, *Wawancara*, Surabaya, 27 Desember 2014