

***ROLE MODEL* EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN**
Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*) Pesantren
Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur



DISERTASI
Disusun dan diajukan kepada Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Doktor

Oleh:

DEWI LAELA HILYATIN
201771017

PROGRAM DOKTOR STUDI ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dewi Laela Hilyatin

NIM : 201771017

Program Studi : Studi Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa disertasi saya yang berjudul "*ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN: Studi Kasus Pada Program OPOP (One Pesantren One Product) Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur*" secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku

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

Purwokerto, 23 April 2025

Hormat saya,



Dewi Laela Hilyatin



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 website: www.pps.uinsaizu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

**ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN
Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*)
Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur**

Telah diterima dan disetujui oleh Promotor dan Co-Promotor
untuk diujikan pada Ujian Disertasi guna memperoleh Gelar Doktor
pada Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

Promotor : Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

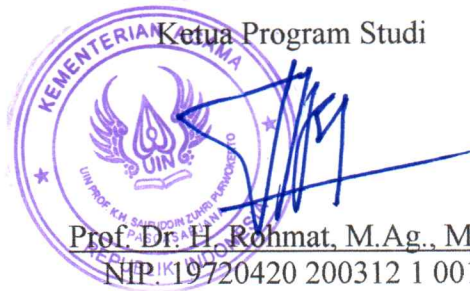
()

Co-Promotor : Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag

()

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Prof. Dr. H. Rohmat, M.Ag., M.Pd
NIP. 19720420 200312 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 website: www.pps.uinsaizu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Disertasi

ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN
Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*)
Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur


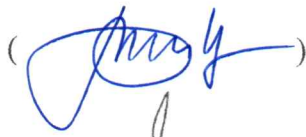




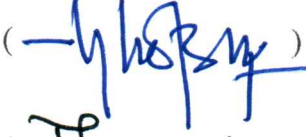
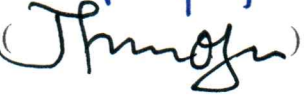
Oleh

DEWI LAELA HILYATIN

NIM : 201771017

Disertasi ini telah dipertahankan di depan penguji pada ujian Disertasi
Program Pascasarjana Doktor Studi Islam Universitas Islam Negeri
Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto fsm dinyatakan telah memenuhi syarat
pada Hari/ Tanggal: Rabu, 9 Juli 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	: Prof. Dr. H Ridwan, M. Ag.	()
	(Ketua/ Penguji)	
Sekretaris Sidang	: Dr. H. Atabik, M. Ag.	()
	(Sekretaris/Penguji)	
Anggota Penguji	: Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag	()
	(Promotor/ Penguji)	
	: Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag	()
	(Co-Promotor/Penguji)	
	: Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I	()
(Penguji Utama I)		
: Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M	()	
(Penguji Utama II)		
: Dr. H. A Luthfi Hamidi, M.Ag	()	
(Penguji Utama III)		
: Dr. H. Akhmad Faozan, Lc, M.Ag	()	
(Penguji Utama IV)		



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 website: www.pps.uinsaizu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Disertasi

**ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN
Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*)
Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur**


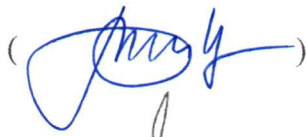




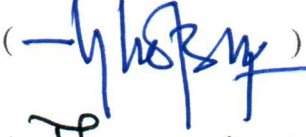
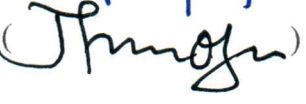
Oleh

DEWI LAELA HILYATIN

NIM : 201771017

Disertasi ini telah dipertahankan di depan penguji pada ujian Disertasi
Program Pascasarjana Doktor Studi Islam Universitas Islam Negeri
Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto fsm dinyatakan telah memenuhi syarat
pada Hari/ Tanggal: Rabu, 9 Juli 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	: Prof. Dr. H Ridwan, M. Ag. (Ketua/ Penguji)	()
Sekretaris Sidang	: Dr. H. Atabik, M. Ag. (Sekretaris/Penguji)	()
Anggota Penguji	: Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag (Promotor/ Penguji)	()
	: Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag (Co-Promotor/Penguji)	()
	: Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I (Penguji Utama I)	()
	: Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M (Penguji Utama II)	()
	: Dr. H. A Luthfi Hamidi, M.Ag (Penguji Utama III)	()
	: Dr. H. Akhmad Faozan, Lc, M.Ag (Penguji Utama IV)	()



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

Jl. A. Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kab. Banyumas, JawaTengah
Website : www.uinsaizu.ac.id / Email : akademik@uinsaizu.ac.id / Telepon : (0281) 635624

TRANSKRIP SEMENTARA

Program Studi : Studi Islam
NIM : 201771017 Jenjang Pendidikan : Strata 3
Tempat Lahir : Banyumas Nama : DEWI LAELA HILYATIN
Tanggal Lahir : 12 November 1985 Tahun Masuk : 2020

NO	KODE	MATA KULIAH	NILAI	A.M	SKS	BOBOT
1	PPs 91101	Metodologi Studi Al-Qur'an	B+	3.30	3	9.9
2	PPs 91103	Epistemologi Islam	A	4.00	3	12
3	STI 91101	Pendekatan Islam Interdisipliner	A	4.00	3	12
4	STI 91102	Metodologi Penelitian Sosial dan Agama	A	4.00	3	12
5	PPs 91102	Metodologi Studi Hadits	A	4.00	3	12
6	STI 91103	Seminar Proposal	A	4.00	3	12
7	STI 92106	Ekonomi Islam di Indonesia	A	4.00	3	12
8	STI 92107	Islam, Media, dan Masyarakat	A	4.00	3	12
9	PPs 91201	Ujian Komprehensif	A-	3.60	2	7.2
10	PPs 91202	Ujian Proposal Disertasi	A	4.00	2	8
11	PPs 91203	Work in Progress	A-	3.60	3	10.8
12	PPs 91301	Ujian Tertutup	A	4.00	6	24
13	PPs 91302	Ujian Terbuka	A	4.00	8	32

Judul Disertasi :

ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN

(Studi Kasus Pada Program OPOP (One Pesantren One Product) Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Jember Jawa Timur)

KETERANGAN

SKS : Satuan Kredit Semester
HM : Huruf Mutu
AM : Angka Mutu
M : Mutu

Jumlah SKS Yang Diambil : 45
Jumlah SKS Yang lulus : 45
Jumlah Mutu : 175.9
Index Prestasi Kumulatif (IPK) : 3.91

Purwokerto, 22 Juli 2025
Wakil Dekan 1

NIP.

ABSTRAK

ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN
Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*) Pesantren Ihya'us
Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur

DEWI LAELA HILYATIN
201771017

Program Doktorat Studi Islam Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Peran pesantren dalam pengembangan ekonomi umat semakin strategis seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Pesantren tidak hanya menjadi pusat pendidikan keislaman dan dakwah, tetapi juga memiliki fungsi pemberdayaan masyarakat. Salah satu potensi besarnya adalah sebagai penggerak utama dalam pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis nilai-nilai syariah dan kearifan lokal. Di sisi lain perkembangan UMKM di Indonesia telah mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, namun sektor ini masih menghadapi banyak tantangan. Dalam konteks ini, pesantren dipandang memiliki kekuatan untuk menjadi episentrum pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis komunitas. Namun demikian, hingga kini masih sangat sedikit model pengembangan UMKN berbasis ekosistem yang terintegrasi dengan nilai Islam dan semangat kewirausahaan sosial berbasis pesantren. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk merumuskan dan mengembangkan role model ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program *One Pesantren One Product* pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur. Sebagai salah satu pendekatan inovatif yang menghubungkan pesantren dengan aktivitas ekonomi produktif secara sistemik dan berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Tim OPOP Jawa Timur, Pengasuh dan pengelola kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, pelaku UMKM pesantren (anggota OPOP Jawa Timur), dan stakeholders. Adapun teknik observasi dilakukan untuk mengamati pelaksanaan program OPOP pada unit usaha pesantren di Jawa Timur khususnya kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur. Sedangkan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data dan informasi dari sumber penelitian, seperti dokumen, video, foto, arsip dan juga rekaman tentang pengelolaan unit usaha kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember untuk memperkuat hasil dan informasi yang lebih lengkap. Uji keabsahan data menggunakan empat metode uji yaitu: Uji kredibilitas, uji transferability, Uji dependability, dan uji confirmability. Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan beberapa langkah yaitu: pengumpulan data, display data, verifikasi dan menyimpulkan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis pesantren pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember melalui program *One Pesantren One Product* (OPOP) mampu menciptakan ekosistem kewirausahaan terpadu yang mengintegrasikan potensi sumber daya alam, sosial, dan spiritual dengan prinsip pemberdayaan ekonomi berkelanjutan berbasis syariah. Melalui penguatan tiga pilar: pesantrenpreneur, santripreneur, dan sosiopreneur, program ini mendorong transformasi pesantren menjadi pusat ekonomi masyarakat. Dengan produk unggulan kopi BIKLA (Barokah Ibrahimy Kopi Lereng Argopuro), kopontren Ihya'us Sunnah mampu berdaya saing di tingkat nasional maupun internasional. Program OPOP berkontribusi besar dalam pengembangan ekonomi pesantren melalui 5 aspek fasilitasi yaitu: kelembagaan dan usaha, kualitas SDM, kualitas produk, pemasaran, dan pembiayaan. Role model ekosistem sebagai satu pendekatan pengembangan ekonomi pesantren terbentuk dari 4 elemen yaitu: mekanisme, 12 institusi yang memiliki peran, saling berinteraksi dan berkontribusi, jaringan dan faktor penentu keberhasilan ekosistem. Rancangan ini berfungsi secara sinergis dalam mewujudkan kemandirian pesantren yang berkelanjutan, inklusif, dan berbasis nilai Islam serta kearifan lokal.

Kata Kunci: Role Model, Ekosistem UMKM Berbasis Pesantren, OPOP, Pemberdayaan Ekonomi

ABSTRACT

ROLE MODEL OF PESANTREN BASED MSME ECOSYSTEM
A Case Study on the OPOP (*One Pesantren One Product*) Program at the
pesantren of Ihya'us Sunnah Al-Hasany of Jember, East Java

DEWI LAELA HILYATIN
201771017

The Postgraduate Doctoral Program of Islamic Studies
The State Islamic University of prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

The role of *pesantren* in the economic development is increasingly strategic along with the increasing awareness of the importance of community-based economic empowerment. *Pesantren* is not only a center for Islamic education and *da'wah*, but also has a community empowerment function. One of its great potentials is as the main driver in the development of Enterprises, Micro, Small and Medium (MSMEs) based on sharia values and local wisdom. On the other hand, the development of MSMEs in Indonesia has encouraged national economic growth, but this sector still faces many challenges. In this context, *pesantren* are seen as having the power to become the epicenter of community-based economic empowerment. However, until now there are still very few ecosystem-based MSE development models that are integrated with Islamic values and the spirit of *pesantren*-based social enterprise. Therefore, this study aims to formulate and develop a role model for the *pesantren* based MSME ecosystem through the One *Pesantren One Product* program at the *pesantren* of Ihya'us Sunnah Al-Hasany, Jember, East Java. As one of the innovative approaches that connects *pesantren* with productive economic activities in a systemic and sustainable manner.

This study uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through interviews, observations and documentation. Interviews were conducted with the East Java OPOP Team, caregivers and managers of *kopontren* of Ihya'us Sunnah Al-Hasany of Jember, *pesantren* based MSME actors (the members of the East Java OPOP), and stakeholders. The observation technique was carried out to observe the implementation of the OPOP program in the business units of that *pesantren* in East Java, especially the *kopontren* of Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember. Meanwhile, the documentation method was to collect data and information from the research sources such as documents, videos, photos, archives and also recordings about the management of the *kopontren* as a business unit of the Ihya'us Sunnah Al-Hasany to strengthen the results and provide more complete information. The data validity used four test methods, namely: Credibility test, transferability test, dependability test, and confirmability test. The data analysis used was a qualitative descriptive analysis method with several steps -data collection, data display, verification and data conclusion.

The results of the study show that the development of *pesantren*-based MSMEs at the *pesantren* of Ihya'us Sunnah Al-Hasany through *the One Pesantren*

One Product (OPOP) program can create an integrated entrepreneurial ecosystem that integrates the potential of natural, social, and spiritual resources with the principles of sharia-based sustainable economic empowerment. Through strengthening three pillars -pesantrenpreneur, santripreneur, and sociopreneur- this program encourages the transformation of pesantren into the economic center of the community. With the superior product of BIKLA coffee (Barokah Ibrahimy Kopi Lereng Argopuro), the Ihya'us Sunnah *kopontren* can be competitive at the national and international levels. The OPOP program contributes greatly to the economic development of *pesantren* through 5 aspects of facilitation, namely: institution and business, quality of human resources, product quality, marketing, and financing. The ecosystem role model as an approach to pesantren economic development is formed from 4 elements, namely: mechanisms, 12 institutions that have roles, interacting and contributing, networks and determining factors for the success of the ecosystem. This design functions synergistically in realizing the independence of *pesantrens* that are sustainable, inclusive, and based on Islamic values and local wisdom.

Keywords: Role Model, Pesantren-Based MSME Ecosystem, OPOP, Economic Empowerment

نُودَجُ الْقُدْوَةُ لِلنِّظَامِ الْبَيْئِيِّ لِلشَّرَكَاتِ مَتَاهِيَةِ الصَّغَرِ الصَّغِيرَةِ وَالْمُتَوَسِّطَةِ الْقَائِمَةِ عَلَى الْمَعْهَدِ
الْإِسْلَامِيِّ (دِرَاسَةٌ حَالَةٌ حَوْلَ بَرْنَامَجٍ مُنْتَجٍ وَاحِدٍ مَتَمِيزٍ مِنْ كُلِّ الْمَعْهَدِ الْإِسْلَامِيِّ لِمَعْهَدِ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ
الْحَسَنِيِّ الْإِسْلَامِيِّ، جَمْبَرْ، جَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ)

ديوي ليلا حلية

20177107

قِسْمُ الدُّكْتُورَاهُ لِلدِّرَاسَاتِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِالدِّرَاسَاتِ الْعُلْيَا
الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الْحُكُومِيَّةُ بُرُوفيسُورُ كِيَاهِي الْحَاجِّ سَيْفُ الدِّينِ زُهْرِي بُورُوكِيرْتُو

وَيَزْدَادُ دَوْرُ الْمَعْهَدِ فِي التَّنْمِيَةِ الْاِقْتِصَادِيَّةِ لِلْمُجْتَمَعِ دَوْرًا اسْتِرَاتِيஜِيًّا إِلَى زِيَادَةِ الْوَعْيِ بِأَهْمِيَّةِ تَمَكِينِ مُجْتَمَعِ
الْاِقْتِصَادِ. لَيْسَ الْمَعْهَدُ مَرْكَزًا لِلتَّلْعِيمِ الْإِسْلَامِيِّ فَحَسْبُ، بَلْ لَهَا وَظِيفَةٌ أُيْضًا لِتَمَكِينِ الْمُجْتَمَعِ. وَمِنْ بَيْنِ
إِمْكَانَاتِهَا الْعَظِيمَةِ أَنَّهَا الْمُحَرِّكُ الرَّئِيسِيُّ فِي تَطْوِيرِ الْمَشَارِيعِ الصَّغِيرَةِ وَالْمُتَوَسِّطَةِ عَلَى أَسَاسِ قِيَمِ الشَّرِيعَةِ
الْإِسْلَامِيَّةِ وَالْحِكْمَةِ الْمَحَلِّيَّةِ. وَمِنْ نَاحِيَةِ أُخْرَى، أَدَّى تَطْوِيرُ الْمَشَارِيعِ الصَّغِيرَةِ وَالْمُتَوَسِّطَةِ الْحُجْمِ فِي
إِنْدُونِيسِيَا إِلَى تَعْزِيزِ التَّمُورِ الْاِقْتِصَادِيِّ الْوُطَنِيِّ، إِلَّا أَنَّ هَذَا الْقَطَاعَ لَا يَزَالُ يُوَاجِهُ الْعَدِيدَ مِنَ التَّحَدِّيَاتِ.
وَفِي هَذَا السِّيَاقِ، يُنْظَرُ أَنَّ الْمَعَاهِدَ الْإِسْلَامِيَّةَ تَمْتَلِكُ الْقُدْرَةَ عَلَى أَنْ تُصَبِّحَ مَرْكَزًا لِتَمَكِينِ الْاِقْتِصَادِيِّ
الْقَائِمِ عَلَى الْمُجْتَمَعِ. وَمَعَ ذَلِكَ، لَا يَزَالُ عَدَدُ قَلِيلٍ جَدًّا حَتَّى الْآنَ مِنْ نَمَازِجِ تَطْوِيرِ الْمَشَارِيعِ الصَّغِيرَةِ
وَالْمُتَوَسِّطَةِ الْقَائِمَةِ عَلَى النِّظَامِ الْبَيْئِيِّ وَالَّتِي تَتَكَامَلُ مَعَ الْقِيَمِ الْإِسْلَامِيَّةِ وَرُوحِ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ الْاجْتِمَاعِيَّةِ
الْقَائِمَةِ عَلَى الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ. لِذَلِكَ، أَنَّ الْهَدَفَ مِنْ هَذَا الْبَحْثِ هُوَ صِيَاغَةُ وَتَطْوِيرُ نَمُودَجٍ لِنِظَامِ بَيْئِيِّ
لِمَشَارِيعِ الصَّغِيرَةِ وَالْمُتَوَسِّطَةِ الَّتِي يَعْتمِدُ عَلَى الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ مِنْ خِلَالِ بَرْنَامَجِ بَرْنَامَجٍ مُنْتَجٍ وَاحِدٍ
مَتَمِيزٍ مِنْ كُلِّ الْمَعْهَدِ الْإِسْلَامِيِّ بِمَعْهَدِ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ الْحَسَنِيِّ الْإِسْلَامِيِّ، جَمْبَرْ، جَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ. كُلُّ هَذَا نَهْجٌ
مُبْتَكَّرٌ يَرْبُطُ الْمَعَاهِدَ الْإِسْلَامِيَّةَ بِالْاِنْتِشَاطَةِ الْاِقْتِصَادِيَّةِ الْاِنْتِاجِيَّةِ بِشَكْلِ مَنْهَجِيٍّ وَمُسْتَدَامٍ.

اسْتُخْدِمَتْ الْبَاحِثَةُ فِي هَذَا الْبَحْثِ الْمَنْهَجَ النَّوْعِيَّ بِأَسْلُوبِ دِرَاسَةِ الْحَالَةِ. وَيَتِمُّ تَنْفِيذُ تَقْيِينَاتِ جَمْعِ الْبَيِّنَاتِ
مِنْ خِلَالِ الْمُقَابَلَاتِ وَالْمَلَاخِظَةِ وَالتَّوْثِيقِ. تَمَّ إِجْرَاءُ الْمُقَابَلَاتِ مَعَ فَرِيقِ مُنْتَجٍ وَاحِدٍ مِنْ مُنْتَجَاتِ الْمَعْهَدِ
الْإِسْلَامِيِّ فِي جَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ، وَالْعَمَالِ عَلَى الرَّعَايَةِ وَمُدِيرِي مَعْهَدِ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ الْحَسَنِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِجَمْبَرْ،

جَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ، وَمُمَثِّلِي مَشَارِيعِ الصَّغِيرَةِ وَالْمُتَوَسِّطَةِ فِي الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِجَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ وَعَیْرِهَا مِنْ الْمَشَارِكِينَ. وَتَمَّ تَنْفِذُ تَقْنِيَّةِ الْمَلَاخِظَةِ لِمُرَاقَبَةِ تَنْفِذِ بَرْنَامِجِ مُنْتَجِ وَاحِدٍ مِنْ مُنْتَجَاتِ الْمَعْهَدِ الْإِسْلَامِيِّ فِي وَحَدَاتِ أَعْمَالِ الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ فِي جَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ، وَخَاصَّةً مَعْهَدَ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ الْحُسَيْنِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِجَمْبَرٍ، جَاوَةَ الشَّرْقِيَّةِ. وَفِي الْوَقْتِ نَفْسِهِ، يَسَّمُ اسْتِخْدَامُ أُسْلُوبِ التَّوْثِيقِ لِحُجْمِ الْبَيِّنَاتِ وَالْمَعْلُومَاتِ مِنْ مَصَادِرِ الْبَحْثِ، مِثْلَ الْوُثَائِقِ وَمَقَاطِعِ الْفَيْدِوِ وَالصُّوَرِ وَالْوُثَائِقِ وَكَذَلِكَ التَّسْجِیْلَاتِ حَوْلَ إِدَارَةِ وَحْدَةِ أَعْمَالِ مَعْهَدِ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ الْحُسَيْنِيَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِجَمْبَرٍ لَتَعْرِيزِ النَّتَائِجِ وَتَوْفِيرِ مَعْلُومَاتٍ أَكْثَرَ اكْتِمَالًا. اسْتِخْدَمَتْ الْبَاحِثَةُ اخْتِبَارَ صِحَّةِ الْبَيِّنَاتِ بِأَرْبَعِ طُرُقِ اخْتِبَارٍ، وَهِيَ: اخْتِبَارُ التَّصْدِيقِ، وَاخْتِبَارُ قَابِلِيَّةِ النَّقْلِ، وَاخْتِبَارُ الْإِعْتِمَادِيَّةِ، وَاخْتِبَارُ الْقُدْرَةِ عَلَى التَّأَكِيدِ. وَاسْتِخْدَمَتْ الْبَاحِثَةُ تَحْلِيلَ الْبَيِّنَاتِ بِأَسَالِبِ التَّحْلِيلِ الْوَصْفِيِّ النَّوعِيِّ مِنْ خِلَالِ عِدَّةِ حُطُوتٍ وَهِيَ: جَمْعُ الْبَيِّنَاتِ، وَعَرْضُ الْبَيِّنَاتِ، وَالتَّحَقُّقُ وَاسْتِنْتَاجُ الْبَيِّنَاتِ.

وَنَتَائِجُ هَذَا الْبَحْثِ هِيَ أَنَّ تَطْوِيرَ الْمَشَارِيعِ الصَّغِيرَةِ وَالْمُتَوَسِّطَةِ الْحُجْمِ الْقَائِمَةِ عَلَى الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ فِي مَعْهَدِ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ الْحُسَيْنِيَّةِ بِجَمْبَرِ الْإِسْلَامِيَّةِ مِنْ خِلَالِ بَرْنَامِجِ مُنْتَجِ وَاحِدٍ مِنْ مُنْتَجَاتِ الْمَعْهَدِ الْإِسْلَامِيِّ قَادِرٌ عَلَى إِنْشَاءِ نِظَامٍ بَيْئِي رِيَادِيٍّ مُتَكَامِلٍ يُدْمِجُ إِمْكَانَاتِ الْمَوَارِدِ الطَّبِيعِيَّةِ وَالِاجْتِمَاعِيَّةِ وَالرُّوْحِيَّةِ مَعَ مَبَادِي التَّمَكِينِ الْاِقْتِصَادِيِّ الْمُسْتَدَامِ الْقَائِمِ عَلَى الشَّرِيعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ. وَمِنْ خِلَالِ تَعْرِيزِ ثَلَاثَةِ رَكَائِزٍ: رُوَادِ الْأَعْمَالِ فِي الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ، وَرُوَادِ الْأَعْمَالِ فِي الْمَوْسَسَّاتِ الصَّحِيَّةِ، وَرُوَادِ الْأَعْمَالِ الْاجْتِمَاعِيِّينَ، يُشَجِّعُ هَذَا الْبَرْنَامِجُ تَحْوِيلَ الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ إِلَى مَرَاكِزِ اِقْتِصَادِيَّةٍ مُجْتَمَعِيَّةٍ. وَبِفَضْلِ مُنْتَجِ الْفَهْوَةِ الْمُتَمَيِّزِ BIKLA (فَهْوَةُ بَرَكَةِ إِبْرَاهِيمَ لِيرِينَجِ أَرْجُوْبُورُو)، تَمَكَّنَ مَعْهَدُ إِحْيَاءِ السُّنَّةِ الْإِسْلَامِيَّةِ مِنَ الْمُنَافَسَةِ عَلَى الْمُسْتَوِيِّنَ الْوَطَنِيِّ وَالْدَوْلِيِّ. وَيُسَاهِمُ بَرْنَامِجُ مُنْتَجِ وَاحِدٍ مِنْ مُنْتَجَاتِ الْمَعْهَدِ الْإِسْلَامِيِّ بِشَكْلِ كَبِيرٍ فِي تَطْوِيرِ اِقْتِصَادِ الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ مِنْ خِلَالِ 5 جَوَانِبٍ مِنَ التَّسْهِيلِ، وَهِيَ: الْمَوْسَسَّاتِ وَالشَّرِكَاتِ، وَجُودَةُ الْمَوَارِدِ الْبَشَرِيَّةِ، وَجُودَةُ الْمُنْتَجِ، وَالتَّسْوِيقِ، وَالتَّمْوِيلِ. وَتَكُونُ مُوَدَّجُ النَّظَامِ الْبَيْئِيِّ كَنْهَجَ لِتَطْوِيرِ اِقْتِصَادِ الْمَعَاهِدِ الْإِسْلَامِيَّةِ مِنْ 4 عَنَاصِرٍ وَهِيَ: الْآلِيَّةُ، وَ12 مَوْسَسَّةً لَهَا أَدْوَارٌ وَتَتَفَاعَلُ وَتُسَاهِمُ مَعَ بَعْضِهَا

البعض، والشبكات والعوامل المحددة لنجاح النظام البيئي. وعمل هذا التصميم بشكلٍ تآزريٍّ لتحقيق
استقلالية المعاهد الإسلامية المُستدامة والشاملة والمبنية على القيم الإسلامية والحكمة المحليّة.
الكلمات الأساسية: نموذج القدوة، نظام بيئيٍّ للمشاريع متناهية الصغر الصغيرة والمتوسطة القائمة على
المعاهد الإسلامية، برنامج منتجٍ واحدٍ متميزٍ من كل المعاهد الإسلاميّة، التمكين الاقتصاديّ

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi didasarkan pada surat keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987/ dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa'	Ḍ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	'iddah

B. Ta Marbūtah

1. Bila dimatikan di tulis *h*

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>hikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafadz aslinya)

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karamah al-auliya</i>
--------------------------	---------	--------------------------

3. Bila *ta marbūtah* hidup atau dengan harakat, *fatḥah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زَكَاةَ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

C. Vokal

1. Vokal Pendek

َ	Fatḥah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Ḍammah	ditulis	U

2. Vokal Panjang

1.	Fatḥah + alif جَاهِلِيَّةَ	ditulis ditulis	a jāhiliyah
2.	Fatḥah + ya' mati تَنْسَى	ditulis ditulis	a tansā
3.	Kasrah + ya' mati الصَّغِيرَةَ	Ditulis	I as-ṣagīrat i
4.	Ḍammah + wawu mati فُرُوضَ	ditulis ditulis	u furūḍ

3. Vokal Rangkap

1.	Fatḥah + ya' mati بَيْنَكُمْ	ditulis ditulis	ai <i>bainakum</i>
2.	Fatḥah + wawu mati قَوْلَ	ditulis ditulis	au <i>qaul</i>

4. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أُعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَعْنِ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

D. Kata Sandang *Alif + Lam*

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُدْوَة	ditulis	<i>al-Qudwati</i>
الْاِقْتِصَادِيّ	ditulis	<i>al-Iqtisādiyyu</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *I* (el)-nya.

جَاوَة الشَّرْقِيّ	ditulis	<i>Jāwata asy-syarqīyyati</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

E. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

المُعْهَدِ الْإِسْلَامِيّ	ditulis	<i>Alma`hadi al-islāmiyyi</i>
مَصَادِرِ الْبَحْثِ	ditulis	<i>Maṣādiru al-bahsi</i>

MOTTO

“Jika kamu tidak tahan dengan lelahnya belajar, maka kamu harus tahan dengan perihnya kebodohan” (Imam Syafi’i)

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَهُمَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ
(أَلْشَّافِعِيُّ)

“Never give up on what you really want to do. The person with big dream is more powerful than the one with all facts” (Albert Einstein)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba karena di dalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil “ (Buya Hamka)

“Pengabdian akan terasa berat apabila tidak disertai niat tulus dan ikhlas lillahi ta'ala” (K.H. Chariri Shofa)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah Swt. Zat yang Maha Menuntun setiap langkah, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya. Sehingga karya sederhana ini dapat tersusun hingga selesai sebagai bagian dari perjalanan keilmuan dalam menapaki jenjang pendidikan doktoral. Atas segala nikmat yang telah diberikan oleh-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi yang berjudul :*ROLE MODEL* EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*) Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penyusunan disertasi ini tidak sedikit mengalami tantangan dan hambatan. Akan tetapi, berkat dorongan, bimbingan dan kerjasama dengan berbagai pihak semuanya dapat teratasi dan terlewati dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang tinggi kepada pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan disertasi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Prof. Dr. H Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H Saifudin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Direktur Program Pascasarjana UIN Prof. K.H Saifudin Zuhri Purwokerto. Beliau telah memberi kesempatan mengikuti Program Doktoral dan senantiasa memberikan bimbingan serta selalu memberikan motivasi kepada penulis.
3. Prof. Dr. Rohmat, M.Pd., Ketua Program Studi Islam Pascasarjana UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah memberikan fasilitasi dan motivasi kepada penulis selama menempuh studi.
4. Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag, selaku Promotor Penulis, yang telah membimbing dan memberikan semangat dalam menyelesaikan proses disertasi ini.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Co Promotor penulis, yang juga telah membimbing dan memberikan motivasi dalam penyelesaian disertasi ini.

6. Dosen Program Pascasarjana UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis, jazakumullah ahsanal jaza'.
7. Tenaga kependidikan Program Pascasarjana UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada penulis dari awal menempuh studi sampai saat ini.
8. Keluarga besar Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur, Tim OPOP dan Pemerintah Provinsi Jawa Timur yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian serta membantu dalam proses perjalanan disertasi ini.
9. Kedua orang tua penulis Bapak Dr. K. H Chariri Shofa, M.Ag (Alm) dan Ibu Nyai Hj. Umi Afifah, M.S.I., bapak Harno dan ibu Karsini yang senantiasa memanjatkan doa dan memberikan kasih sayangnya kepada penulis. Dari tangan dan peluh tulus merekalah, saya belajar tentang arti keteguhan, kesabaran, keikhlasan, dan mencintai ilmu dengan tiada batas.
10. Suami tercinta (Sugeng Riyadi) yang selalu menjadi penopang, dan dalam doanya serta motivasinya menjadi penguat. Terimakasih atas kasih sayang, pengertian, pengorbanan yang tak pernah usai mengiringi setiap detik perjalanan ini.
11. Anak-anakku tercinta (Naura, Diva, Aria, dan Taba), sumber kebahagiaan dan semangat yang tidak pernah padam. Di tengah keterbatasan waktu yang terkadang harus terenggut oleh tugas akademik dan perjuangan. Kalian tetap menjadi pelita yang menuntun pulang, mengajarkan arti cinta tulus tanpa syarat, dan menghadirkan senyum di tengah lelah.
12. Mba, Mas, dan adek adek penulis, terimakasih motivasinya untuk segera menyelesaikan studi ini.
13. Keluarga besar Muara Bungo Jambi, Bani Syukron Maqsudi (Sirau Banyumas) dan keluarga Bani Subandi Rahmad (Wonosobo), doa dan kasih sayang kalian semua semoga menjadikan silaturahmi kita tidak akan pernah terputus.
14. Keluarga besar Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto, sebuah tempat di mana nilai keilmuan, keikhlasan, dan ketawadhuan

bertumbuh subur dalam jiwa santri. Terimakasih atas setiap doa yang dipanjatkan, semoga Allah Swt senantiasa menjaga keberkahan di dalam setiap langkah pengabdian pesantren dalam mencetak generasi umat yang berilmu dan berakhlak mulia.

15. Teman-teman kelas B angkatan 2020, terimakasih atas kebersamaan dan kerjasamanya dalam menempuh studi, semoga kita selalu kompak dalam kebaikan.
16. Keluarga besar FEBI UIN SAIZU Purwokerto, semoga pengabdian kita melalui ilmu dan amal untuk FEBI tidak akan pernah berhenti, sukses untuk kita semua.
17. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam berbagai bentuk, namun tidak memungkinkan untuk disebutkan satu persatu dalam lembaran ini.

Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas semua kebaikannya dan semoga segala bantuan, motivasi, bimbingan, simpati, dan kerjasama yang telah diberikan diterima oleh Allah Swt sebagai amal shalih.

Penulis menyadari bahwa disertasi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun tata tulis dan penggunaan bahasa. Oleh karenanya dengan senang hati penulis mengharap kritik dan saran untuk dapat melengkapi disertasi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga disertasi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

Purwokerto, 21 Mei 2025

Penulis,

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN DIREKTUR	iv
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK (INGGRIS).....	viii
ABSTRAK (ARAB).....	x
TRANSLITERASI.....	xiii
MOTTO	xvii
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR DIAGRAM	xxviii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	12
D. Definisi Operasional	13
E. Telaah Pustaka.....	15
F. Sistematika Pembahasan	23
BAB II: KAJIAN TEORI	24
A. <i>Role model</i> Kewirausahaan	24
1. Memahami Makna <i>Role model</i>	24
2. Ekosistem Kewirausahaan (<i>Entrepreneurial Ecosystem</i>).....	30
3. <i>Islamic Entrepreneurship</i> (Kewirausahaan dalam Islam).....	39
4. Faktor dan Elemen dalam Ekosistem	49
B. UMKM Berbasis Pesantren.....	63

1. Karakteristik UMKM	63
2. Strategi Pengembangan UMKM	65
3. Keberlanjutan dan Pertumbuhan UMKM	71
4. UMKM Berbasis Pesantren	72
5. Kontribusi UMKM dalam Pengembangan Perekonomian Masyarakat Pesantren	86
6. Tantangan dan Peluang yang Dihadapi UMKM	89
7. Pandangan dan Harapan Masa Depan UMKM	94
C. Relasi Ekosistem dan Kemandirian Pesantren	96
1. Ekosistem dan Kemandirian Ekonomi.....	96
2. Mekanisme Interaksi dalam Ekosistem.....	103
3. Model Ekosistem dalam Pengembangan Ekonomi Pesantren.....	106
BAB III: METODE PENELITIAN.....	116
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	116
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	119
C. Penetapan <i>Social Situation</i> dan Informan.....	119
D. Sumber Data Penelitian	124
E. Teknik Pengumpulan Data	125
F. Uji Keabsahan Data	128
G. Teknik Analisis Data	128
BAB IV: PAPARAN DAN ANALISIS DATA HASIL PENELITIAN.....	135
A. Profil Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.....	135
1. Sejarah dan Perkembangan Unit Usaha Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.....	135
2. Master Plan Pengembangan Ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.....	147
B. UMKM Berbasis Pesantren Melalui Program OPOP Pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur.....	153
1. Karakteristik Program Eko-Tren OPOP Jawa Timur dalam Pengembangan Ekonomi Pesantren.....	153
2. UMKM Berbasis Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Melalui Program OPOP Jawa Timur	168

C. Kontribusi Program OPOP Terhadap Kemadirian Ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.....	189
D. Perancangan Model Ekosistem UMKM Berbasis Pesantren Melalui Program OPOP Jawa Timur.....	198
BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	232
A. Simpulan.....	232
B. Implikasi	233
C. Saran.....	234
DAFTAR PUSTAKA.....	236
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Penghargaan Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember	11
Gambar 2: <i>Pesantren Halal Value Chain</i>	38
Gambar 3: Ilustrasi Framework MCDF.....	43
Gambar 4: 4 Elemen Ekosistem.....	50
Gambar 5: Elemen dan Output Ekosistem.....	54
Gambar 6: <i>Tools Of Ecosystem Pie Model</i>	59
Gambar 7: Desain Ecosystem Dynamics (Dinamika Ekosistem).....	105
Gambar 8: Model Bisnis Platform Virtual Market	108
Gambar 9: Replikasi Bisnis Pesantren	109
Gambar 10: Peran Usaha Pesantren Dalam Meningkatkan Kualita Pendidikan ..	110
Gambar 11: <i>Halal Value Chain Platform</i>	111
Gambar 12: Pesantren <i>Agility (Implementation And Outcome)</i>	114
Gambar 13: Skema Pemberdayaan Ekonomi Pesantren	115
Gambar 14: Model penggunaan teori pada penelitian desain kualitatif verifikatif.....	118
Gambar 15: Perbedaan Sampel Pada Kualitatif Dan Kuantitatif.....	120
Gambar 16: Tahapan Pemilihan Informan.....	121
Gambar 17: Model <i>Linear Snowball</i>	123
Gambar 18: Model <i>Exponential Non-Discriminative Snowball</i>	123
Gambar 19: Model <i>Exponential Discriminative Snowball</i>	124
Gambar 20: Logika Berpikir Piramida	129
Gambar 21: Model Miles dan Huberman	132
Gambar 22: Model Analisis Spradley	133
Gambar 23: Model Analisis Data Creswell	134
Gambar 24: Langkah Penelitian Kualitatif	135
Gambar 25: Struktur Organisasi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember..	136
Gambar 26: Struktur Organisasi Kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany.....	140
Gambar 27: <i>Integrated Ecofarming</i> Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany.....	148
Gambar 28: Pabrik Pengolahan Kopi BIKLA	150
Gambar 29: Pematangan Pita Dalam Peresmian Wisata Agro Pelangi.....	151

Gambar 30: Atraksi Dan Fasilitas Pada Wisata Agro Pelangi	152
Gambar 31: Peternakan Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.....	152
Gambar 32: Contoh Handycraft Pesantren Ihya'us Sunnah	153
Gambar 33: Penghargaan Penghargaan Menteri Pan-RB Propinsi Jawa Timur...	157
Gambar 34: Tiga Pilar OPOP Jatim.....	159
Gambar 35: Pemaknaan Tiga Pilar OPOP Jawa Timur.....	159
Gambar 36: Skema Aspek Kelembagaan	162
Gambar 37: Skema Aspek SDM.....	162
Gambar 38: Skema Aspek Produk	163
Gambar 39: Skema Aspek Pemasaran.....	163
Gambar 40: Skema Akses Pembiayaan.....	163
Gambar 41: Flyer Sosialisasi Program Klinik OPOP Jatim.....	164
Gambar 42: Kemasan Kopi BIKLA Jantan	172
Gambar 43: Kemasan Kopi BIKLA Rempah	173
Gambar 44: Rancangan Pengembangan Produk Kopi BIKLA.....	174
Gambar 45: Pengembangan Pemasaran BIKLA	174
Gambar 46: Program Pengembangan Investment Kopi BIKLA.....	175
Gambar 47: Desain Kemasan BIKLA Kopi Jantan....	178
Gambar 48: Desain Kemasan BIKLA Kopi Rempah	179
Gambar 49: Testimoni Produk BIKLA	182
Gambar 50: Pemasaran BIKLA Melalui Shopee	184
Gambar 51: Kepedulian Sosial Kopontren Ihya'us Sunnah.....	187
Gambar 52: Desain Kemandirian Ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Jember	189
Gambar 53: <i>Pentahelix Collaboration Ecosystem</i> OPOP Jawa Timur.....	200
Gambar 54: Ekosistem OPOP Sistem Holding Pesantren	201
Gambar 55: Keterlibatan Institusi Dalam Ekosistem OPOP Jawa Timur	201
Gambar 56: <i>Role model</i> UMKM Berbasis Pesantren Melalui Program OPOP...205	
Gambar 57: Tiga Ekosistem Pendukung Ekosistem OPOP	207
Gambar 58: Intisuti Dalam Proses Produksi Kopi BIKLA	208
Gambar 59: Kemitraan Dan Kerjasama Kopontren Ihya'us Sunnah Jember	209
Gambar 60: Gudang Pabrik Kopi BIKLA 1 (Tampak Depan)	223

Gambar 61: Gudang Pabrik Kopi BIKLA 1 (Tampak Dalam)	223
Gambar 62: Desain Gudang Pabrik BIKLA 2	224
Gambar 63: Tampilan Aplikasi OPOP Mart	224
Gambar 64: Pemasaran Kopi BIKLA Melalui Katalog Website OPOP	225
Gambar 65: Pembukaan OPOP Expo 2023	225
Gambar 66: Salah Satu Display Stand Produk Pesantren Pada OPOP Expo 2023 Di Masjid Al-Akbar Surabaya.....	226
Gambar 67: Keterlibatan OJK Dalam OPOP Expo 2023	226
Gambar 68: Icon Kopi BIKLA	227
Gambar 69: Rancangan Pemasaran Kopi BIKLA Secara Digital	228
Gambar 70: BIKLA Go Internasional	228
Gambar 71: Pengembangan Market Share Distribusi Kopi BIKLA	229

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Daftar Penyelenggara Program OPOP di Indonesia	7
Tabel 2: Data UMK 38 Provinsi di Indonesia.....	8
Tabel 3: Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4: Perbedaan Makna Uswah, Qudwah, Ittiba', dan Iqtida	27
Tabel 5: Definisi dan Fitur Ekosistem Kewirausahaan	32
Tabel 6: Relasi Antara Pilar Islam dan Pilar Kewirausahaan Islam (EIP).....	41
Tabel 7: Empat Elemen Ekosistem	50
Tabel 8: Konstruk Elemen Dan Output Ekosistem Kewirausahaan	57
Tabel 9: Konstruk EPM (<i>Ecosystem Pie Model</i>)	59
Tabel 10: Ringkasan Kebijakan Pemerintah (Kemenag RI) Tentang Pesantren ...	83
Tabel 11: Jenis Data, Sumber Data Serta Teknik Pengumpulan Data.....	126
Tabel 12: Tugas, wewenang dan <i>Job Description</i>	141
Tabel 13: Neraca Kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany	145
Tabel 14: Laporan Laba rugi Kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany	146
Tabel 15: Prestasi Koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-hasany Jember.....	148
Tabel 16: Omset Kopontren Ihya'us Sunnah Jember 2021-2023	197
Tabel 17: Peran Dan Kontribusi Institusi Dalam Ekosistem UMKM Berbasis Pesantren.....	210

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1: Prosentase Penerima Fasilitas OPOP Jawa Timur	192
Diagram 2: Prosentase Kontribusi OPOP Jawa Timur	193

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting. Di Indonesia sektor UMKM merupakan kontributor utama kegiatan domestik, penyedia lapangan kerja signifikan dan sumber pendapatan tambahan melalui kegiatan rumah tangga.¹ Usaha mikro memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, mereka menyediakan 99,8% lapangan kerja dan mencakup 95% dari seluruh usaha di Indonesia.²

Salah satu pilar terpenting pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah UMKM. Berdasar data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam pemulihan dan pertumbuhan ekonomi. Tahun 2018 Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat bahwa UMKM menyumbang PDB sebesar 62,58%, mampu menyerap 96,99% dari total penyerapan tenaga kerja.³ Selain itu kredit terserap oleh UMKM terbesar pada tahun 2018 kurang lebih satu triliun. Pada tahun 2020 berkontribusi besar terhadap PDB sebesar 61,97% dari total PDB nasional, setara Rp. 8.500 triliun; penyerapan tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar mencapai 97% dari daya serap dunia usaha. Peningkatan jumlah UMKM di Indonesia tentunya berbanding lurus dengan peningkatan jumlah lapangan pekerjaan.⁴

¹ Sofik Handoyo, Ivan Yudianto, dan Fury Khristianty Fitriyah, "Critical Success Factors for the Internationalisation of Small–Medium Enterprises in Indonesia," ed. oleh Iman Rahimi, *Cogent Business & Management* 8, no. 1 (1 Januari 2021): 1923358, <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1923358>.

² Irfan Ridwan Maksun, Amy Yayuk Sri Rahayu, dan Dhian Kusumawardhani, "A social Enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6, no. 3 (2020): 50.

³ Mohammad Rosyada dan Anah Wigiawati, "Strategi survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di tengah pandemi COVID-19 (studi kasus pada 'Batik Pesisir' Pekalongan)," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 4, no. 2 (2020), <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/2424>.

⁴ "Upaya Pemerintah Memajukan UMKM Indonesia," BKPM, Diakses 27 April 2022, <https://www.bkpm.go.id/Id/Publikasi/Detail/Berita/Upaya-Pemerintah-Untuk-Memajukan-Umkm-Indonesia>.

UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar dalam perkembangan suatu negara, namun potensi yang dimiliki belum dieksplorasi dengan maksimal.⁵ Meskipun UMKM telah banyak mendapat perhatian, pengembangannya di tingkat lokal masih menghadapi berbagai tantangan, terutama akses terhadap permodalan, keterampilan, teknologi dan pasar. Sehingga menciptakan daya saing yang buruk.

Pendekatan menggunakan wirausaha sosial berbasis komunitas seperti pesantren menjadi pilihan dan alternatif yang strategis dan menarik dalam konteks ini. Pesantren merupakan lembaga yang memiliki ciri khas yang unik dan indigenous. Hal inilah salah satu yang menyebabkan pesantren tetap tangguh dan *survive*.⁶ Pesantren juga ikut memberi andil besar dalam sejarah peradaban bangsa Indonesia. Sebagaimana dijelaskan dalam tulisan Apud bahwa pesantren memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap NKRI. Salah satu kontribusi terbesar dari semangat kebangsaan pesantren adalah Fatwa Resolusi Jihad Nahdlatul Ulama yang dikeluarkan oleh KH. Hasyim Asy'ari (Rais Akbar PBNU) pada malam 22 Oktober 1945, peristiwa ini menjadi pemicu untuk memberi semangat kepada rakyat dalam melawan penjajah. Puncaknya adalah peristiwa besar yang dikenal sebagai hari Pahlawan tanggal 10 November. Resolusi Jihad menyampaikan amanat berupa prinsip-prinsip tentang kewajiban kaum muslimin, laki-laki, dan perempuan, dalam berjihad untuk mempertahankan tanah air dan bangsanya. Senantiasa memerintahkan perjuangan yang bersifat *sabilillah* dalam menegakkan NKRI dan Islam. Kiai dari NU selalu berada di garda terdepan untuk menegakkan dan menjaga nilai-nilai nasionalisme⁷.

Keberadaan pesantren di Indonesia mulai dikenal pada abad ke 13-17 M, masuk pulau Jawa pada 15-16 M. Pesantren pertama kali didirikan dan dikembangkan di Indonesia untuk menyebarkan agama oleh Syekh Maulana Malik

⁵ M. Sundaram dan N. T. Neelakanta, "Challenges and prospects of micro, small and medium enterprises (msmes) in India post covid-19," *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal* 12, no. 4 (2022): 256–64.

⁶ Harisatun Niswa, "Cashless Payment: Potret E-Money Di Pesantren," *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 8, No. 2 (1 September 2021): 145, <https://doi.org/10.19105/Iqtishadia.V8i2.4148>.

⁷ Apud Apud, Hj Sammali Bin Hj Adam, Dan Ferdiansyah Irawan, "Kyai Leadership In Internalizing Nationalism Values At Pesantren," *Jurnal Pendidikan Islam* 6, No. 2 (1 Desember 2020): 155, <https://doi.org/10.15575/Jpi.V6i2.9687>.

Ibrahim pada tahun 1399 M. Penyebaran agama yang dilakukan oleh Syekh Maulana Malik Ibrahim disambut baik oleh masyarakat yang menganut agama Hindu serta Budha.

Dalam perkembangannya jumlah pesantren baik yang terdaftar atau belum semakin bertambah. Namun demikian tidak sedikit lembaga yang mendeklarasikan dirinya sebagai pesantren, tetapi tidak memenuhi unsur (syarat dasar pesantren). Pesantren paling sedikit harus memenuhi lima unsur yaitu: kiai, santri yang mukim di pesantren, pondok/ asrama, masjid/ mushala, kajian kitab kuning atau *dirasah Islamiyah* dengan pola pendidikan *muallimin*.⁸

Pesantren memiliki peran yang cukup signifikan tidak hanya pada bidang pendidikan dan dakwah keislaman, tetapi memiliki peran yang cukup besar dalam bidang ekonomi. Pesantren memiliki lima fungsi yaitu sebagai: sumber nilai dan moralitas, pengontrol-filter untuk spiritual kehidupan dan pengembangan moralitas, pendalaman nilai-nilai dan ajaran agama, perantara dalam berbagai kepentingan yang terjadi dan berkembang di masyarakat, dan praksis dalam kehidupan.⁹ Dengan kelima fungsi ini dapat dipetakan potensi pesantren yang dimiliki.

Selain lima fungsi tersebut, dalam UU No.18 tahun 2019 dijelaskan bahwa pesantren saat ini memiliki tiga fungsi yaitu pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. Tidak diragukan lagi pesantren telah terbukti melaksanakan fungsinya dalam pendidikan dan dakwah. Namun demikian bagaimana dengan fungsi yang ketiga dalam pemberdayaan masyarakat. Salah satu tolok ukur dari adanya pemberdayaan masyarakat adalah peningkatan kesejahteraan pesantren sendiri dan juga masyarakat. pemberdayaan sumber daya manusia melalui berbagai aktivitas di lingkungan pesantren diarahkan untuk mencetak individu yang siap kerja dan mandiri. Sehingga mampu menjadi aktor pembangunan dalam rangka mendorong laju pertumbuhan ekonomi.¹⁰

⁸ “UU Nomor 18 Tahun 2019.

⁹ Aning Kesuma Putri, Eka Fitriyanti, Dan Ayu Wulandari, “Empowerment Ekonomi Pesantren,” *E-Dimas* 12, No. 1 (1 Maret 2021): 192, <https://doi.org/10.26877/E-Dimas.V12i1.6184>.

¹⁰ Tim penyusun UU Pesantren, “UU No 8 tahun 2019 tentang Pesantren,” 2020.

Besarnya potensi pesantren yang dimiliki dapat dijadikan satu solusi alternatif dalam pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM menjadi salah satu fokus pemerintah dalam rangka pemulihan dan akselerasi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam hal ini pemerintah melalui berbagai program, memanfaatkannya sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi syariah dalam rangka percepatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Diantara program yang dibuat dalam rangka kemandirian ekonomi pesantren adalah pengembangan ekosistem rantai nilai halal, program inkubasi bisnis pesantren, kewirausahaan pesantren (*santripreneur*), Bank Wakaf Mikro, sinergitas pesantren dan Lembaga Keuangan Syariah, serta OPOP (*one pesantren one product*).¹¹

Dari beberapa program di atas yang menjadi fokus kajian penelitian ini adalah program OPOP (*one pesantren one product*). Dengan pertimbangan bahwa program OPOP mendorong pesantren memiliki satu produk unggulan. Program ini adalah salah satu inisiatif yang menunjukkan integrasi antara pesantren dan pengembangan UMKM. Program OPOP memiliki tujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat berbasis pesantren melalui pemberdayaan santri, pesantren, dan alumni pesantren. Penyelenggara program ini adalah pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UMKM. Melihat karakteristiknya bisa dikatakan bahwa program OPOP ini adalah program pengembangan UMKM berbasis pesantren.¹²

Pendekatan integrasi UMKM dengan pesantren dalam program OPOP tidak hanya fokus pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup pelatihan manajerial, pemasaran, dan pengelolaan bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pesantren dalam mengelola UMKM mereka. Keberhasilan program semacam ini sangat bergantung pada adanya dukungan struktural, sumber daya

¹¹<https://www.republika.co.id/berita/ra8ien457/program-pemberdayaan-pesantren-perlu-ditingkatkan>, 12 September 2022

¹² Ahmad Ghofirin, Sejarah OPOP Jawa Timur, 2022.

permodalan, modal sosial yang memadai, strategi kewirausahaan yang digunakan, serta keterlibatan aktif dari seluruh elemen komunitas pesantren.¹³

Program OPOP di Jawa Timur menyediakan model yang menarik untuk menilai bagaimana ekosistem UMKM berbasis pesantren dapat dioptimalkan. Penelitian dan kajian tentang ekonomi masih sangat jarang yang mendekatinya dengan teori ekosistem. Walaupun ada tidak selalu bisa digunakan pada usaha dengan karakteristik yang berbeda. Karena kondisi sosial, budaya, ekonomi, Pendidikan yang berbeda dan mengalami perubahan yang cukup cepat. Oleh karena itu dibutuhkan satu konsep dan model baru, dengan pendekatan holistik, mampu beradaptasi dengan situasi kondisi dan lingkungan.¹⁴

Penelitian ini diarahkan untuk menggali secara mendalam mekanisme kerja program dalam ekosistem UMKM berbasis pesantren, serta mengidentifikasi tantangan struktural dan peluang strategisnya. Berdasarkan temuan studi terdahulu, pendekatan berbasis komunitas terbukti memiliki kontribusi positif yang signifikan terhadap penguatan UMKM. Realitanya seringkali UMKM pesantren tidak menjadi pilihan utama dalam *landscape* ekonomi nasional. Tetapi potensi dan ketangguhannya tidak diragukan lagi. Dengan motivasi kuat dan kolaborasi bersama masyarakat, UMKM berbasis pesantren mampu membentuk kelompok usaha produktif serta menepis stigma negatif tentang ekonomi pesantren.¹⁵

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara lembaga pendidikan dan pengembangan ekonomi lokal dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan.¹⁶ Saputro (2024) mengungkapkan bahwa integrasi pesantren dalam pemberdayaan masyarakat perlu dipertimbangkan sebagai satu model karena

¹³ Rofikoh Rokhim dkk., "Analyzing key success factors of local economic development in several remote areas in Indonesia," *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* 11, no. 4 (2017): 438–55.

¹⁴ Vanessa Ratten, "Entrepreneurial Ecosystems: Future Research Trends," *Thunderbird International Business Review* 62, no. 5 (September 2020): 623–28, <https://doi.org/10.1002/tie.22163>.

¹⁵ Avrizar Avrizar, Haryadi Haryadi, dan Syurya Hidayat, "Analisis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada pondok pesantren di Kota Jambi," *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16, no. 2 (2021): 391–408.

¹⁶ Muhamad Rikza Saputro dan Sukiman Sukiman, "Model integrasi pesantren dalam pemberdayaan umat melalui program entrepreneurship untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat," *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 10, no. 2 (2024): 587–94.

dapat menjadi salah satu upaya peningkatan kesejahteraan. Selain itu dalam penelitian Nadzir dijelaskan bahwa lingkungan pesantren potensial dan menjadi cocok untuk pengembangan UMKM. Pesantren tidak hanya pusat pengkaderan pakar atau ahli agama, tetapi juga dapat dioptimalkan potensinya untuk pemberdayaan ekonomi melalui *dakwah bil hal*. Dalam Islam, ekonomi bukanlah *maqashid* tetapi *washilah*, sebagai satu metode mendapat kebahagiaan dunia akhirat.¹⁷

UMKM berbasis pesantren cukup tangguh sebagaimana dijelaskan oleh Ghufroon (2022), bukti ketangguhan pesantren salah satunya pada masa pandemi Covid-19 yang berdampak secara langsung terhadap penurunan kinerja mayoritas UMKM di Indonesia. Tetapi hal ini berbeda dengan keberadaan UMKM di pondok pesantren Nurul Jadid dan beberapa pesantren lainnya khususnya di wilayah Az-Zainiyah. Penjualan, omset dan jumlah tenaga kerja mengalami peningkatan di masa pandemi. Hal ini karena ada kebijakan sistem *lock-down* dari pesantren.¹⁸ Ketika sistem *lock-down* diterapkan, semua unsur dan pihak tinggal dan bermuamalah serta melakukan aktivitas ekonomi di dalam pesantren. Namun demikian, tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya keterampilan manajerial masih perlu diatasi.

Pengembangan OPOP sebagai satu bentuk program peningkatan ekonomi pesantren telah dilaksanakan dari tahun 2019. Hingga tahun 2023 penyelenggara program OPOP di Indonesia baru ada tiga yang digambarkan dalam tabel di bawah ini:

¹⁷ Mohammad Nadzir, "Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 37–56.

¹⁸ Moh Idil Ghufroon dkk., "PELAKU UMKM DI PONDOK PESANTREN: TINJAUAN FENOMENOLOGIS TERHADAP PANDEMI EFFECT," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 1027–39.

Tabel 1 Daftar Penyelenggara Program OPOP di Indonesia:

No	Program	Tahun berdiri	Dasar hukum
1	OPOP Jawa Barat ¹⁹	2019	Pergub No 24. Tahun 2019
2	OPOP Jawa Timur ²⁰	2020	Pergub No 62 tahun 2020
3	OPOP Kalimantan Selatan ²¹	2022	Pergub No 054 Tahun 2022

Dari ketiga program OPOP tersebut, penelitian ini difokuskan pada program OPOP Jawa Timur karena:

1. OPOP merupakan program pengembangan UMKM berbasis pesantren yang diinisiasi oleh pemerintah provinsi, di bawah koordinasi Dinas Koperasi dan UMKM. Pesantren sebagai subyek utama pengembangan program OPOP (*One Pesantren One Product*), tentunya dengan beberapa faktor pendukung. Pesantren tertua di Indonesia adalah beberapa pesantren yang terletak di Jawa Timur.²²
2. Berdasarkan data Kementerian Agama dilihat dari jumlah pesantren dan santri di Indonesia, Jawa Timur termasuk berada di posisi atas. Dengan jumlah pesantren 5.121 (berada pada posisi 3 setelah Jawa Barat dan Banten), tetapi dengan jumlah santri paling banyak yaitu 970.541. Sedangkan untuk Jawa Barat 901.222 santri, dan Banten 467.175 santri.
3. Jumlah penduduk miskin paling besar di Indonesia tahun 2022-2023 adalah Jawa Timur dengan jumlah mencapai 4.188.810, namun demikian sudah

¹⁹ Shakti Satya Persada, "LKPJ GUBERNUR JABAR ATA 2020," LKPJ GUBERNUR JABAR ATA 2020, diakses 11 Juli 2024, <http://lkpj.jabarprov.go.id/post/one-pesantren-one-product-opop-pesantren-juara-umat-sejahtera>.

²⁰ Opop Provinsi Jawa Timur, "Gagasan Gub. Khofifah Pesantren Bukan Cuma Tempat Mendalami Agam," <https://opop.jatimprov.go.id/>, diakses 11 Juli 2024, <https://opop.jatimprov.go.id/detail/865/opop-gagasan-gubernur-khofifah-pesantren-bukan-cuma-tempat-mendalami-agama>.

²¹ "Resmikan OPOP Kalsel Expo di Banjarbaru, Wapres Harapkan Pesantren Jadi Pelopor Ekonomi Rakyat," diakses 11 Juli 2024, <https://regional.kompas.com/read/2022/08/11/150510378/resmikan-opop-kalsel-expo-di-banjarbaru-wapres-harapkan-pesantren-jadi>.

²² H. Nasaruddin Umar, *Rethinking pesantren* (Elex Media Komputindo, 2014), <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=txMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=rethinki+ng+pesantren&ots=2VaNYXDWGq&sig=e4bkoqXMyzQH5sbbSIpPxV8J8-k>.

menunjukkan ada penurunan angka dari 4.236.510 menjadi 4.188.810. berikut merupakan data kemiskinan semua provinsi di Indonesia.²³

4. Jawa Timur secara geografis terletak di kawasan strategis karena berada di tengah Indonesia, sehingga mudah untuk membangun usaha dan industri. Itu sebabnya pusat ekonomi terpusat di Jawa Timur, hal ini mengakibatkan banyak UMKM tersebar di Jawa Timur. Jumlah UMKM di Jawa Timur mencapai 9.783.920.²⁴ Bahkan pada tahun 2023 usaha mikro dan kecil di Indonesia paling banyak ada di provinsi Jawa Timur sejumlah 977.471. berikut ini adalah data usaha mikro dan kecil di Indonesia pada tahun 2023:²⁵

Tabel 2: data UMK 38 Provinsi di Indonesia

38 Provinsi	Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi (Unit)	
	Mikro	Kecil
	2023	2023
Aceh	106.527	3.999
Sumatera Utara	119.539	7.368
Sumatera Barat	84.077	4.144
Riau	60.273	2.090
Jambi	33.742	792
Sumatera Selatan	75.282	1.934
Bengkulu	25.595	936
Lampung	77.575	3.680
Kep. Bangka Belitung	15.776	486
Kep. Riau	25.873	394
Dki Jakarta	69.072	10.920
Jawa Barat	584.903	56.736
Jawa Tengah	811.039	51.887
Di Yogyakarta	129.289	4.736
Jawa Timur	862.057	115.414

²³ Badan Pusat Statistik Indonesia, "Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2023," diakses 12 Juli 2024, <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/07/17/2016/profil-kemiskinan-di-indonesia-maret-2023.html>.

²⁴ Fajrin Novi Anugerah dan Ida Nuraini, "Peran UMKM dalam menanggulangi kemiskinan di Provinsi Jawa Timur," *Jurnal Ilmu Ekonomi* 5, no. 1 (2021): 27–41.

²⁵ Badan Pusat Statistik Indonesia, "Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi - Tabel Statistik," diakses 25 Maret 2025, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-industri-skala-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi.html>.

Banten	90.908	6.184
Bali	120.752	5.035
Nusa Tenggara Barat	131.958	18.004
Nusa Tenggara Timur	124.566	1.374
Kalimantan Barat	47.435	1.021
Kalimantan Tengah	27.952	599
Kalimantan Selatan	64.528	2.842
Kalimantan Timur	34.586	1.055
Kalimantan Utara	5.763	207
Sulawesi Utara	59.112	1.849
Sulawesi Tengah	69.057	7.072
Sulawesi Selatan	119.613	4.313
Sulawesi Tenggara	47.415	1.738
Gorontalo	38.089	836
Sulawesi Barat	21.947	541
Maluku	61.308	199
Maluku Utara	17.016	322
Papua Barat	5.553	284
Papua Barat Daya	-	-
Papua	12.951	465
Papua Selatan	-	-
Papua Tengah	-	-
Papua Pegunungan	-	-
Indonesia	4.181.128	319.456

5. Perkembangan OPOP Jawa Timur cukup baik terbukti dengan keikutsertaan pesantren mencapai 1000 pada tahun 2023 dari 29 Kabupaten dan sembilan kota yang ada di Provinsi Jawa Timur. Produk yang dihasilkan oleh pesantren yang tergabung dalam program OPOP dibagi menjadi sembilan kelompok yaitu makanan dan minuman, perkebunan dan agrikultur, fashion, peternakan, pangan organik, kerajinan, teknologi informasi, perikanan, dan lainnya.²⁶

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih baik mengenai dinamika dan efektifitas program pengembangan ekonomi berbasis pesantren seperti program OPOP. Dengan menggunakan

²⁶ <https://opop.jatimprov.go.id>

pendekatan kualitatif, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komperhensif dan mendalam tentang bagaimana program OPOP mempengaruhi ekosistem UMKM berbasis pesantren, serta rekomendasi untuk perkembangan dan perbaikan lebih lanjut.

Karena pendekatan yang digunakan adalah kualitatif maka dibutuhkan fokus lebih mendalam dan spesifik. Untuk melihat gambaran subyek penelitian lebih spesifik peneliti memilih satu pesantren program OPOP. Dari hasil wawancara dengan pengelola OPOP Jawa Timur saat ini salah satu unit bisnis pesantren yang telah berhasil dan dapat dijadikan sebagai *role model* melalui program OPOP adalah pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember dengan produk unggulan kopi BIKLA. Pesantren ini dipilih sebagai subyek penelitian ini karena beberapa alasan yaitu:

1. Telah memiliki produk unggulan dari hasil binaan program OPOP Jawa Timur dalam menunjang kemandirian pesantren, yaitu produk kopi dengan merek BIKLA.
2. Telah berhasil berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat melalui berbagai bentuk kemitraan yaitu: masyarakat sebagai *supplier* kopi, masyarakat sebagai tenaga kerja yang ikut serta dalam proses produksi, dan masyarakat menjadi distributor kopi BIKLA.
3. Produk kopi BIKLA saat ini telah siap menjadi komoditi ekspor yang difasilitasi oleh OPOP.²⁷
4. Kemandirian pesantren melalui program OPOP Jawa Timur, berbeda dengan pesantren lain sudah mandiri sebelum menjadi anggota OPOP Jawa Timur.
5. Membangun infrastruktur asrama santri dari hasil penjualan kopi BIKLA dan dana dari alumni yang menjadi *reseller* kopi BIKLA.
6. Memiliki beberapa penghargaan yang dipaparkan melalui gambar di bawah ini:

²⁷ "Cerita Sukses Program OPOP Dari Kopi Bikla Jember," Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur, Diakses 6 September 2022, <https://Kominfo.Jatimprov.Go.Id/Berita/Cerita-Sukses-Program-Opop-Dari-Kopi-Bikla-Jember>.



Gambar 1: Penghargaan Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Jember

Dari beberapa pencapaian pesantren dalam pengelolaan ekonomi, orientasi pesantren tidak hanya pada profit semata. Tetapi ada hal mendasar yang dijadikan sebagai landasan manajemen Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Jember. Pesantren memegang teguh 3 pilar basis operasional yaitu: pesantren sebagai pusat keilmuan, pusat pertumbuhan ekonomi umat, dan destinasi wisata. Dalam pemberdayaan masyarakat, pesantren tidak hanya menyediakan lapangan pekerjaan. Tetapi juga mengalokasikan 10% dari omset usaha untuk ZISWAF (penerima manfaat mencapai 250 KK). Dalam mewujudkan kemandirian ekonomi, pesantren senantiasa menjaga reputasi dan nama baik sehingga investor, pemerintah, dan Masyarakat lebih percaya.²⁸

Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang “*Role model* Ekosistem UMKM Berbasis Pesantren Melalui Program OPOP (Studi Kasus Pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur)”. Penelitian ini berikhtiar untuk menghasilkan suatu *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP. Ke depannya model ini dapat dijadikan sebagai *role model* bagi seluruh provinsi yang ada di Indonesia dalam rangka mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren dengan konsep UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP. Dengan segala kekhasan dan keunikan sumber daya yang dimiliki pesantren, besarnya potensi ekonomi pada ekosistem

²⁸ “wawancara dengan Kiai Imam Bukhori,” 2024.

pesantren, pesantren dapat menjadi pionir dalam mengembangkan ekonomi masyarakat Indonesia. Ke depannya Indonesia menjadi salah satu negara yang sejahtera melalui program pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis pesantren.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, ada tiga rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana konsep UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur?
2. Bagaimana kontribusi program OPOP terhadap kemandirian ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember?
3. Bagaimana *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember?

C. Tujuan dan Kegunaan

Ada tiga tujuan yang diwujudkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan konsep UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur.
2. Untuk mendeskripsikan kontribusi program OPOP terhadap kemandirian ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.
3. Untuk menghasilkan *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.

Sedangkan manfaat/ kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pesantren (subyek penelitian)
 - a. Pesantren lebih memahami model pengembangan UMKM berbasis pesantren.
 - b. Menemukan beberapa kelebihan dan kekurangan dari model yang selama ini dikembangkan.
 - c. Meningkatkan perekonomian pesantren dengan mengadopsi model yang dikembangkan oleh pesantren lain.
 - d. Menjadi alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah yang menjadi kendala dalam pengembangan ekonomi pesantren.

2. Bagi pesantren lain (bukan subyek penelitian)
 - a. Dapat mengaplikasikan model dalam mengembangkan ekonomi pesantren.
 - b. Dapat memetakan potensi yang dimiliki pesantren dengan mengacu pada *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren.
3. Masyarakat Indonesia
 - a. Dengan penelitian *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP, pemerintah Indonesia dapat membuat kebijakan atau aturan dalam pengembangan ekonomi pesantren.
 - b. Masyarakat mendapatkan kemanfaatan dari kemandirian ekonomi pesantren melalui *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren.
 - c. Dengan penelitian ini pengembangan ekonomi Islam di Indonesia dapat terakselerasi.

D. Definisi Operasional

1. *Role model*

Role model merupakan teladan yang mampu memberikan contoh baik kepada pihak lain. Dalam konsep Islam tentang keteladanan sudah dijelaskan dalam firman Allah QS Al Ahzab ayat 21. Konsep *role model* yang dimaknai dengan keteladanan akan dibahas dengan pendekatan konsep “*uswatun hasanah*”. *Uswatun hasanah* adalah satu gelar yang disematkan kepada Rasulullah. Muhammad menjadi tokoh pertama paling berpengaruh di dunia dalam sejarah. Indikator *role model* dalam penelitian ini menggunakan indikator *uswatun hasanah*.

Role model dalam konteks pemberdayaan ekonomi fokus pada pengaruh individu atau kelompok yang menjadi teladan dalam memberikan motivasi, inspirasi, dan pedoman bagi individu atau kelompok lain untuk mencapai kemandirian ekonomi. Keberhasilan dari *role model* tergantung dari beberapa indikator yaitu: relevansi, interaksi, dan kontribusi yang diberikan.

2. UMKM Berbasis Pesantren

Unit usaha mikro, kecil dan menengah yang dijalankan di dalam pesantren oleh pesantren dengan menggunakan konsep dan ciri khas pesantren.

Pengembangan ekonomi pesantren sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat yang menjadi salah satu dari tiga fungsi pesantren yaitu pendidikan, dakwah dan pemberdayaan masyarakat yang tertuang dalam undang undang pesantren No 18 tahun 2019.

3. Ekosistem Kewirausahaan

Ekosistem kewirausahaan merupakan pemodelan atau konsep ekosistem yang khusus digunakan dan dijadikan dasar dalam membangun konsep ekosistem ekonomi atau kewirausahaan. Dalam pengembangan model ekosistem kewirausahaan ada beberapa pendekatan teori yang digunakan yaitu: pertama teori Golzarajat empat elemen ekosistem yaitu *commerce, context, content, dan connexion*.²⁹ Kedua teori Eric Stam, elemen dan output ekosistem yaitu: *institutional arrangement, resource endowment, dan outputs (productive entrepreneurship)*.³⁰ Ketiga *ecosystem pie model* Talmar dalam mewujudkan proposisi nilai ekosistem ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan yaitu: *resources, activities, value addition, value capture, dan risk* Dalam konteks keislaman ekosistem kewirausahaan dikaji menggunakan pendekatan konsep “ta’awun”.

4. One Pesantren One Product (OPOP)

OPOP (*one pesantren one product*) adalah program pengembangan ekonomi pesantren berbasis UMKM. Melalui program OPOP setiap pesantren memiliki satu produk unggulan, harapannya dapat mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren. Program OPOP dikoordinir oleh Pemerintah Provinsi melalui Dinas Koperasi dan UMKM. Ada tiga provinsi yang telah mengembagkan program OPOP yaitu Jawa Barat, Jawa Timur, dan Kalimantan Selatan.

5. Kemandirian Ekonomi Pesantren

Pesantren mampu mandiri, berdiri sendiri dengan baik secara ekonomi dan bidang lain. Kemandirian ekonomi pesantren tidak hanya pada finansial, tetapi juga kemampuan menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar

²⁹ Anita Golzarjannat dkk., “A business model approach to port ecosystem,” 2021, <https://oulurepo.oulu.fi/handle/10024/33027>.

³⁰ Erik Stam dan Andrew Van De Ven, “Entrepreneurial Ecosystem Elements,” *Small Business Economics* 56, no. 2 (Februari 2021): 809–32, <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>.

di segala bidang. Keterkaitan pesantren dengan pihak lain dalam konsep ekosistem tidak dalam artian bergantung tetapi lebih memberi kemanfaatan satu sama lain.

E. Telaah Pustaka

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu: penelitian tentang UMKM dan industri kreatif berbasis pesantren, penelitian program OPOP Jawa Timur, penelitian tentang ekosistem ekonomi atau kewirausahaan dan penelitian tentang pengembangan ekonomi pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.

Penelitian terdahulu tentang UMKM dan industri kreatif berbasis pesantren di antaranya adalah penelitian Anton Bawono (2019) menjelaskan banyaknya tradisi yang tertanam, jumlah ustadz, dan sumber daya teknologi yang dimiliki pesantren dapat menggambarkan perkembangan ekonomi kreatif. Variabel-variabel tersebut memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perkembangan ekonomi kreatif. Sumber daya teknologi menjadi variabel yang paling dominan menggambarkan perkembangan ekonomi kreatif, sedangkan jumlah ustadz memiliki persentase terkecil yang menggambarkan perkembangan ekonomi kreatif di pondok pesantren.³¹

Kedua penelitian Hasyim (2019) yang menjelaskan bahwa baik santri maupun pesantren bisa lebih mandiri dengan ekonomi kreatif melalui industri film. Bakat dan hobi santri seperti videografi, akting, musik, dan seni kreatif lainnya dapat ditingkatkan seiring dengan produksi film. Santri tidak lagi sebagai konsumen film tetapi sebagai produser film. Sebagai produser film, nilai moral santri dalam konteks sosial dan budaya dapat disebarakan melalui cara yang menarik, salah satunya adalah melalui film. Pesan dakwah Pesantren Tebuireng dapat dimasukkan sebagai konten film sehingga hiburan di Indonesia tidak hanya sebatas menghibur tetapi merupakan sarana untuk menyebarkan nilai pendidikan dan keagamaan. Nilai sosial dan budaya Pesantren Tebuireng semakin diakui masyarakat. Hal ini juga merupakan cara untuk mengurangi budaya asing negatif yang disebarakan melalui

³¹ Anton Bawono, "Creative Economic Development Of Pesantren," *Shirkah: Journal Of Economics And Business* 3, No. 1 (2019).

film. Di sisi lain, pendidikan dan pariwisata di sekitar Pesantren Tebuireng akan mendapatkan manfaat ekonomi secara tidak langsung.³²

Selanjutnya penelitian yang membahas tentang program OPOP Jawa Timur di antaranya adalah penelitian Setiawan (2020) yang menyatakan bahwa kegiatan ekonomi yang dikembangkan melalui program OPOP berpengaruh ganda dalam pengembangan ekonomi pesantren maupun warga setempat. Kegiatan ekonomi yang berlandaskan OPOP ini terbukti efektif dalam membangkitkan semangat warga pesantren dalam pemberdayaan ekonomi pesantren.³³

Penelitian tentang dampak OPOP yang dijelaskan oleh Rizma (2022), bahwa OPOP memberikan dampak positif melalui beberapa bimbingan. Bimbingan dilakukan oleh tim OPOP bekerjasama dengan beberapa lembaga kompeten di bidangnya. Mulai dari proses produksi, pemasaran, dan legalitas. Peningkatan bisa mencapai 250%.³⁴ Berkaitan dengan dampak dan pengaruh program OPOP Muhafidhah (2021) dalam penelitiannya juga memaparkan adanya pengaruh positif orientasi kewirausahaan dan kinerja pasar pada orientasi merek, dan orientasi merek pada pertumbuhan bisnis. Selain itu penelitian menunjukkan bahwa orientasi merek tidak mempengaruhi orientasi pasar dan kinerja pasar. Studi ini menunjukkan bahwa program OPOP UKM Jawa timur membutuhkan perhatian khusus terkait orientasi kewirausahaan dan kinerja pasar untuk mendorong pertumbuhan bisnis yang baik.³⁵

Penelitian Oktavia (2024) yang fokus pada Pesantren Bahrul Maghfiroh, Al Fattah Turen dan Al Yasini menjelaskan bahwa program OPOP yang telah dilakukan pada 1000 pesantren di Jawa Timur dapat membangun kemandirian ekonomi pesantren. Beberapa manfaat program OPOP yaitu: dapat menyerap

³² M. Musa Al Hasyim, "Creative Industry Development In Pesantren Tebuireng," *Shirkah: Journal Of Economics And Business* 4, No. 3 (2019).

³³ Wawan Lulus Setiawan, "Program One Pesantren One Product dapat menjadi pendekatan akselerasi bisnis di pesantren pada masa pandemi COVID-19," *E-Coops-Day Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2020): 55–60.

³⁴ Rizma Fauziyah, Noor Shodiq Askandar, And Junaidi Junaidi, "Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang)," *El-Aswaq* 3, No. 1 (2022).

³⁵ Muhafidhah Novie Dkk., "East Java OPOP: Increasing The Growth Of Smes In Islamic Boarding Schools During The COVID-19 Pandemic," 2021.

tenaga kerja dari kalangan santri, alumni dan masyarakat, berkontribusi pada pendapatan pesantren, lebih luas memiliki dampak terhadap perekonomian di Jawa Timur.³⁶

Penelitian Mahfud (2021) menjelaskan program OPOP yang dilaksanakan di Pesantren At-Taqwa. Program *digitalpreneur* yang dilakukan sesuai dengan nilai *socialpreneur*. Bahwa dalam program pendampingan yang diberikan mengedepankan nilai kearifan lokal pesantren, memiliki semangat memberantas rentenir dan riba, membuat inovasi dalam pembentukan institusi internal, memberi dampak positif kepada masyarakat dalam peningkatan ekonomi masyarakat (eksternal).³⁷

Penelitian tentang OPOP Jawa Timur juga dilakukan oleh Ridan (2022) dalam konteks yang lain, Ridan menjelaskan bahwa integrasi antara wakaf potensi kehutanan dengan program OPOP menunjukkan simbiosis mutualisme. Wakaf kehutanan berbasis pesantren dapat dioptimalkan untuk mengentaskan kemiskinan, konservasi hutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar hutan dan masyarakat pesantren.³⁸

Dalam membahas ekosistem kewirausahaan tidak banyak yang membahas dari perspektif pesantren, dalam penelusuran penulis ada artikel tentang ekosistem kewirausahaan pesantren salah satunya adalah penelitian Harindiarsyah (2021) yang menjelaskan bahwa dalam ekosistem kewirausahaan pesantren ada aktor yang memiliki peran besar, di antaranya adalah kiai, penanggung jawab unit bisnis, santri, dan masyarakat sekitar pesantren. Dalam pembentukan ekosistem kewirausahaan ada satu faktor yang paling berpengaruh yaitu sosial budaya.³⁹

³⁶ Renny Oktafia, M. Taufiq, dan Anisa Fitria Utami, "One Pesantren One Product: Can It Improve Economic Growth in East Java?," *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2024): 131–52.

³⁷ Mahfud Mahfud, "Program One Pesantren-One Product in the perspective of social entrepreneurship," *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 4, no. 1 (2021): 1207–12.

³⁸ Ridan Muhtadi Dkk., "Waqf Forestry Integration Model With Islamic Boarding School In Optimizing The OPOP (One Pesantren One Product) Program," Dalam *Annual Conference On Islamic Economy And Law*, Vol. 1, 2022, 185–97.

³⁹ Bachtiar Ridho Virgi Harindiarsyah Dan Firman Setiawan, "Analisa Aktor Dan Faktor Pada Penerapan Ekosistem Kewirausahaan Pondok Pesantren (Studi Kasus Ponpes Nurul Amanah Bangkalan)," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, No. 2 (2021): 87–100.

Adapun tentang ekosistem kewirausahaan pada penelitian Armando Haratua (2020) dijelaskan perlunya pengembangan ekosistem kewirausahaan menjadi sebuah ekosistem yang di dalamnya antara para aktor dan faktor saling mendukung, sehingga berpengaruh positif terhadap UMKM. Ekosistem kewirausahaan tersusun dari beberapa komponen, yaitu: budaya, sumber daya manusia, kebijakan, pasar, keuangan, kelembagaan dan infrastruktur. Semua komponen tersebut harus terkait dan terkoordinasi baik formal maupun informal.⁴⁰

Penelitian Stam (2021) tentang elemen dalam ekosistem kewirausahaan, dijelaskan bahwa prevalensi perusahaan dengan pertumbuhan tinggi di suatu wilayah sangat berkaitan dengan kualitas ekosistem kewirausahaan di wilayah tersebut. Hubungan timbal balik yang kuat di antara elemen ekosistem menunjukkan adanya saling ketergantungan dan membutuhkan.⁴¹

Pentingnya ekosistem kewirausahaan dipaparkan oleh Ratten (2020). Pembahasan ekosistem kewirausahaan berada pada tahap perkembangan yang menarik untuk diteliti. Topik ini semakin mendapat perhatian karena paling populer pada literatur bisnis internasional. Hal ini disebabkan oleh cara peneliti menggabungkan pertimbangan budaya, ekonomi, sosial, dan politik dalam pandangan evolusioner tentang bagaimana entitas berinteraksi dalam masyarakat. Dengan penelitian ekosistem kewirausahaan dapat diketahui peran dan kontribusi setiap pihak dalam suatu bisnis. Menjadi satu pertimbangan bagi investor untuk memilih bisnis dengan pola pikir ekosistem kewirausahaan karena semua elemen terhubung.⁴²

Lebih lanjut berbicara masalah ekosistem adalah bagaimana pesantren berintegrasi dalam program *entrepreneurship* dijelaskan dalam penelitian Saputro. Pendidikan kewirausahaan integratif di pesantren dilakukan melalui pendekatan yang komprehensif melalui penciptaan nilai kewirausahaan oleh lembaga, pengembangan kompetensi, dan penggunaan berbagai teknik atau strategi. Hasilnya

⁴⁰ Armando Haratua Dan Chandra Wijaya, "Membangun Ekosistem Kewirausahaan Untuk Usaha Mikro Dan Kecil Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur," *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 18, No. 2 (2020): 36–47.

⁴¹ Stam dan Van De Ven, "Entrepreneurial Ecosystem Elements."

⁴² Ratten, "Entrepreneurial Ecosystems."

adalah peningkatan kesejahteraan sesuai dengan nilai-nilai Islam berbasis teori ekonomi.⁴³

Terakhir penelitian terdahulu yang membahas tentang pengembangan ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember. Berdasar penelusuran peneliti terdapat 7 penelitian sebelumnya. Penelitian Renata (2024) tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen kopi BIKLA. Di dalamnya menjelaskan tentang produk Kopi BIKLA Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember. Bahwa variabel harga, promosi, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan. Sedangkan produk, tempat, dan orang tidak berpengaruh signifikan. Adapun secara umum konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan.⁴⁴

Penelitian Adhim (2021) tentang ekosistem *pesantrenpreneur* pada produk kopi BIKLA dan peternak ayam. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa strategi pengembangan SDM meliputi 3 komponen utama (internalisasi nilai, proses HRD, dan *support system: financial* dan *team expert*). Proses produksi meliputi beberapa tahapan (analisa potensi, memilih *supplier*, nilai produksi, inovasi produk dan pengendalian). Pendekatan dan strategi marketing dilaksanakan dalam dua bentuk yaitu *open* dan *close system marketing*.⁴⁵

Penelitian Miftahul Ulum (2023) tentang program OPOP di Pesantren Ihya'us Sunnah dan Madinatul Ulum. Program OPOP memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perekonomian kedua pesantren. Program OPOP yang mereka terima adalah bantuan pelatihan, interaksi dengan anggota OPOP yang lain, program dana hibah, dan akses pemasaran.⁴⁶

⁴³ Saputro dan Sukiman, "Model integrasi pesantren dalam pemberdayaan umat melalui program entrepreneurship untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat."

⁴⁴ Renata Dian Kusuma Wardani, Teguh Soedarto, dan Mirza Andrian Syah, "Analysis of the Influence of The 7P Marketing Mix on Customer Satisfaction of Bikla Coffee, Jember District," *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo* 26, no. 1 (2024): 59–70.

⁴⁵ Fauzan Adhim, "Ekosistem Pesantrenpreneur Berbasis Pengembangan Potensi Lokal," *Edukasi* 19, no. 2 (2021): 127–40.

⁴⁶ Miftahul Ulum, Nurul Widyawati IR, dan Abdul Wadud, "Islamic Boarding School-Based Economic Empowerment in Jember District The One Islamic Boarding School One Product (OPOP) Program," *Jurnal Syntax Admiration* 4, no. 11 (2023), <https://www.jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/783>.

Penelitian Alia Replica (2024) menjelaskan kemitraan petani kopi dan Pesantren Ihya'us Sunnah. Pendekatan dalam kemitraan yang dilakukan adalah pola KOA (Kerjasama Operasional Agribisnis) dan pola dagang umum. Beberapa faktor yang mempengaruhi kemitraan adalah kesepakatan, bimbingan teknis, bimbingan pemasaran produk. Dengan adanya kemitraan, kinerja petani mengalami peningkatan.⁴⁷

Penelitian Puspitasari (2022) tentang manajemen bisnis kopi dengan simbol Islam. Penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan kopi BIKLA mengimplementasikan manajemen bisnis kolaboratif yaitu penggabungan manajemen untuk tujuan komersial dan akhirat dalam aktivitas produksi SDM, pemasaran dan keuangan. Penerapan manajemen bisnisnya sejalan dengan *sharia enterprise theory* dan *total motivation model*.⁴⁸

Untuk mengetahui posisi penelitian ini terhadap penelitian sebelumnya, akan dipaparkan perbedaan dan persamaannya sebagai berikut:

Tabel 3: Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	<i>“Creative Industry Development In Pesantren, (2019)</i>	Subyek penelitiannya adalah seluruh pihak yang tergabung dalam program OPOP termasuk di dalamnya pesantren	Pengembangan industri kreatif di pesantren
2	<i>Creative Economic Development Of Pesantren, (2019)</i>	Fokus pada pengembangan ekonomi pesantren melalui program OPOP	Pengembangan ekonomi pesantren
3	<i>Entrepreneurial Ecosystems: Future Research Trends (2020)</i>	Fokus pada ekosistem OPOP Jawa Timur dan ekosistem	<i>Entrepreneurial Ecosystems</i>

⁴⁷ Alia Replica Ma'arif, Teguh Soedarto, dan Mirza Andrian Syah, “Pengembangan Sumber Daya Manusia Petani Kopi Melalui Kemitraan dengan Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany, Kab. Jember,” *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 10, no. 2 (2024): 2104–14.

⁴⁸ Novi Puspitasari, “The Coffee Business Management with Islamic Symbols: Total Motivation Model and Shari'ah Enterprise Theory Approach,” *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 12, no. 1 (2022): 24–35.

		pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany	
4	Membangun Ekosistem Kewirausahaan Untuk Usaha Mikro Dan Kecil Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur (2020)	Ekosistem kewirausahaan UMKM berbasis pesantren	Ekosistem kewirausahaan UMKM
5	Program One Pesantren One Product dapat menjadi pendekatan akselerasi bisnis di pesantren pada masa pandemi COVID-19 (2020)	Mendesain <i>role model</i> ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP	OPOP
6	"East Java OPOP: Increasing The Growth Of Smes In Islamic Boarding Schools During The COVID-19 Pandemic, (2021)	Ekosistem UMKM berbasis pesantren dalam program OPOP	OPOP Jawa Timur
7	Ekosistem Pesantrenpreneur Berbasis Pengembangan Potensi Lokal (2021)	Ekosistem OPOP Jawa Timur dan pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany	Ekosistem pesantren
8	<i>Entrepreneurial Ecosystem Elements," Small Business Economics, (2021)</i>	Fokus pada ekosistem OPOP Jawa Timur dan ekosistem pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany	<i>Entrepreneurial Ecosystems</i>
9	Analisa Aktor Dan Faktor Pada Penerapan Ekosistem Kewirausahaan Pondok Pesantren (Studi Kasus Ponpes Nurul Amanah Bangkalan) (2021)	- Analisa seluruh elemen dalam ekosistem UMKM berbasis pesantren - Fokus pada ekosistem program OPOP	Ekosistem kewirausahaan pesantren
10	<i>Program One Pesantren-One Product in the perspective of social entrepreneurship, (2021)</i>	Fokus pada ekosistem OPOP Jawa Timur dan ekosistem pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany	Program OPOP
11	<i>Waqf Forestry Integration Model With Islamic Boarding School In Optimizing The OPOP (One Pesantren One Product) Program, (2022)</i>	Ekosistem UMKM pada program OPOP	OPOP

12	“Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 Malang) (2022)	Ekosistem UMKM pada program OPOP	Dampak program OPOP
13	<i>The Coffee Business Management with Islamic Symbols: Total Motivation Model and Shari’ah Enterprise Theory Approach</i> , (2022)	Menjelaskan program OPOP fokusnya pada usaha produksi kopi “BIKLA” Jember	Pengelolaan unit bisnis untuk komoditi kopi
14	<i>“Islamic Boarding School-Based Economic Empowerment in Jember District The One Islamic Boarding School One Product (OPOP) Program (2023)</i>	Fokus pada ekosistem OPOP Jawa Timur, khususnya pesantren Ihya’us Sunna Al-Hasany Jember	Membahas program OPOP
15	Model Integrasi Pesantren dalam Pemberdayaan Umat Melalui Program Entrepreneurship untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat	Fokus pada ekosistem UMKM pesantren tidak hanya sebatas pada model integrasinya.	Membahas pemberdayaan ekonomi pesantren
16	<i>Analysis of the Influence of The 7P Marketing Mix on Customer Satisfaction of BIKLA Coffee, Jember District (2024)</i>	Ekosistem program OPOP untuk produk BIKLA milik pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany	Kopi BIKLA Jember
17	“One Pesantren One Product: Can It Improve Economic Growth in East Java? 2024)	Fokus pada ekosistem OPOP Jawa Timur dan ekosistem pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany	Program OPOP
18	Pengembangan Sumber Daya Manusia Petani Kopi Melalui Kemitraan dengan Pondok Pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany, Kab. Jember (2024)	Ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP fokusnya pada pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany	Membahas pesantren yang sama

F. Sistematika Pembahasan

Bagian awal disertasi berisi: halaman sampul, halaman judul, halaman pernyataan keaslian dan bebas dari plagiarisme, halaman pengesahan, halaman dewan penguji, halaman pengesahan promotor, halaman nota dinas, abstrak, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

Pada bagian utama dijelaskan pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan kajian penelitian. Selanjutnya membahas kajian teori tentang UMKM, ekosistem kewirausahaan, *role model* ekonomi pesantren, dan kemandirian ekonomi pesantren. Bab berikutnya membahas metode penelitian yang disusun dalam beberapa sub bab yaitu: jenis dan paradigam penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data. Temuan penelitian dituangkan dalam bab paparan data dan pembahasan yang menjawab tiga rumusan masalah. Tiga fokus pembahasannya adalah konsep UMKM berbasis Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember, dampak program OPOP terhadap perkembangan ekonomi pesantren, dan ketiga tentang *role model* ekosistem UMKM berbasis Pesantren melalui program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-hasany Jember. Sedangkan pada bagian penutup dipaparkan kesimpulan, implikasi, saran, dan keterbatasan penelitian yang dilakukan.

Bagian akhir berisi daftar pustaka, menjelaskan referensi yang bersumber dari buku, artikel jurnal, disertasi, dan laporan penelitian. Kedua berisi lampiran-lampiran dan daftar Riwayat hidup.

BAB II KAJIAN TEORI

A. *Role model* Ekosistem Kewirausahaan

1. Memahami Makna *Role model*

Konsep *role model* tidak hanya pada atribut atau indikator seseorang atau pihak tertentu dijadikan sebagai *role model*, tetapi juga membahas proses menjadi *role model*. Indikator *role model* memenuhi tiga kualifikasi: pewujudan tujuan, pencapaian, dan keinginan. Istilah *role model* diciptakan oleh Merton pada tahun 1957, melekat dan mengacu pada perilaku yang terkait dengan peran tertentu. Ada tiga makna untuk kata *role model* yaitu:¹

- a. Menunjukkan bagaimana cara melakukan suatu keterampilan dan mencapai tujuan (*model perilaku/ as a behavioral model*)
- b. Menunjukkan bukti bahwa suatu tujuan telah tercapai (*representasi dari suatu kemungkinan/ as representations of the possible*)
- c. Menjadikan bahwa tujuan itu adalah sesuatu yang diinginkan (*inspirasi/ as inspirations*)

Role model atau panutan dapat mempengaruhi tujuan dan motivasi orang lain (*role aspirant*). Pembuktiannya harus ada pengujian terhadap pihak lain sebagai pengikut. Pengaruh besarnya adalah potensi yang dimiliki panutan (*role model*) dalam membuat perbedaan pada kehidupan aspiran.

Individu yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain dalam kehidupan atau interaksi sosial pada batas dan tingkat tertentu disebut sebagai *role model*.² Oleh karena itu, *role model* memberikan individu suatu pedoman untuk belajar dari berbagai pengalaman. Dengan mengamati dan belajar dari *role model*, seseorang dapat mengumpulkan pengalaman terkait dengan keberhasilan atau kegagalan. Indikator *role model* adalah: dapat memberi dampak positif dengan

¹Robert K. Merton, "Social theory and social structure, Rev," 1957, <https://psycnet.apa.org/record/1959-00989-000>.

²Ridha Amalia Husna, Nur Diana, dan Ita Athia, "Pengaruh Keterampilan Digital dan Inspirasi *Role model* Terhadap Niat Mahasiswa Menjadi Entrepreneur," *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 680–87.

sebagai representasi dan inspirasi bagi pihak lain. Tetapi sebagai *role model* tidak harus sempurna dan melakukan hal yang luar biasa. Karena tidak ada orang lain yang setuju 100 % dengan panutannya. Pada akhirnya menjadikan *role model* atau panutan tergantung dari kebutuhan aspirant. Karena tidak ada satupun orang yang sempurna untuk dijadikan sebagai *role model*.³

Jika pada pernyataan di atas dijelaskan tidak satupun orang dapat dijadikan sebagai *role model* yang sempurna, namun dalam Islam keteladanan telah dijelaskan dalam Al-Quran Surat al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (Rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat serta yang banyak mengingat Allah” (Q.S: Al-Ahzab 21).

Ayat di atas dalam Tafsir Al Mishbah dijelaskan bahwa Nabi Muhammad adalah barometer kehidupan dan suri tauladan bagi umat manusia. Muhammad berhasil menghidupkan pesan Allah melalui Al-Quran dalam dirinya dan orang di sekitarnya.⁴

Kata *uswah* atau *iswah* memiliki makna teladan. Zamakhsyari menafsirkan QS al Ahzab ayat 21, kata *uswah* (keteladanan) yang terdapat pada diri Rasulullah ada dua makna. Pertama makna keteladanan dalam kepribadian Nabi secara totalitas adalah teladan. Kedua, terdapat dalam kepribadian Nabi hal yang patut untuk diteladani. Namun makna pertama lebih kuat dan dipilih oleh banyak ulama.⁵ Kata *fi* dalam *fi rasulillah* mengangkat satu sifat dari diri Rasul yang hendaknya diteladani, faktanya yang diangkat adalah Rasul dengan seluruh totalitasnya. Walaupun ayat ini turun atas peristiwa perang Khandaq, tetapi mencakup kewajiban atau anjuran meneladani Nabi Muhammad walaupun di luar konteks peperangan.

³ Thekla Morgenroth, Michelle K. Ryan, dan Kim Peters, “The Motivational Theory of *Role modeling*: How *Role models* Influence Role Aspirants’ Goals,” *Review of General Psychology* 19, no. 4 (Desember 2015): 465–83, <https://doi.org/10.1037/gpr0000059>.

⁴ M Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an*, vol. 11 (Jakarta: Lentera Hati, 2012).

⁵ al-Zamakhsyari, *al-Kassyaf an Haqa’iq al-tanzil wa Uyun al-Aqawil fi Wujuh al-Takwil.*, 3 (Beirut Libanon: Dar Al-Marefah, 2009).

Allah mempersiapkan manusia agung untuk menjadi teladan bagi semua umat manusia. Allah yang mendidik beliau “*Addabānī Rabbī, fa ahsana ta’dibī*”.

Dalam buku *‘Abqariyyah Muhammad al-‘Asqariyyah* dijelaskan ada empat tipe manusia yaitu pemikir, pekerja, seniman, dan seorang yang jiwanya larut dalam ibadah. Dan mustahil seseorang memiliki empat kepribadian sempurna, namun hal ini ditemukan dalam diri Nabi Muhammad. Dengan kesempurnaan kepribadian Rasulullah, maka beliau dapat dijadikan teladan bagi umat manusia.⁶ Hal ini juga berkaitan dengan pandangan tentang *‘ishmatullah* (pemeliharaan Allah) kepada Nabinya agar tidak terjerumus pada kesesatan.⁷

Kata *uswatun hasanah* dalam ayat di atas disepadankan dengan *role model* yang memiliki makna keteladanan. Rasulullah dinyatakan sebagai teladan bagi seluruh umat manusia tidak hanya di dalam kitab suci umat Islam. Tetapi dalam buku yang ditulis oleh nonmuslim bernama Hart, Nabi Muhammad menjadi tokoh nomor 1 yang paling berpengaruh di dunia. Tolok ukur yang digunakan Hart dalam menentukan Muhammad pada urutan pertama adalah besarnya tingkat pengaruh Muhammad dalam mengubah sejarah, mendorong kebangkitan, dan menentukan langkah takdir jutaan manusia.⁸

Keteladanan Nabi Muhammad juga ditunjukkan melalui jiwa entrepreneur yang dibuktikan dengan profesinya sebagai pedagang dimulai sejak usia dua belas tahun. Pada saat Abu Thalib (paman Rasulullah) mengajak perjalanan bisnis ke Syam. Kemandirian Nabi Muhammad dalam berbisnis sudah terlihat ketika usia 17 tahun. Saat usia 20-25 tahun, Nabi Muhammad mencapai titik keemasan dalam bisnisnya.⁹

Keteladanan yang dimaknai dengan kata “*uswatun hasanah*” dalam kamus Al-Munawir bersinonim dengan kata “*qudwah sholihah*” yang berarti diikuti atau

⁶ Hazim Ismail al Sayyidi, *Abqariyyah Muhammad SAW al-‘asykariyyah* (Mesir: Dar ar-Raudhah, 2007).

⁷ Shihab, *Tafsir Al-Mishbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an*.

⁸ Hart, Michael H., *100 Tokoh paling Berpengaruh Di Dunia* (Jakarta: Noura Books (PT Mizan Publika), 2019).

⁹ Ratna Wijayanti, “Membangun Entrepreneurship Islami dalam Perspektif Hadits,” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 13, no. 1 (2018): 35–50.

teladan.¹⁰ Selain kata *qudwah* dan *uswah*, juga memiliki sinonim yang lain yaitu: *ittiba'* dan *iqtida'*. Keempat kata ini memiliki persamaan ajakan untuk meneladani Rasul, Nabi, Ulama' dan Umara', mereka adalah orang-orang yang diberi petunjuk oleh Allah. Sedangkan perbedaan makna dan penggunaan kata *uswah*, *qudwah*, *ittiba'* dan *iqtida'* digambarkan dalam tabel berikut ini:¹¹

Tabel 4: Perbedaan Makna *Uswah*, *Qudwah*, *Ittiba'*, dan *Iqtida'*

No	Kata	Sisi Makna	Segi Rujukan
1	<i>Uswah</i>	Tauladan, suri teladan/ tauladan	Meneladani orang yang disegani dan diberi petunjuk oleh Allah, merujuk pada panutan dari sisi perbuatan. Yang dijadikan panutan adalah kepribadiannya (cara berbicara dan berperilaku)
2	<i>Qudwah</i>	Contoh, teladan, model	Yang dijadikan panutan adalah ilmu pengetahuan dan akhlak. Mulai dari <i>fikrohnya</i> (pemikiran), pengorbanan, jihad, dsb.
3	<i>Ittiba'</i>	Mematuhi, mengikuti, mengamati, mengawasi	Mengikuti pendapat yang ada dasarnya, dan mengikuti sumber rujukannya. <i>Ittiba'</i> diperbolehkan dalam Islam.
4	<i>Iqtida'</i>	Mengikuti	Mengikuti pemimpin yang memerintah negara atau suatu kaum (presiden, raja, ratu, dsb).

Indikator keteladanan yang melekat adalah sifat Nabi Muhammad yang empat yaitu: sidik, amanah, tabligh, dan fathonah.¹² Dalam konsep yang lain ada lima indikator, satu indikator lainnya adalah *istiqomah* (konsisten). Di bawah ini akan dijelaskan lebih detail beberapa indikator *uswatun hasanah/ role model* yang melekat pada diri Rasulullah:¹³

- a. *Ṣiddiq*: memiliki makna benar atau jujur, sebagaimana dijelaskan dalam QS An-Najm: 4-5.

¹⁰ Ahmad Warson Munawir dan Kamus Arab Indonesia al-Munawwir, "Yogyakarta: PP" (Al-Munawwir, 1975).

¹¹ Bisri Mustofa, *Tafsir al-Ibriz Lima'rifati Tafsir al-Qur'an* (Kudus: Menara Kudus, 1959).

¹² Shofiah Nurul Huda dan Fira Afrina, "Rasulullah Sebagai *Role model* Bagi Pendidik (Kajian Terhadap Al-Qur'an Surah Al-Ahzab Ayat 21)," *Fitrah: Journal of Islamic Education* 1, no. 1 (2020): 72–88.

¹³ Ike Nilawati Rohaenah, Andewi Suhartini, dan Nur Wadjah Ahmad, "Teologi Konsep *Uswah Hasanah* Rosulullah," *JURNAL ILMIAH FALSAFAH: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 50–66.

- b. *Amanah*: dapat dipercaya, produktif, visioner, bertanggung jawab, dan memiliki kinerja baik, dijelaskan dalam QS al-A'raf: 68.
- c. *Tablig*: memberi contoh, menyampaikan ilmu dan mengajak orang lain kepada kebaikan, dijelaskan dalam QS Yunus: 25.
- d. *Faṭonah*: cerdas, memahami, inovatif, professional dijelaskan dalam QS At-Tin: 5.
- e. *Istiqomah*: konsisten, melaksanakan kebaikan dengan keyakinan, sabar, tekun dalam mewujudkan tujuan, dijelaskan dalam QS: Fushilat: 30.

Selain indikator di atas ada beberapa indikator lain mengenai keteladanan Rasulullah yaitu adil, humanis, lemah lembut, dan toleran.¹⁴

Role model menjadi sesuatu yang penting dalam segala aspek kehidupan, karena memiliki beberapa manfaat yaitu:

- a. Inspirasi dan motivasi:¹⁵ inspirasi dan motivasi seringkali bersumber dari *role model*. Seseorang akan terdorong lebih giat untuk mengejar mimpi mereka dan mencapai tujuan yang sama dengan inspiratornya. Dalam sebuah teori pembelajaran, seseorang akan mempelajari sikap, perilaku dan reaksi emosional dari pengamatannya terhadap orang lain. Ketika mereka memiliki *role model*, motivasi yang lebih besar dan kuat akan tumbuh dalam rangka mengatasi rintangan. Usaha maksimal dilakukan untuk mencapai keberhasilan seperti *role model* mereka.
- b. Sebagai pembelajaran dari pengalaman: seseorang bisa belajar dari pengalaman orang yang mereka teladani. Bagaimana cara *role model* mengatasi sebuah masalah dan rintangan, dijadikan pembelajaran dan kiat untuk menjadi sukses.
- c. Pengembangan skill atau keterampilan sosial: *role model* tidak hanya berpengaruh dalam pengembangan pengetahuan seseorang, tetapi juga pada pengembangan keterampilan sosial seseorang. Kemampuan berinteraksi

¹⁴ Abu Maskur, "Kontekstualisasi Keteladanan Sosial Rasulullah Di Zaman Kiwari," *Jurnal An-Nufus* 2, no. 1 (2020): 39–57.

¹⁵ Edwin A. Locke, "Self-efficacy: The exercise of control," *Personnel psychology* 50, no. 3 (1997): 801.

atau sosialisasi dapat dikembangkan dengan melihat dan belajar dari *role model*.

- d. Penguatan nilai dan identitas¹⁶: orang yang menjadi panutan pada sebuah kelompok atau organisasi selalu terlihat unggul di mata anggota kelompoknya. Oleh karena itu *role model* ini dapat membentuk nilai dan identitas anggota kelompoknya.

Dalam tulisan peran *role model* yang dikemukakan Morgenroth bahwa *role model* memiliki tiga peran penting yaitu:¹⁷

- a. *Behavioural model*: seseorang yang berhasil dalam profesi atau kelompok tertentu. Pihak atau orang lain akan berusaha meniru *role model* mereka untuk menjadi orang yang professional.
- b. *Representing the possible*: individu memberikan contoh yang sejenis melalui perilakunya untuk mencapai kesuksesan. *Role model* akan menjelaskan bahwa sesuatu pasti mungkin dan dapat terwujud. Sebagai representasi dari kemungkinan, panutan dapat berkontribusi melalui perannya pada penguatan tujuan yang sudah ada dan penerapan peran baru.
- c. *Being inspiration*: seorang panutan mendorong proses dan memotivasi pihak lain untuk memiliki keinginan dan tujuan baru dan lebih baik untuk dicapai dan diwujudkan.

Keberhasilan suatu *role model*/ keteladanan/ uswatun hasanah adalah adanya perubahan positif pada diri aspirant. Hasil yang relevan adalah sering memiliki peran dalam kinerja atau pencapaian pihak lain. Hal ini bisa dijadikan ukuran atau standar bahwa suatu *role model* sudah efektif dengan perannya. *Role model* atau keteladanan dalam konteks pesantren, santri di pesantren memiliki *gharizah* (naluri) untuk meniru setiap perilaku, pola pikir, dan langkah perjuangan kiai (seorang pendidik) yang dinilai baik dan bermanfaat.¹⁸

¹⁶ Rina Rifayanti dkk., "Peran *role model* dalam membentuk perilaku pro-lingkungan," *Psikostudia: Jurnal Psikologi* 7, no. 2 (2018): 12–23.

¹⁷ Morgenroth, Ryan, dan Peters, "The Motivational Theory of *Role modeling*."

¹⁸ Sugeng Riyadi dan Ahmad Luthfi Hamidi, "Epistemologi Dakwah Perspektif Kh. Chariri Shofa," *Nizham Journal of Islamic Studies* 9, no. 01 (2021): 38–55.

2. Ekosistem Kewirausahaan (*Entrepreneurial Ecosystem*)

Teori ekosistem biasa digunakan dalam istilah ilmu ekologi yang menjelaskan tentang interaksi antar komponen dalam suatu sistem. Namun dalam perkembangannya teori ekosistem digunakan dalam berbagai bidang keilmuan. Di antaranya adalah ilmu ekologi, kesehatan, sosiologi, pertanian, politik dan keamanan, teknologi informasi, dan bidang ekonomi. Pada bidang ekonomi, menggunakan konsep ekosistem kewirausahaan.

Ekosistem terdiri dari dua kata yaitu *eco* dan *sistem*. *Eco* bermakna bagian dari suatu unit, sedangkan *sistem* adalah unit yang terkoordinasi. Secara istilah ekosistem merupakan sekumpulan kehidupan (*biocoenosis*) yang menyatu dan beradaptasi secara alami dengan lingkungan (*biotope*). Istilah ekosistem pertama kali muncul pada tahun 1935 dalam publikasi Arthur Tansley seorang ahli ekologi Inggris. Ukuran suatu ekosistem berbeda beda tergantung dari beberapa faktor dan skala yang digunakan.¹⁹

Ekosistem adalah pola interaksi antara individu dan berbagai pemangku kepentingan institusional, sehingga dapat mendorong inovasi, kewirausahaan, dan pertumbuhan UKM dengan baik.²⁰ Pendekatan ekosistem dalam kewirausahaan meliputi keterkaitan secara formal atau informal seperangkat pelaku dan faktor, terhubung satu sama lain, saling mengatur seluruh kinerja wirausaha mulai dari awal (untuk melahirkan wirausaha baru) sampai pada pengembangan usaha. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing. Bentuk ekosistem kewirausahaan menitikberatkan pada bagaimana tercipta sebuah kewirausahaan oleh pihak dan serangkaian sumber daya yang secara komprehensif berperan penting. Sebagian besar dalam ekosistem kewirausahaan memiliki sifat lokal. Ekosistem pada satu daerah dengan daerah lain memiliki perbedaan satu sama lain. Hal ini terjadi karena ekosistem pada suatu daerah tertentu memiliki ikatan dengan

¹⁹ A. Balasubramanian, "Ecosystem and its Components," *Centre for Advanced Studies in Earth Science: University of Mysore, India* 28 (2008), https://www.researchgate.net/profile/A-Balasubramanian/publication/314213426_ECOSYSTEM_AND_ITS_COMPONENTS/Links/58ba4d2a92851c471d4eea00/ECOSYSTEM-AND-ITS-COMPONENTS.pdf.

²⁰ Daniel J. Isenberg, "How To Start An Entrepreneurial Revolution," *Harvard Business Review* 88, No. 6 (2010): 40–50

kontak sosial atau mobilitas lokal yang tidak selalu dimiliki oleh daerah lain.²¹ Stam juga memaknai ekosistem wirausaha sebagai seperangkat komponen yang saling bergantung dan diatur sebaik mungkin sehingga mewujudkan apa yang diharapkan.²²

Untuk mewujudkan apa yang diharapkan melalui kegiatan ekonomi sebagaimana pembahasan di atas ekonomi sebagai *washilahnya*, dibutuhkan kreatifitas dan inovasi. Proses kreatifitas dan inovasi hanya dapat dilakukan dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Kewirausahaan menurut Drucker adalah kemampuan dalam menciptakan suatu hal yang baru dan berbeda.²³

Edward menjelaskan bahwa konsep *entrepreneurial ecosystem* merupakan lingkungan kewirausahaan yang meliputi mekanisme, institusi, jaringan dan budaya yang mendukung pengembangan kewirausahaan melalui berbagai program.²⁴ Lebih lanjut dijelaskan oleh Ratten bahwa suatu bisnis pada dasarnya menciptakan lingkungan ekosistem yang kondusif untuk kewirausahaan. Karena di dalamnya mendorong adanya tindakan yang memberikan interaksi sistemik dengan banyak entitas. Dalam sebuah ekosistem terdapat penciptaan nilai secara bersama, kolaborasi pemangku kepentingan, dan jaringan kewirausahaan.²⁵

Pengembangan ekosistem kewirausahaan membutuhkan peran *entrepreneurial institutions*. Hal ini dapat dikembangkan melalui analisis lintas kasus yang terjadi untuk mengidentifikasi tema dan pola umum sebuah data. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan sebuah ekosistem di antaranya adalah struktur lembaga, sistem, kepemimpinan, strategi, dan budaya. Pada kasus pengembangan ekosistem kewirausahaan di Rwanda ada beberapa tahap yang

²¹ Erik Stam dan Andrew van de Ven, "Entrepreneurial Ecosystem Elements," *Small Business Economics* 56, no. 2 (Februari 2021): 809–32, <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>.

²² Armando Haratua dan Chandra Wijaya, "Membangun Ekosistem Kewirausahaan untuk Usaha Mikro dan Kecil Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur," *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 18, no. 2 (2020): 36–47.

²³ Aprijon Aprijon, "Kewirausahaan dan Pandangan Islam," *Menara Riau* 12, no. 1 (2013): 1–11.

²⁴ Edward J. Malecki, "Entrepreneurship And Entrepreneurial Ecosystems," *Geography Compass* 12, No. 3 (2018): E12359, <https://doi.org/10.1111/Gec3.12359>.

²⁵ Vanessa Ratten, "Entrepreneurial ecosystems," *Thunderbird International Business Review* (Wiley Online Library, 2020).

teridentifikasi yaitu: embriotik, penghancuran, pembentukan, dan pengembangan kapasitas.²⁶

Dalam suatu ekosistem semua pihak saling berinteraksi, berkontribusi, memiliki peran masing masing yang seimbang. Sistem adaptif yang kompleks bagi sebuah ekosistem dapat membantu dalam proses keberlanjutan suatu pengelolaan berbasis ekosistem. Keberlanjutan memiliki beberapa makna, yaitu bisa dipertahankan dan didukung dan ditanggung; ditegakkan dan dipelihara; dipertahankan pada tingkat tertentu.²⁷

Ekosistem menjadi satu tatanan yang secara utuh, menyeluruh, dan saling mempengaruhi antar komponen atau unsur. Di dalamnya terdapat hubungan timbal balik antara makhluk hidup dan lingkungan di sekitarnya. Makhluk hidup yang dimaksud adalah manusia, sedangkan lingkungan adalah keluarga, teman, sosial budaya, agama, perilaku ekonomi, dan semua bidang kajian ilmu yang mempengaruhi tingkah laku antar manusia itu sendiri. Hasil dari adanya interaksi akan menyebabkan perubahan sosial (gaya hidup, pola, perilaku, pemikiran).²⁸

Ekosistem kewirausahaan menurut beberapa tokoh dijelaskan dalam paparan tabel di bawah ini:

Tabel 5: Definisi dan Fitur Ekosistem Kewirausahaan

No	Tokoh	Definisi	Fitur
1	Isenberg ²⁹	Ekosistem kewirausahaan terdiri dari seperangkat elemen individu - seperti kepemimpinan, budaya, pasar modal, dan pelanggan yang berpikiran terbuka - yang bergabung dengan cara yang kompleks.	Fokusnya adalah pada komponen ekosistem

²⁶ Alain C. Nkusi dkk., "The role of the entrepreneurial university in building an entrepreneurial ecosystem in a post conflict economy: An exploratory study of Rwanda," *Thunderbird International Business Review* 62, no. 5 (2020): 549–63.

²⁷ Sarah K. Gaichas, "A context for ecosystem-based fishery management: developing concepts of ecosystems and sustainability," *Marine Policy* 32, no. 3 (2008): 393–401.

²⁸ Yani Mulyaningsih, *Pengembangan ekosistem kewirausahaan UMKM di Indonesia* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021), <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=IJmmEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=ekosistem+kewirausahaan+UMKM+di+indonesia&ots=trJXEiSn02&sig=2SDYQoCe1USsI-ScTxXpzPW8H6E>.

²⁹ Daniel J. Isenberg, "How to start an entrepreneurial revolution," *Harvard business review* 88, no. 6 (2010): 40–50.

2	ACS dkk ³⁰	Interaksi yang dinamis dan tertanam secara kelembagaan antara sikap, kemampuan, dan aspirasi kewirausahaan, oleh individu, yang mendorong alokasi sumber daya melalui penciptaan dan pengoperasian usaha baru.	Menekankan alokasi sumber daya sebagai hasil, dan sifat ekosistem yang dinamis
3	Mason dan Brown ³¹	Ekosistem kewirausahaan adalah seperangkat aktor kewirausahaan, organisasi kewirausahaan, lembaga, dan proses kewirausahaan yang saling berhubungan yang secara formal dan informal bergabung untuk menghubungkan, memediasi dan mengatur kinerja dalam lingkungan kewirausahaan lokal.	Definisi cukup komprehensif, namun tanpa hasil ekosistem yang spesifik
4	Stam ³²	Ekosistem kewirausahaan adalah seperangkat aktor dan faktor independen yang dikoordinasikan sedemikian rupa sehingga mereka dapat melakukan kewirausahaan produktif.	Menyoroti kewirausahaan produktif sebagai output dari ekosistem
5	Mack dan Mayer ³³	Ekosistem kewirausahaan terdiri dari komponen yang berinteraksi, yang mendorong pembentukan perusahaan baru dan kegiatan kewirausahaan regional terkait.	Fokus terutama pada usaha baru dan aspek regional

³⁰ Z J Acs, L Szerb, dan E Autio, "National Systems of Entrepreneurship," dalam *Global Entrepreneurship and Development Index 2014*, oleh Zoltan J. Acs, László Szerb, dan Erko Autio, SpringerBriefs in Economics (Cham: Springer International Publishing, 2015), 13–26, https://doi.org/10.1007/978-3-319-14932-5_2.

³¹ Colin Mason dan Ross Brown, "Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship," *Final report to OECD, Paris* 30, no. 1 (2014): 77–102.

³² Erik Stam, "Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique," *European Planning Studies* 23, no. 9 (2 September 2015): 1759–69, <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>.

³³ Elizabeth Mack dan Heike Mayer, "The Evolutionary Dynamics of Entrepreneurial Ecosystems," *Urban Studies* 53, no. 10 (Agustus 2016): 2118–33, <https://doi.org/10.1177/0042098015586547>.

6	Audretsch dan belitski ³⁴	Ekosistem kewirausahaan didefinisikan sebagai faktor kelembagaan dan organisasi serta sistemik lainnya yang berinteraksi dan memengaruhi identifikasi dan komersialisasi peluang kewirausahaan.	Menekankan konteks tingkat sistem
7	Bruns dkk ³⁵	Ekosistem kewirausahaan mewakili serangkaian faktor interaksi multidimensi yang memoderasi pengaruh aktivitas kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi.	Menyoroti peran faktor yang berinteraksi dalam kegiatan kewirausahaan
8	Spigel ³⁶	Ekosistem kewirausahaan adalah kombinasi elemen sosial, politik, ekonomi, dan budaya dalam suatu wilayah yang mendukung pengembangan dan pertumbuhan startup inovatif dan mendorong pengusaha baru dan aktor lain untuk mengambil risiko memulai, mendanai, dan membantu usaha berisiko tinggi.	Menekankan tata kelola dan kendala spasial ekosistem, dengan fokus pada startup dan usaha berisiko tinggi
9	Spigel ³⁷	Ekosistem kewirausahaan didefinisikan sebagai kumpulan aktor regional (seperti pengusaha, penasihat, mentor, dan pekerja) dan faktor (pandangan budaya, kebijakan, sistem R&D, dan jaringan) yang semuanya berkontribusi pada penciptaan dan kelangsungan hidup usaha dengan pertumbuhan tinggi.	Definisi tersebut melibatkan aspek regional dan berfokus pada usaha dengan pertumbuhan tinggi

³⁴ David B. Audretsch dan Maksim Belitski, "Entrepreneurial Ecosystems in Cities: Establishing the Framework Conditions," *The Journal of Technology Transfer* 42, no. 5 (Oktober 2017): 1030–51, <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>.

³⁵ K. Bruns dkk., "Searching for the Existence of Entrepreneurial Ecosystems: A Regional Cross-Section Growth Regression Approach," *Small Business Economics* 49, no. 1 (Juni 2017): 31–54, <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9866-6>.

³⁶ Ben Spigel, "The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems," *Entrepreneurship Theory and Practice* 41, no. 1 (Januari 2017): 49–72, <https://doi.org/10.1111/etap.12167>.

³⁷ Ben Spigel, Fumi Kitagawa, dan Colin Mason, "A Manifesto for Researching Entrepreneurial Ecosystems," *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit* 35, no. 5 (Agustus 2020): 482–95, <https://doi.org/10.1177/0269094220959052>.

10	Van Rijnsoever ³⁸	Ekosistem kewirausahaan dipandang sebagai seperangkat aktor yang berinteraksi dan bertukar sumber daya dalam jaringan di bawah rezim kelembagaan dan infrastruktur.	Menyiratkan rezim dan infrastruktur kelembagaan tertentu
----	------------------------------	---	--

Dari beberapa makna di atas dapat disimpulkan bahwa ekosistem kewirausahaan merupakan jaringan multidimensi yang kompleks, terdiri dari interaksi dinamis antara aktor individu (pengusaha, mentor, pekerja), faktor kelembagaan (kebijakan, infrastruktur, sistem R&D), dan elemen kontekstual (budaya, ekonomi, politik, pasar modal). Komponen-komponen ini saling terkait secara formal maupun informal untuk menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi, alokasi sumber daya, serta pengambilan risiko dalam membangun dan mengembangkan usaha baru. Kunci utamanya meliputi:

- a. Interaksi dinamis yaitu kolaborasi antara sikap, kemampuan, dan aspirasi kewirausahaan individu dengan institusi (seperti pasar modal, kebijakan pemerintah) yang memperkuat produktivitas dan pertumbuhan usaha.
- b. Dukungan multidimensi yaitu kombinasi faktor sosial, budaya, ekonomi, dan politik yang memoderasi dampak aktivitas kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi, termasuk dukungan untuk startup inovatif dan mitigasi risiko.
- c. Jaringan dan kelembagaan yaitu aktor regional (pengusaha, penasihat) dan faktor (jaringan, budaya terbuka) bekerja dalam kerangka kelembagaan untuk memediasi pertukaran sumber daya, pengetahuan, dan dukungan operasional.
- d. Kemandirian dan ketergantungan, meski terdiri dari aktor dan faktor independen, seluruh elemen saling memengaruhi dalam membentuk kelangsungan hidup usaha berkinerja tinggi.

³⁸ Frank J. Van Rijnsoever, "Meeting, mating, and intermediating: How incubators can overcome weak network problems in entrepreneurial ecosystems," *Research policy* 49, no. 1 (2020): 103884.

Ekosistem ini tidak hanya mendorong terciptanya usaha baru, tetapi juga memperkuat daya saing regional melalui sinergi antara inovasi, kelembagaan yang responsif, dan budaya yang menghargai risiko serta kolaborasi.

Ekosistem kewirausahaan menjadi salah satu topik paling populer yang dibahas dalam literatur bisnis internasional. Hal ini disebabkan oleh cara mereka menggabungkan pertimbangan budaya, ekonomi, sosial, dan politik dalam pandangan evolusioner tentang bagaimana entitas berinteraksi dalam masyarakat. Ekosistem menjadi satu hal penting yang dipertimbangkan dalam membuat sebuah inovasi. Suatu lembaga bisa memanfaatkan hubungan ekosistem untuk penciptaan nilai yang lebih tinggi dengan mengeksploitasi sinergi dan efek jaringan yang timbul dari saling melengkapi antar aktor.³⁹

Konsep peningkatan interaksi atau hubungan dalam suatu ekosistem bisnis, ekonomi dalam Islam dibahas dengan konsep konstruksi *ta'awun* dalam *syirkah*. Prinsip saling membantu menjadi fondasi dalam kerjasama dan kemitraan. Sebagaimana dijelaskan dalam potongan QS Al Maidah ayat 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) Kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.⁴⁰

Ta'awun yang bermakna tolong menolong diartikan sebagai perilaku altruistik, yaitu suatu perilaku dengan motivasi menolong yang memiliki tujuan semata mata untuk kebaikan dan meningkatkan kesejahteraan. Ada empat komponen dalam *ta'awun* yaitu saling membantu dan mendukung, terdapat keadilan, kerjasama dalam kerangka untung dan rugi, dan tanggung jawab bersama.⁴¹

³⁹ Madis Talmar dkk., “Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems: The Ecosystem Pie Model,” *Long Range Planning* 53, no. 4 (2020): 101850.

⁴⁰ “Qur’an Kemenag,” t.t., <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/5?from=2&to=2>.

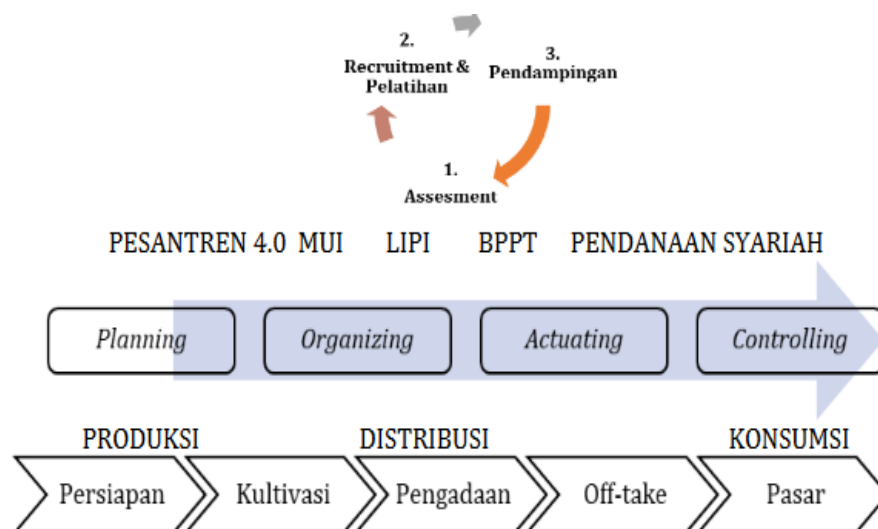
⁴¹ Fatkur Huda, “Implementasi Syirkah Dalam Bisnis Islam; Konstruksi Nilai Ta'awun,” *Dinamika Ke-Ilmuan Islam Di Masa Pandemi*, 2022, https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=yrJmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA161&dq=konstruksi+ta%27awun+dalam+syirkah&ots=6mo2yz6eKy&sig=XGwtVgmkm_kx7dojVThkWhbJUY.

Aktor yang terlibat dalam ekosistem berbeda antara satu lembaga dengan lembaga lain. Demikian juga ekosistem kewirausahaan yang ada di pesantren, konsep dan desainnya memiliki distingsi dan ciri khas. Pesantren terbukti mampu bertahan dan membentengi diri dari masalah apapun yang dihadapi. Pada perkembangannya pesantren dijadikan sebagai *role model* ekosistem *halal value chain*. Pesantren harus mampu beradaptasi, menjadi pesantren 4.0, dan mewujudkan *madani society 5.0* dengan keterlibatan aktif tidak hanya sebagai obyek dalam suatu program. Semua instrumen turun serta aktif dan dioptimalkan dalam setiap program, mulai dari santri, dukungan masyarakat sekitar, sistem terintegrasi (modal dan pasar), ketersediaan lahan dan pemenuhan segala kebutuhan. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka acuan dan kerangka kerja yang tepat.⁴²

Satu hal yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap jaminan produk halal, adalah peran aktif pesantren dalam manajemen dan bisnis. Dampak sosial dan ekonomi dapat dirasakan oleh masyarakat pesantren dan sekitar lingkungan pesantren, contohnya dari peningkatan kesejahteraannya. lingkungan sekitarnya. Adapun konsep pesantren dan platform *halal value chain* tergambar di bawah ini.⁴³

⁴² Suwanto Suwanto dan Indra Gunawan, "Ekosistem Pesantren Dalam Mewujudkan Manajemen Halal Supply Chain Menuju Madani Society 5.0," *Mabny: Journal of Sharia Management and Business* 1, no. 02 (2021): 116–28.

⁴³ Suwanto dan Gunawan.



Gambar 2: Pesantren Halal Value Chain

Dalam pelaksanaannya dibutuhkan pemenuhan prasyarat mulai dari ketersediaan dana untuk melakukan *assesment*, *recruitment* dan pelatihan, dan pendampingan. Keterlibatan berbagai pihak mulai dari pesantren, MUI, BPPT, Lembaga Keuangan Syariah dan juga koperasi. Semua pihak bersinergi dalam memaksimalkan proses produksi, distribusi dan konsumsi. Dengan adanya sinergi yang baik dan terus terjaga akan memperkuat kontribusi pesantren dalam pengembangan ekosistem rantai nilai halal.⁴⁴

Peran dan dukungan pemerintah dibutuhkan dalam membangun ekosistem pesantren. Beberapa bentuk dukungan pemerintah adalah memfasilitasi program pelatihan bagi peningkatan kualitas sumber daya manusia; mempromosikan layanan yang berkaitan dengan unit bisnis pesantren; pengembangan infrastruktur logistic untuk mempercepat pertumbuhan unit usaha pesantren; dan membuat putusan aturan atau kebijakan dalam pengembangan ekonomi pesantren. Karena pada dasarnya program pemberdayaan ekonomi atau UMKM pesantren adalah

⁴⁴ Angga Syahputra dkk., "Pendekatan Ekonomi Syariah Bagi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren," *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2022): 118–32.

upaya kerjasama pemerintah, baik pemerintah daerah, pusat dan kementerian dalam bentuk apapun.⁴⁵

3. *Islamic Entrepreneurship* (Kewirausahaan Dalam Islam)

Islam tidak secara eksplisit menjelaskan tentang kewirausahaan, tetapi Islam menjelaskan dengan istilah kerja keras (*al-kasbu*) dan kemandirian (*biyadihi*). Kewirausahaan Islam berfokus pada dasar prinsip, di mana kewirausahaan merupakan bagian integral dari agama Islam dan pengusaha muslim adalah khalifah Allah di bumi, di mana kegiatan bisnis merupakan bentuk ibadah. Pengusaha Muslim melakukan kegiatan usaha tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk memenuhi kewajiban dalam kerangka *farḍ al-kifāyah*.⁴⁶

Penjelasan tentang kewirausahaan atau kegiatan bisnis menurut pandangan Hernandez⁴⁷ yang ditulis oleh Jaelani⁴⁸ dalam tulisannya, menjelaskan bahwa kegiatan bisnis dilaksanakan bersamaan dengan kewajiban sosial (*farḍ al-kifāyah*) dan memiliki sifat insidental dalam memenuhi (*farḍ al-kifāyah*).

Pada pembahasan tentang Islam dan kewirausahaan, Lucky menjelaskan Islam mendorong dan memotivasi aktivitas wirausaha sebagai satu sumber pendapatan. Rasulullah dan keluarganya sebagai wirausahawan sukses menjadi satu bentuk mempromosikan aktivitas kewirausahaan sebagai bagian kegiatan

⁴⁵ Rizki Yuliana dan Azhari Akmal Tarigan, “Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Se-Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren:(Studi Kasus Kemenag Sumatera Utara),” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 242–50.

⁴⁶ Hadeel Marwan Tawfiq Al-Omari, “Effects of Islamic Entrepreneurship Mind Programming on Entrepreneurial Performance in Jordan” (Master’s Thesis, Princess Sumaya University for Technology (Jordan), 2018), <https://search.proquest.com/openview/6a1495f39b2ebe0e569a8ad6ab736c6d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>.

⁴⁷ José G. Vargas-Hernández, Mohammad Reza Noruzi, dan Narges Sariolghalam, “An exploration of the affects of Islamic culture on entrepreneurial behaviors in Muslim countries,” *Asian social science* 6, no. 5 (2010): 120.

⁴⁸ Aan Jaelani, “Maqashid syariah dan pengembangan kewirausahaan berkelanjutan di Indonesia,” 2019, https://repository.syekhnurjati.ac.id/3895/1/Cek_Similarity_4%20MAQASHID%20SYARIAH_mustashfa_2019_compressed.pdf.

keagamaan. Konsep ini akan mendorong umat Islam tidak hanya berwirausaha, tetapi juga memotivasi untuk menjadi sukses dengan imbalan di dunia dan akhirat.⁴⁹

Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhori dalam kitab Shahih Bukhori, yang berbunyi:⁵⁰

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ : حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عَبْدِ الرَّحْمَنِ أَبُو الْمُنْدِرِ الطُّفَاوِيُّ، عَنْ سُلَيْمَانَ الْأَعْمَشِ قَالَ: حَدَّثَنِي مُجَاهِدٌ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ: «أَخَذَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ مِنِّي، فَقَالَ: كُنْ فِي الدُّنْيَا كَأَنَّكَ غَرِيبٌ أَوْ عَابِرُ سَبِيلٍ «وَكَانَ ابْنُ عُمَرَ يَقُولُ إِذَا أَمْسَيْتَ فَلَا تَنْتَظِرِ الصَّبَاحَ، وَإِذَا أَصْبَحْتَ فَلَا تَنْتَظِرِ الْمَسَاءَ، وَخُذْ مِنْ صِحَّتِكَ لِمَرَضِكَ، وَمِنْ حَيَاتِكَ لِمَوْتِكَ».

Artinya: “Ali bin Abdullah meriwayatkan kepada kami: Muhammad bin abd al-Rahman Abu al-Mundhir al-Tifawi meriwayatkan kepada kami, dari Sulaiman al-A’ mash, berkata: Mujahid meriwayatkan kepadaku, dari Abdullah bin Umar berkata: “Rasulullah, semoga Allah memberkatinya dan memberinya kedamaian, memegang pundakku dan berkata: jadilah di dunia ini seolah olah kamu adalah orang asing atau seorang musafir yang lewat. Ibnu Umar biasa berkata: Ketika kamu mencapai sore, jangan menunggu pagi, dan ketika kamu mencapai pagi jangan menunggu sore, manfaatkanlah waktu sehatmu untuk sakitmu, dan waktu kehidupanmu untuk kematianmu”.

Dijelaskan bahwa orang yang terbaik adalah yang memikirkan dunia dan akhirat secara bersamaan. Karena dunia adalah sarana untuk mendapatkan (jalan) akhirat. Setiap orang dilarang menjadi beban untuk orang lain, salah satunya dalam bidang ekonomi. Makan hasil usahanya sendiri lebih baik, dan disebutkan oleh nabi dalam hadis riwayat Bukhori bahwa Nabi Daud makan hasil usahanya sendiri. Adapun hadis yang menjelaskan tentang itu adalah sebagai berikut:⁵¹

⁴⁹ Esuh Ossai Igwe Lucky, “Nurturing entrepreneurship development in the 21st century: the practical approaches,” *International Journal of Humanities and Social Science* 1, no. 9 (2011): 219–27.

⁵⁰ Abu Abdillah Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Juz 8. (Beirut: Dar at Thouq an Najat, 1422).

⁵¹ Abu Abdillah Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari. Juz 3

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مُوسَى: أَخْبَرَنَا عَيْسَى، عَنْ ثَوْرٍ، عَنْ خَالِدِ بْنِ مَعْدَانَ، عَنِ الْمِقْدَامِ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ قَالَ: «مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ، خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ».

Artinya: “ Ibrahim bin Musa meriwayatkan kepada kami: Isa telah mengabarkan kepada kami dari Tsur dari Khalid bin Ma’dan, dari Miqdan, dari Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam, bersabda: tidaklan seorangpun memakan makanan yang lebih baik dari hasil jerih payah tangannya sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Daud AS pun memakan hasil jerih payah tangannya sendiri”.

Dari kedua hadis tersebut dapat disimpulkan bahwa” kewirausahaan adalah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam membangun kemandirian ekonomi.⁵²

Islam memiliki tiga pilar utama: tauhid, hukum (syariah) dan etika (akhlak). Islam mengintegrasikan praktik bisnis dengan ibadah seseorang atau individu.⁵³ Kewirausahaan perspektif Islam (EIP) lebih dari sekadar penjumlahan dua konsep (Islam dan kewirausahaan), hal ini didasarkan pada tiga pilar yang terjalin yaitu; kewirausahaan, sosial-ekonomi atau etika dan agama-spiritual. Ketiga pilar ini saling terkait dalam *Entrepreneurial Islamic Perspective* (EIP).⁵⁴

Kewirausahaan Islam menyeimbangkan antara tujuan materialisasi dan tujuan spiritual umat Islam. Pilar sosial-ekonomi didasarkan pada spiritualitas Islam dan muncul melalui perilaku kewirausahaan, yang pada akhirnya bertujuan untuk mendapat keridloan Allah. Dengan demikian, pilar Islam dan pilar kewirausahaan dari perspektif Islam (*Entrepreneurial Islamic Perspective/ EIP*) adalah representasi dari tiga pilar utama yaitu Tauhid, Akhlak dan Syariah. Di bawah ini akan dijelaskan keterkaitan pilar Islam dan kewirausahaan dalam perspektif Islam dalam bentuk tabel:⁵⁵

⁵² Rycho Nur Nirbita Sias, “Kewirausahaan Perspektif Hadis: Studi Takhrij dan Syarah,” dalam *Gunung Djati Conference Series*, vol. 9, 2022, 34–46, <http://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/676>.

⁵³ Ahmad Rafiki dan Kalsom Abdul Wahab, “Islamic values and principles in the organization: A review of literature,” *Asian Social Science* 10, no. 9 (2014): 1.

⁵⁴ Ali Aslan Gümüşay, “Entrepreneurship from an Islamic Perspective,” *Journal of Business Ethics* 130, no. 1 (Agustus 2015): 199–208, <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>.

⁵⁵ Al-Omari, “Effects of Islamic Entrepreneurship Mind Programming on Entrepreneurial Performance in Jordan.”

Tabel 6: Relasi Antara Pilar Islam dan Pilar Kewirausahaan Islam

Pilar Islam	Pilar EIP	Korespondensi
Tauhid	<i>Religious-spiritual</i>	Keyakinan dasar umat Islam tentang keesaan Allah adalah hubungan antara Muslim dan Tuhan dengan tujuan akhir untuk mendapat Ridlo Allah
Akhlak	Sosial ekonomi atau etika	(EIP/ kewirausahaan perspektif Islam) dipandu oleh seperangkat norma, nilai, dan rekomendasi Islam " <i>Al-Akhlaq Al-Karimah</i> ", yang mempertimbangkan aspek ekonomi dan sosial.
Syariah	Kewirausahaan	Menerapkan kewirausahaan (praktik kewirausahaan) yang diatur oleh peraturan perundang-undangan dan ketentuan Syariat Islam (Halal, Haram, wajib, sunnah, makruh, dll).

Pengembangan kewirausahaan Islam perlu memperhatikan kekuatan jaringan dan budaya lokal sebagai satu dasar kondisi sosial ekonomi dan pembentuk etika bisnis dalam konteks Islam. Program pendidikan preneurial dan pengusaha harus terlebih dahulu menyadari peran kuat jaringan lokal dan tertanam dalam transaksi ekonomi. Di dunia yang semakin global, pendidik dan manajer sama-sama harus memulai upaya mereka dengan berfokus pada pentingnya konteks lokal dalam menumbuhkan kewirausahaan. Alih-alih mencari sumber daya dan jaringan yang jauh dan luas, pengusaha harus terlebih dahulu melihat komunitas dan pemimpin bisnis lokal mereka. Penting juga untuk mengingatkan pengusaha bahwa seseorang tidak harus menjadi "teman terbaik" dengan semua orang yang berpotensi menjadi bagian dari jaringan lokal mereka, seringkali ikatan yang lemah justru lebih mengikat.⁵⁶

Kewirausahaan dalam kerangka Islam yang dikenalkan oleh pakar ekonomi di antaranya adalah *entrepreneurial religion*, *muslimpreneurship*, *halalpreneurship*, dan *pesantrenpreneur*. Secara lebih spesifik beberapa konsep kewirausahaan Islam akan dijelaskan di bawah ini:

⁵⁶ M. Evren Tok dan Joseph Jon Kaminski, "Islam, Entrepreneurship, and Embeddedness," *Thunderbird International Business Review* 61, no. 5 (September 2019): 697–705, <https://doi.org/10.1002/tie.21970>.

a. *Entrepreneurial Religion*

Kayed dan Hassan mengekspos bahwa Islam dianggap sebagai "agama kewirausahaan", mengingat Islam mendorong pengajaran tentang penciptaan nilai, pengejaran kesempatan, dan pengambilan risiko.⁵⁷ Kewirausahaan dianggap sebagai bagian dari agama secara integral. Keterlibatan kewirausahaan adalah *farḍ al-kifayah* yaitu perlu dilakukan oleh beberapa anggota masyarakat. Kewirausahaan sebenarnya adalah bagian dari budaya Islam, Nabi Muhammad (saw) dan para sahabatnya. Banyak diantara sahabat Nabi, umat Islam, bahkan istri Rasulullah (Siti Khodijah) yang merupakan pengusaha sukses. Islam selalu memotivasi kaum muslimin untuk menjadi inovatif, berwirausaha dan aktif. Namun seiring berjalannya waktu umat Islam telah kehilangan kepercayaan dirinya.⁵⁸

b. *Muslimpreneurship*

Pengembangan muslimpreneurship menggunakan *framework* MCDF (Muslimpreneurship Competence Development Framework). Dengan empat kata kunci yang digunakan dalam *framework* ini, yaitu: konformitas, akuntabilitas, keberlanjutan, dan transferabilitas.⁵⁹



Gambar 2.2: Ilustrasi Framework MCDF

⁵⁷ Rasem N. Kayed dan M. Kabir Hassan, "Islamic Entrepreneurship: A Case Study Of Saudi Arabia," *Journal of Developmental Entrepreneurship* 15, no. 04 (Desember 2010): 379–413, <https://doi.org/10.1142/S1084946710001634>.

⁵⁸ Vargas-Hernández, Noruzi, dan Sariolghalam, "An exploration of the affects of Islamic culture on entrepreneurial behaviors in Muslim countries."

⁵⁹ Rinto Muhammadyah Azhar, "The Application of Islamic Principles on Entrepreneurship Competence Development Framework," *Australian Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2024): 55–85.

1) *Conformity* (prinsip kesesuaian)

Prinsip kesesuaian berdasar pada Al-Qur'an dan sunnah yang menjadi sumber utama penetapan kode etik dan etika seorang muslim dalam berwirausaha (muslimpreneur). Prinsip ini dibangun atas keimanan bahwa Allah adalah sang pencipta *al Kholiq (the creator)*, yang menciptakan manusia. Beberapa etika dalam berwirausaha adalah sumber pendapatan harus halal (dilarang mencuri, menyuap, menipu, dan merampok); dilandasi dengan moral; etika penggunaan harta (membayar zakat, mempedulikan orang lain, dan membelanjakan apa yang dibutuhkan bukan diinginkan).⁶⁰

2) *Accountability* (prinsip pertanggungjawaban)

Manusia diciptakan oleh Allah yang maha *Qadir (the omnipotent)* sebagai khalifah di bumi yang diberi kebebasan dan tanggungjawab. Prinsip pertanggungjawaban menyimpulkan bahwa manusia terus diawasi (*muraqabah*) dan diperhitungkan (*muḥasabah*) pada hari perhitungan (*yaumul ḥisab wa al ngiqab*).⁶¹

3) *Sustainability* (prinsip keberlanjutan)

Prinsip ini berasal dari keyakinan bahwa Allah memiliki sifat *Al Malik (the owner)*, sebagai pemilik utama seluruh sumber daya. Sumber daya berwujud (SDA) dan tidak berwujud (ilmu pengetahuan dan kemampuan). Sumber daya yang ada tidak didistribusikan secara merata, tetapi lebih pada tingkatan proporsional dan adil. Beberapa orang dipercaya dengan lebih banyak sumber daya dari yang lain, karena dirasa mampu sebagai khalifah dan wakil Tuhan. Hal ini untuk memastikan keberlanjutan penggunaan dan distribusi sumber daya. Kewirausahaan Islam dalam konsep Gumusay memiliki 3 pilar yang saling berkaitan yaitu: kewirausahaan, sosio ekonomi/ etika, dan religio spiritual.⁶²

4) *Transferability*

⁶⁰ Salman Ahmed Shaikh, "Determining Conformity to Islamic Ethical Principles in Economic Practices: A Case of Pakistan," *SSRN Electronic Journal*, 2010, <https://doi.org/10.2139/ssrn.1530391>.

⁶¹ Adi Setia, "Al-Ghazali on the proprieties of earning and living: insights and excerpts from his Kitab Adab al-kasb wal-ma'ash for reviving economies for communities," *Islamic Sciences* 11, no. 1 (2013): 19.

⁶² Gümüşay, "Entrepreneurship from an Islamic Perspective."

Prinsip ini berdasar keyakinan bahwa Allah maha mengetahui (*al-'alim/ the omniscient*). Kompetensi dan ilmu pengetahuan didapatkan melalui proses penyampaian dari Tuhan, Nabi Muhammad, dan umat manusia. Penerapan prinsip transferabilitas menjelaskan bahwa kompetensi harus dikembangkan berdasar gagasan al Qur'an tentang sebuah ajaran metode yang membutuhkan pendekatan pengembangan holistik. Pengembangan secara bertahap dengan semangat pembinaan dan kepedulian hingga aktualisasi potensi lengkap maka kompetensi tercapai.⁶³

c. *Halalpreneurship*

Halalpreneurship mengacu pada kewirausahaan halal yang dilakukan dalam kerangka ekonomi Islam. Individu dalam *Halalpreneurship* disebut *halalpreneurs*. Baik *halalpreneur* maupun pengusaha menyiratkan individu bisnis yang menawarkan produk dan layanan inovatif kepada konsumen, mengambil risiko, mencari peluang dengan penggunaan aset secara kreatif dengan cara yang membuat dampak signifikan pada pasar. Konsep *halalpreneurship* dalam aspek-aspek tertentu terdiri dari implikasi nilai-nilai dan pedoman etis Islam dalam semua jenis kegiatan. *Halalpreneurship* didasarkan pada *Maqāṣid al-Syari'ah* (lima tujuan hukum Islam) meliputi: menjaga agama (حفظ الدين), menjaga jiwa (حفظ النفس), menjaga akal (حفظ العقل), menjaga keturunan (حفظ النسل), dan menjaga harta (حفظ المال).⁶⁴

Setiap individu muslim melakukan bisnis di industri halal global dengan tujuan memproduksi produk dan jasa halal, serta mempertahankan perilaku bisnisnya dengan cara yang sesuai dengan syariah. Non-muslim juga diperbolehkan menjadi *Halalpreneur* berdasarkan kemaslahatan untuk kepentingan umum dan

⁶³ Imran H. Khan Suddahazai dan Sheikh Faizal Ahmad Manjoo, "Developing Pedagogical Methodologies in Teaching Islamic Economics," dalam *Teaching and Research Methods for Islamic Economics and Finance* (Routledge, 2022), 112–36, <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003252764-11/developing-pedagogical-methodologies-teaching-islamic-economics-imran-khan-suddahazai-sheikh-faizal-ahmad-manjoo>.

⁶⁴ Moha Asri Abdullah dan Md Siddique E. Azam, "Halal entrepreneurship: Concept and business opportunities," dalam *Entrepreneurship* (IntechOpen, 2020), https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=0pUtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA113&dq=Halal+Entrepreneurship:+Concept+and+Business+Opportunities&ots=0wu1i55_nL&sig=lkQ4va8j_UFrioIy1a8165mc6m8.

umat manusia. Sejumlah poin utama yang membedakan *halalpreneurship* dengan kewirausahaan pada umumnya adalah:

- 1) Poin konsep: apa yang akan diproduksi, bagaimana memproduksi, untuk siapa barang yang akan diproduksi, ruang lingkup pengetahuan, faktor motivasi, dan pemangku kepentingan.
- 2) Karakteristik dari Halalpreneur antara lain takut kepada Allah, memiliki sifat mengutamakan ibadah dan berdoa, jujur, dermawan, dan memiliki pengetahuan tentang hukum Islam.

Halalpreneur adalah sumber kreativitas dan inovasi yang mendalilkan ekonomi Islam dalam banyak hal, dan didorong menuju Al-Falah (kesuksesan di dunia dan akhirat) dengan motivasi *hablum minallah* dan *hablum minannas*. Secara bersamaan, mereka memanfaatkan peluang dan melakukan kegiatan bisnis berpedoman pada Al-Qur'an, dan hadits Nabi Saw. Yang terpenting, mereka percaya bahwa peluang diciptakan oleh Allah Swt.⁶⁵

Ada empat prinsip dasar dalam pengembangan peluang usaha yaitu:⁶⁶

- 1) Integritas yaitu kejujuran yang menjadi kunci dari sifat positif lainnya. Nabi Muhammad menyandang gelar Al-Amin (orang yang dapat dipercaya) karena kejujuran yang dimiliki selama melakukan perniagaan.
- 2) Loyalitas berkaitan dengan komitmen jangka Panjang dan kesetiaan. Loyalitas ditunjukkan oleh Nabi Muhammad kepada pamannya Abu thalib ketika mendapat penawaran dari Khadijah R.A.
- 3) Profesionalitas merupakan kemampuan seseorang menjalankan profesi tertentu dengan kualitas terbaik sesuai standar. Profesionalitas Nabi Muhammad berkembang setelah bekerjasama dengan Khadijah sebagai mitra bisnis.
- 4) Spritualitas, yaitu prinsip dasar wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya berbasis nilai keagamaan. Prinsip ini tumbuh dengan kuat

⁶⁵ Fizza Ishaq dan Ansar Abbass, "Characteristics of Islamic Entrepreneurship: Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Pakistan.," *Business & Social Sciences Journal* 5, no. 2 (2020).

⁶⁶ Edi Safri dkk., "Kewirausahaan Dalam Perspektif Hadits," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 10090–100.

ketika Nabi Muhammad menikah dengan Khadijah. Beliau sering bermuhasabah, berkontemplasi, dan merenung di gua Hira. Dari proses perjalanan hidup Nabi Muhammad khususnya pengelolaan bisnis yang penuh dengan nilai spiritual, kemudian lahirlah konsep spiritual marketing.

d. *Pesantrenpreneur*

Pesantrenpreneur adalah kewirausahaan Islam melalui pendekatan komunitas, salah satunya adalah pesantren. Di kalangan pesantren perkembangan ekonomi, diawali dengan lahirnya Nahdlatut Tujjar tahun 1918. Dilatarbelakangi harapan Kiai Hasyim Asy'ari agar santri, kaum bumi putra, orang yang mencari ilmu, dan *asatidz* dapat berkembang dan memiliki kemanfaatan lebih banyak. Badan usaha yang didirikan pertama kali adalah badan usaha yang bergerak di bidang pertanian. Dalam Nahdlatut Tujjar ada beberapa nilai yang diajarkan oleh Kiai Hasyim yaitu:⁶⁷

- 1) Pesantren harus keluar dari perilaku dan sikap *tajarrud*, yaitu sikap mengisolir diri dari mencari nafkah. Padahal ada kemungkinan mereka belum mampu, sehingga mendorong untuk berperilaku merendahkan diri, meminta bantuan orang yang memiliki harta dan kekuasaan.
- 2) Pesantren harus meningkatkan kepedulian kepada masyarakat tidak hanya berkaitan dengan hal ibadah tetapi juga ekonomi dan segala bidang dalam kehidupan.
- 3) Perlu memahami berbagai cabang ilmu, pembiasaan musyawarah dalam menyelesaikan masalah, dan membentuk atau masuk dalam ikatan/ *jam'iyah* (organisasi).

Pilar pengembangan kewirausahaan di pesantren yaitu *pesantrenpreneur*, dan *social entrepreneurship*. *Pesantrenpreneur* memiliki arti bahwa pesantren memiliki peran yang lebih dalam bidang ekonomi. Sebagai lembaga pendidikan yang memberi materi kepada santri tidak hanya ilmu agama tetapi juga ilmu ekonomi

⁶⁷ Jarkom Fatwa, *Sekilas Nahdlatut Tujjar*, 1 ed. (Surabaya: LKiS Pelangi Aksara, 2004).

khususnya kewirausahaan berdasar pada nilai Islam. Santri dimotivasi untuk lebih berinovasi dalam berwirausaha. Ada tiga pondasi paling mendasar dalam pengembangan jiwa kewirausahaan yaitu: tauhid, bekal ilmu pengetahuan, dan akhlak. Sedangkan konsep *social entrepreneurship* merupakan upaya menciptakan nilai sosial melalui pembentukan tim yang dapat membuat inovasi sosial dalam suatu kegiatan ekonomi. Pencapaiannya adalah perubahan sosial, kesejahteraan, pendidikan dan kesehatan.⁶⁸

Dalam konteks kewirausahaan Islam, kepribadian *muslimpreneur* harus memiliki beberapa sifat yang menjadi karakteristiknya dalam menjalankan strategi bisnis yaitu: (1) *Ṣiddiq* berarti jujur atau benar, dalam menjalankan usahanya, (2) *Amanah* berarti dapat dipercaya. Seorang pengusaha muslim akan memiliki kualitas dasar yang mendorongnya untuk menjadi orang yang kreatif dan dapat diandalkan dalam menjalankan bisnisnya. (3) *Faṭānah* berarti kompeten atau cerdas. (4) *Tablig* dapat ditafsirkan dengan menyampaikan. Dalam konteks bisnis, memahami *tabligh* dapat mencakup argumentasi dan komunikasi. Dengan sifat *tabligh*, seorang pengusaha diharapkan mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (transparansi dan keadilan). Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.⁶⁹

Dalam mengukur keberhasilan kewirausahaan perspektif Islam ada beberapa instrumen yang dikembangkan berdasarkan hasil eksplorasi ayat-ayat dalam Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad. Bisnis berdasar pada prinsip kewirausahaan islam dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: kejujuran, kemauan bekerja keras, menepati janji, tertib dalam administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan bersedekah, dan memiliki semangat kepemimpinan. Adapun kesuksesan suatu

⁶⁸ Muhammad Al Mustafa, *Santripreneur: Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Life Skill Di Pondok Pesantren*, 1 ed. (Tasikmalaya: Rumah Cemerlang, 2023).

⁶⁹ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Virginia USA: The International Institute Of Islamic Thought, 1997), <https://books.google.co.id/books?id=kiVcCgAAQBAJ&lpg=PP2&hl=id&pg=PA2#v=onepage&q&f=false>.

bisnis ditunjukkan dengan peningkatan beberapa indikator yaitu: pendapatan, volume penjualan, hasil produksi (*output*), dan tenaga kerja.⁷⁰

4. Faktor dan Elemen dalam Ekosistem

Ada beberapa faktor pembentuk dan penentu keberhasilan sebuah ekosistem, yaitu: strategi, etika politik dan kekuasaan, branding, kebijakan ekonomi, gender, usia, dukungan pemerintah. Dukungan pemerintah dapat dilakukan dalam bentuk penyediaan pendidikan, pelatihan, akses permodalan, dan kebijakan salah satunya dalam bentuk aturan. Selain beberapa faktor tersebut, sikap sosiodemografis dan sosial perlu ada perubahan untuk mendorong agar kewirausahaan lebih inklusif.

Dalam tulisan Ratten bahwa untuk menjadikan ekosistem dapat mengikuti perubahan zaman maka ekosistem tersebut harus didukung oleh adanya inovasi teknologi dan memiliki tanggungjawab sosial. Inovasi teknologi terbukti mampu menggerakkan perubahan dan secara substansial berdampak pada kewirausahaan. Teknologi dipandang dari sudut positif dan negatif dalam mempengaruhi sebuah bisnis. Dari sudut pandang positif, teknologi membantu meningkatkan kemampuan komunikasi dan hubungan dengan mitra. Keuntungan lainnya adalah mobilitas global dalam jumlah yang cukup besar dan kemudahan untuk akses layanan. Sedangkan untuk efek negatifnya adalah adanya ketergantungan terhadap teknologi dalam komunikasi dan perubahan sistem kerja. Dengan adanya teknologi inovasi platform dapat diciptakan untuk meningkatkan nilai suatu ekosistem.⁷¹

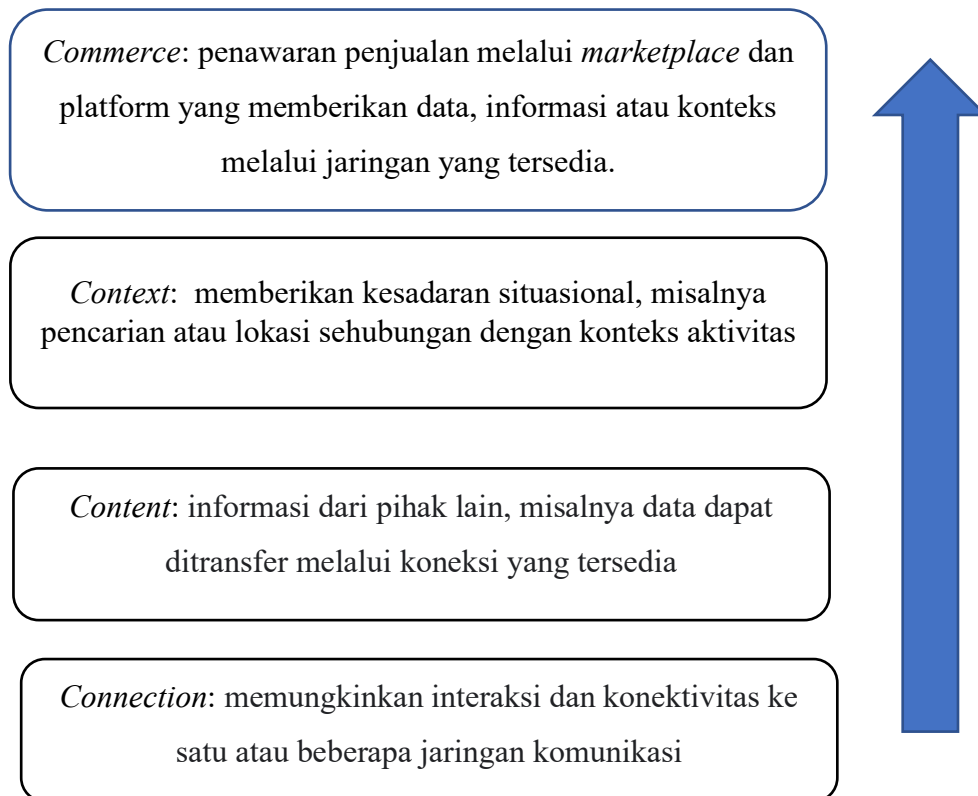
Sedangkan untuk tanggungjawab sosial, peran yang dimiliki dalam ekosistem kewirausahaan lebih pada hubungan aktor dan lingkungan bisnis. Tanggungjawab sosial suatu lembaga menjadi satu faktor penting yang nantinya akan berpengaruh terhadap keberlanjutan suatu usaha. Tanggungjawab moral organisasi atas setiap tindakan yang dilakukan dan keputusan yang diambil.

Dalam pengembangan ekosistem UMKM pesantren ada beberapa konsep yang dapat digunakan yaitu:

⁷⁰ Ishaq dan Abbass, "Characteristics of Islamic Entrepreneurship."

⁷¹ Vanessa Ratten, "Entrepreneurial Ecosystems: Future Research Trends," *Thunderbird International Business Review* 62, no. 5 (September 2020): 623–28, <https://doi.org/10.1002/tie.22163>.

- a. 4 elemen Golzarjannat yaitu: *Commerce*, *Context*, *Content*, dan *Connection*.⁷²



Gambar 4: 4 Elemen Ekosistem

Tabel 7: Empat Elemen Ekosistem

Elemen Ecosystem	Tipologi model bisnis			
	<i>Connection</i>	<i>Content</i>	<i>Context</i>	<i>Commerce</i>
Tujuan-hasil Tujuan dari ekosistem ini adalah untuk mengoptimalkan operasional melalui digitalisasi layanan yang digunakan	<ul style="list-style-type: none"> Menawarkan dan pemanfaatan jaringan konektivitas berkapasitas tinggi yang dapat dipercaya untuk mencapai 	Membuat layanan dan informasi/ data internal/eksternal tersedia untuk berbagai pengguna dan pemangku kepentingan kapanpun dan	Menyediakan struktur dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya di dalam kawasan.	<ul style="list-style-type: none"> Menghasilkan aliran pendapatan tidak langsung atau langsung bagi pemangku kepentingan ekosistem Membuat layanan yang

⁷² Anita Golzarjannat dkk., "A business model approach to port ecosystem," 2021, <https://oulurepo.oulu.fi/handle/10024/33027>.

dalam sebuah ekosistem.	<p>pengoperasian dan komunikasi yang lebih efisien, dan lancar untuk berbagai layanan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jaringan koneksi dengan privasi tinggi antara model fisik & virtual “Digital Twins.” 	di manapun diperlukan.		dapat direplikasi dan diperluas tersedia di dalam dan di luar
<p>Struktur: Infrastruktur atau aset fisik dan digital apa pun dalam ekosistem</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktur komunikasi seluler nirkabel berkualitas tinggi. • Sebuah platform yang menyediakan basis untuk transaksi data yang aman antara pemangku kepentingan dalam ekosistem. • <i>Edge cloud</i> pribadi yang aman dan real-time 	<ul style="list-style-type: none"> • Data <i>real-time</i> yang digunakan, data kontekstual & situasional, data terbuka, data dari lembaga atau komunitas lain. • Analisis video, penentuan posisi, analisis tepi, sistem <i>drone</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Digital twin menghadirkan kesadaran situasional ekosistem • Dukungan untuk operasional sehari-hari dari pemasok data. • Kinerja layanan yang dioptimalkan dengan bantuan bantuan <i>Artificial Intelligence (AI)</i> dan <i>Machine Learning (ML)</i>. 	Sistem bisnis baru terbentuk. Transaksi aman dan rahasia.

<p>Proses: Segala aktivitas dan layanan yang berlangsung berdasarkan struktur lembaga dan untuk mencapai tujuan pemangku kepentingan</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Mempercepat proses komunikasi dan/atau akses informasi dengan data. •Optimalisasi perilaku layanan di ekosistem dengan AI, ML. •Integrasi solusi konektivitas yang ada di sebuah lembaga dan interworking dengan sistem di luar area •Memahami persyaratan untuk proses lembaga. 	<ul style="list-style-type: none"> •Pemrosesan data dan berbagi pengetahuan yang aman dan pribadi. •Menyediakan data. •Menyediakan log dan laporan layanan digital. •Menyediakan arus lalu lintas digital. •Menyediakan data untuk sistem yang ada. 	<ul style="list-style-type: none"> •Menyediakan struktur dan navigasi bagi pengguna. •Memberikan kesadaran situasional untuk layanan lokal. •Meningkatkan penggunaan layanan digital. •Mengidentifikasi dan menerapkan kebutuhan pemangku kepentingan dalam desain proses. •Memvisualisasikan dan memvirtualisasikan proses platform untuk lembaga. •Pemangku kepentingan dan pelanggan. •Kepemilikan data. 	<ul style="list-style-type: none"> •Kepercayaan digital. •Meningkatkan pembagian data bisnis di dalam dan di luar lembaga •Memanfaatkan data terbuka untuk mengembangkan “kesadaran situasional.” •Pengembangan platform komersial. •Optimalisasi beban kerja transaksi bisnis. •Meningkatkan daya tarik pelanggan baru. •Memperluas pasar dengan lembaga dan ekosistem lain. •Menciptakan pandangan holistik mengenai operasional lembaga. •Menjadikan ketersediaan & ketahanan yang tinggi untuk transaksi bisnis.
<p>Kontinjensi: Kebijakan, peraturan, standar, dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Standar komunikasi global. 	<ul style="list-style-type: none"> •Terkait keamanan dengan 	<ul style="list-style-type: none"> •Peraturan khusus lembaga. 	<ul style="list-style-type: none"> •Kesesuaian transaksi bisnis dengan hukum.

budaya mengenai konektivitas, data, dan platform yang mempengaruhi ekosistem.	<ul style="list-style-type: none"> • Peraturan terkait konektivitas. • Netralitas bersih. 	penggunaan data. <ul style="list-style-type: none"> • Regulasi dan standar data serta regulasi privasi, keamanan, dan kerahasiaan • Standar data terbuka. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peraturan terkait dengan penyediaan data dan pembagiannya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengatur interaksi antar pemain. • Regulasi platform bisnis.
---	---	---	--	---

b. Elemen *Entrepreneurial Ecosystem* Erik Stam dan Andrew Van De Ven⁷³

Ekosistem dapat dipertimbangkan sebagai sebuah pendekatan untuk memahami, membuat konsep, dan mewujudkan keberhasilan usaha di tingkat makro dalam sebuah komunitas organisasi masyarakat. Ekosistem terdiri dari semua aktor yang saling bergantung dan faktor yang memungkinkan dapat menghambat suatu usaha di wilayah tertentu. Meskipun semakin populer, konsep ekosistem dalam kewirausahaan tetap dapat didefinisikan dan diukur secara fleksibel. Prevalensi perusahaan dengan pertumbuhan tinggi di suatu wilayah sangat terkait dengan kualitas ekosistem kewirausahaannya. Keterkaitan dan hubungan timbal balik yang kuat di antara elemen-elemen ekosistem menunjukkan keterkaitan dan ketergantungan pada suatu sistem atau kebutuhan. Ekosistem kewirausahaan terdiri dari semua elemen yang dibutuhkan dalam mempertahankan usaha di wilayah tertentu.

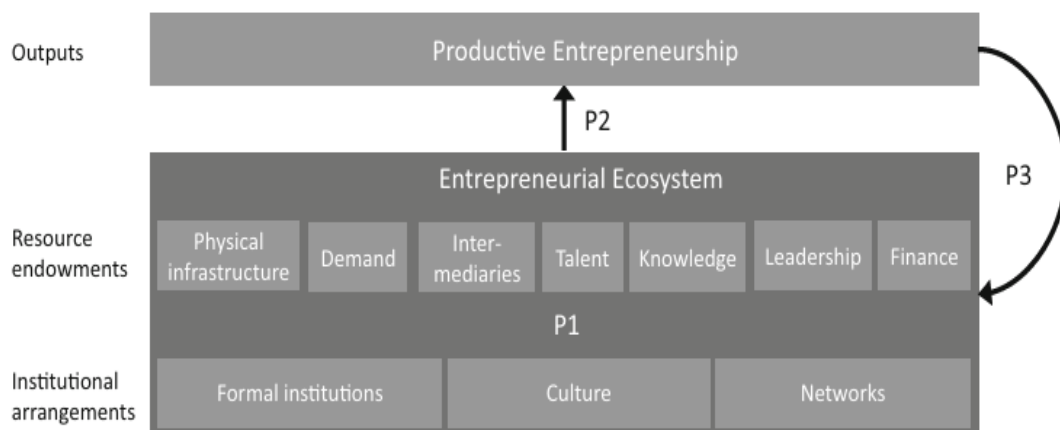
Ada empat komponen dalam sebuah ekosistem (infrastruktur) kewirausahaan dijelaskan pada pembahasan di bawah ini, yaitu:

- a. Penataan kelembagaan, peraturan yang melegitimasi dan menjadi pedoman pelaksanaan.
- b. Ketersediaan SDM yang kompeten, modal usaha, dan semua faktor produksi yang dibutuhkan.

⁷³ Erik Stam dan Andrew Van De Ven, "Entrepreneurial Ecosystem Elements," *Small Business Economics* 56, no. 2 (Februari 2021): 809–32, <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>.

- c. Ketersediaan informasi yang sempurna di pasar terkait produk dan layanan yang diberikan oleh pelaku usaha.
- d. Kegiatan bisnis eksklusif yang disediakan oleh pengusaha swasta melalui fungsi penelitian dan pengembangan, manufaktur, pemasaran, dan distribusi

Secara lebih detail elemen dan output dalam ekosistem tergambar dalam gambar di bawah ini:



Gambar 5: Elemen dan Output Ekosistem

Berdasarkan konsep dan kerangka kerja ekosistem yang telah digambarkan di atas, ada 10 elemen yang dikembangkan. Kesepuluh elemen tersebut mewakili konstruksi tingkat menengah. Di satu sisi, mereka adalah refleksi dari konsep yang lebih abstrak dan mendasar. Di sisi lain, mereka dapat dioperasionalkan menjadi variabel, bentuk yang dapat diukur dari elemen-elemen ini. Sekarang kita beralih ke definisi dan ukuran operasional variabel untuk elemen-elemen ekosistem kewirausahaan. 10 elemen tersebut yaitu:

1) Lembaga formal

Institusi formal mencerminkan aturan main dalam masyarakat. Untuk kewirausahaan, kualitas dan efisiensi lembaga formal yang meliputi tingkat persepsi dan kerangka peraturan umum dalam negara sangat penting.

2) Budaya

Budaya kewirausahaan (sebagai lembaga informal) mencerminkan sejauh mana kewirausahaan dihargai dalam masyarakat. Budaya

kewirausahaan di berbagai daerah telah diukur secara kuantitatif dan kualitatif. Mengukur budaya kewirausahaan secara tidak langsung dengan prevalensi perusahaan baru, yang mengindikasikan seberapa 'mudah' memulai bisnis di suatu daerah. Budaya kewirausahaan juga dapat diukur dengan sejauh mana wirausaha dipandang sebagai pilihan karir yang layak dan sejauh mana keberhasilan wirausahawan yang sukses dihargai.

3) Jaringan

Jaringan pengusaha dan bisnis menyediakan arus informasi, memungkinkan distribusi yang efektif, pengetahuan, tenaga kerja dan modal Jaringan-jaringan ini dapat diukur dengan berbagai cara. Salah satu bentuknya struktur jaringan bisnis di suatu daerah diukur menggunakan ukuran jaringan yang menunjukkan hubungan bisnis untuk penciptaan nilai baru. Persentase bisnis (dengan setidaknya 10 karyawan) di suatu wilayah yang berkolaborasi untuk membuat inovasi.

4) Infrastruktur fisik

Infrastruktur fisik adalah ukuran yang mencakup indikator potensi aksesibilitas jalan raya dan jalur transportasi lain. Aksesibilitas meliputi penduduk yang tinggal di wilayah sekitar yang dibobot dengan waktu tempuh di sepanjang jalan.

5) Permintaan

Permintaan diukur dari pendapatan per kapita dan potensi permintaan pasar. Permintaan pasar potensial dan jumlah penduduk memberikan estimasi PDB.

6) Perantara

Pasokan dan aksesibilitas bisnis menengah dapat secara substansial menurunkan hambatan dan meningkatkan kecepatan penciptaan nilai baru. Indikator untuk layanan perantara adalah persentase layanan bisnis perusahaan dalam populasi bisnis.

7) Bakat

Sumber daya manusia dengan bakat yang dimiliki menjadikan kewirausahaan lebih produktif. Bakat dapat diukur dari tingkat Pendidikan dan angkatan kerja.

8) Pengetahuan

Investasi dalam pengetahuan baru merupakan sumber penting yang menjadi peluang untuk kewirausahaan, berkembang lebih baik dan meningkatkan omset unit bisnis. Pengetahuan baru diciptakan dengan berbagai cara, diantaranya investasi dalam penelitian dan pengembangan.

9) Kepemimpinan

Kepemimpinan memberikan panduan dan arahan untuk tindakan kolektif. Secara konseptual dan empiris, studi tentang kepemimpinan di daerah masih jarang. Kepemimpinan dapat diukur melalui karakteristik pemimpin itu sendiri, bentuk kepemimpinan dalam sebuah organisasi.

10) Keuangan

Aksesibilitas keuangan untuk usaha mikro dan kecil menjadi syarat penting bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup mereka. Akses keuangan dapat dilakukan dengan cara: pembiayaan, investor informal, dan *syirkah* (kerjasama)

Output dari 10 elemen ekosistem kewirausahaan adalah *productive entrepreneurship*. Ukurannya adalah adanya kewirausahaan yang ambisius, mengindikasikan kualitas yang tinggi, memiliki dampak yang kuat terhadap pertumbuhan ekonomi, usaha mikro dan kecil menjadi pendorong penciptaan lapangan kerja, percepatan usaha kecil dalam mengakselerasi industri baru.

Penjelasan di atas dirangkum dan ditabulasi dalam bentuk tabel. Dalam rangkuman ini dijelaskan tentang hubungan konsep, konstruk, dan elemen-elemen ekosistem kewirausahaan. Keberadaan elemen-elemen ini dan interdependensi di antara mereka sangat penting untuk keberhasilan ekosistem.

Tabel 8: Konstruk Elemen dan Output Ekosistem Kewirausahaan

Konsep	Konstruk	Definisi	Elemen
Institusi	Institusi formal	Ketentuan yang berlaku di masyarakat	Institusi/ lembaga formal
	Institusi informal	Konteks budaya	budaya
	Jarigan sosial	Konteks sosial para pelaku, khususnya derajat mereka terhubung secara sosial	Jaringan
Sumber daya	Sumber daya fisik	Konteks fisik para pelaku yang memungkinkan mereka bertemu pelaku lain dalam kedekatan fisik	Infrastruktur fisik
	Sumber daya keuangan	Kehadiran sarana keuangan untuk berinvestasi dalam kegiatan/ program yang belum memiliki sarana keuangan	Keuangan
	Kepemimpinan	Kepemimpinan yang memberikan panduan, arahan, dan tindakan kolektif	Kepemimpinan
	SDM	Keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki oleh individu	Bakat
	Pengetahuan	Investasi dalam penciptaan pengetahuan (ilmu pengetahuan dan teknologi)	Pengetahuan
	Sarana konsumsi	Adanya sarana keuangan dalam populasi untuk membeli barang dan jasa	Permintaan
	Jasa produsen	Memasukkan layanan perantara dalam fungsi kepemilikan	Layanan perantara
	Penciptaan nilai baru	Kewirausahaan produktif	Setiap kegiatan kewirausahaan yang berkontribusi baik

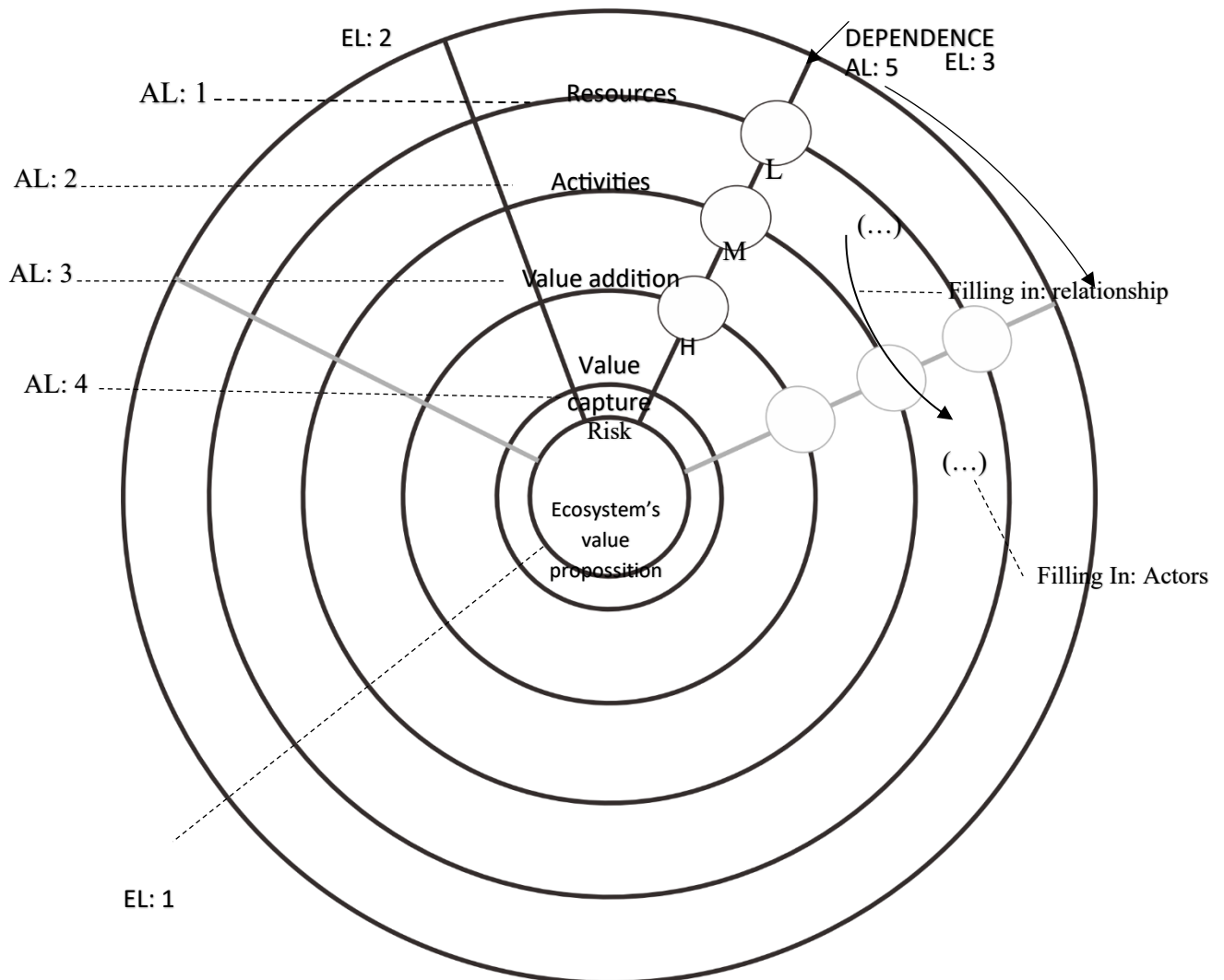
		secara langsung maupun tidak langsung terhadap output bersih ekonomi atau kemampuan dalam menghasilkan output tambahan	
--	--	--	--

Elemen di dalam sebuah ekosistem perlu untuk diperluas, misalnya dengan menekankan interaksi antara para pelaku dalam ekosistem (penguatan jaringan, pelaksanaan program, dan kolaborasi unit usaha besar dengan UMKM, serta akses start-up, akses ke semua sumber daya yang relevan (permodalan, layanan, dan skill), dengan peran atau dukungan pemerintah. Untuk mewujudkan sebuah ekosistem yang baik Isenberg (2010) merumuskan enam domain yaitu: kebijakan, keuangan, budaya, dukungan, sumber daya manusia, dan pasar. Serta delapan pilar yang diusulkan oleh Nen dan World Economic Forum, pilar ini berfokus pada keberadaan faktor-faktor kunci (sumber daya) yaitu: ⁷⁴

- 1) Sumber daya manusia,
- 2) Sumber daya keuangan,
- 3) Layanan jasa;
- 4) Aktor yang terlibat di dalamnya (talenta, investor, penasihat, rekan-rekan wirausaha);
- 5) Kerangka kerja formal (pemerintah dan kerangka kerja peraturan) dan
- 6) Lembaga-lembaga informal (dukungan budaya).
- 7) Lembaga formal (dukungan budaya) yang memungkinkan terwujudnya kewirausahaan;
- 8) Akses ke pelanggan di pasar domestik dan luar negeri

⁷⁴ Isenberg, "How to start an entrepreneurial revolution," 2010.

c. *Ecosystem Pie Model (EPM)*⁷⁵



Gambar 6: *Tools Of Ecosystem Pie Model*

Ada sembilan elemen terdiri dari: tiga konstruk ekosistem level, dan enam konstruk level aktor (pelaku) dalam EPM yang akan dijelaskan dalam gambar dan tabel di bawah ini:

Tabel 9: Konstruk EPM (*Ecosystem Pie Model*)

No	Konstruk	Deskripsi
Konstruk level ekosistem		
EL:1	Proposisi nilai ekosistem (EVP/ Ecosystem's	Ekosistem memiliki tujuan yang berorientasi pada kepentingan pelanggan. Proposisi nilai (janji nilai yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan) disesuaikan dengan kebutuhan pengguna akhir

⁷⁵ Talmar dkk., "Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems," 2020.

	Value Proposition)	
EL:2	Segmen pengguna	Sesuai dengan EVP, segmen pengguna menentukan target pasar untuk nilai yang diciptakan dalam ekosistem. Kebutuhan akan segmen pengguna yang jelas dan terdefinisi berlaku untuk tingkat perusahaan dan ekosistem. Karena persaingan di pasar semakin meningkat di antara ekosistem daripada perusahaan individu. Kemampuan untuk melayani kelompok pengguna tertentu dalam batas-batas EVP dapat berfungsi sebagai keunggulan kompetitif bagi ekosistem secara keseluruhan. Nilai dalam ekosistem sering kali diciptakan bersama di antara pelaku sisi penawaran dan pelaku sisi permintaan
EL:3	Pelaku (aktor)	Organisasi, lembaga, komunitas, dan individu adalah agen utama yang terlibat dalam penciptaan ekosistem tertentu. 'Aktor' sebagai sebuah konstruk yang mewakili entitas yang secara hukum independen, tetapi secara ekonomi saling bergantung antar pihak yang terlibat dalam melakukan kegiatan produktif. Kontribusi produktif yang diberikan oleh para aktor, tingkatan pentingnya tidak sama. Dalam analisis ekosistem, pada aktor yang menyediakan pelengkap berbeda dari sudut pandang EVP harus difokuskan.
Konstruk level pelaku (aktor)		
AL:1	<i>Resources</i> (sumber daya)	Sumber daya adalah dasar penciptaan nilai spesifikasi dan spesialisasi perusahaan. Aktor (pelaku) memiliki peran dan nilai tambah dalam suatu ekosistem, karena sumber daya dapat dimiliki atau didapatkan oleh aktor dari aktor lain dalam ekosistem tersebut. Hal ini tidak berarti bahwa setiap aktor harus memiliki sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan nilai. Sebaliknya, beberapa sumber daya yang digunakan dapat diperoleh dari aktor lain dalam ekosistem. Misalnya dengan mendirikan usaha dengan modal bersama atau menggunakan fasilitas bersama seperti teknologi. Literatur ekosistem juga menekankan pentingnya komplementaritas sumber daya untuk mendorong penciptaan nilai di tingkat ekosistem. Peningkatan total potensi penciptaan nilai dari ekosistem adalah hasil dari basis sumber

		<p>daya ekosistem yang lebih heterogen dan saling melengkapi.</p>
AL:2	Aktivitas	<p>Aktivitas adalah mekanisme yang digunakan oleh aktor untuk menghasilkan kontribusi produktif bagi ekosistem. Secara khusus, dasar untuk menciptakan nilai sebagai perusahaan adalah sistem aktivitas perusahaan, yang mencakup bagaimana perusahaan mengubah sumber daya menjadi nilai tambah melalui proses koordinasi di dalam dan/atau antar aktor. Kegiatan menyiratkan bahwa berbagai kegiatan di seluruh ekosistem terkait dengan cara penyampaian nilai kepada pengguna. Berdasarkan urutan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai EVP, para aktor dalam ekosistem diposisikan secara struktural satu sama lain, dan terkait dengan segmen pengguna.</p>
AL:3	Nilai tambah	<p>Nilai tambah: Sebagai hasil dari kegiatannya, setiap aktor berkontribusi pada ekosistem dalam bentuk komponen produktif (yang kemungkinan besar memiliki keunggulan komparatif dibandingkan dengan aktor lainnya). Kontribusi individu sebagai 'nilai tambah' aktor, yang merupakan modal pada sisi penawaran untuk mencapai EVP. Beberapa nilai tambah secara unik dapat menjadi pelengkap yang diperlukan dalam komposisi EVP. Sementara yang lain meningkatkan nilai tetapi bukan yang diperlukan agar EVP dapat tercapai.</p>
AL:4	Perolehan nilai	<p>Perolehan nilai: Meskipun ekosistem menciptakan dan memberikan nilai pengguna akhir melalui interaksi jaringan, namun dalam mengambil nilai, setiap aktor yang tertanam dalam ekosistem mencari keuntungan untuk dirinya sendiri. Dalam pemodelan ekosistem, 'penangkapan/ perolehan nilai' merepresentasikan bagaimana, jenis, dan seberapa besar nilai yang diciptakan oleh ekosistem ditangkap oleh aktor tertentu. Kesempatan untuk memperoleh nilai adalah motivasi utama untuk bergabung dengan ekosistem dan agar para pelaku berkomitmen pada ekosistem, mereka harus menganggap 'bagian' mereka adil. Selain keuntungan finansial langsung, para pelaku dapat memperoleh nilai dengan memanfaatkan ekosistem untuk pertumbuhan, reputasi, efisiensi yang lebih tinggi, atau sumber daya tambahan. Dengan demikian, perusahaan yang menangkap nilai non-</p>

		moneter, yang misalnya dapat dimonetisasi di luar ekosistem tertentu, mungkin masih sangat termotivasi untuk berkontribusi pada ekosistem tersebut.
AL:5	Ketergantungan	Ketergantungan: Ekosistem adalah jaringan yang dapat mencakup aktor-aktor dengan profil yang beragam. Untuk beberapa aktor, mencapai EVP merupakan hal yang paling penting, sementara bagi yang lain berkontribusi pada EVP juga penting.
AL:6	Risiko	Risiko: Gagasan tentang risiko aktor spesifik secara langsung berkaitan dengan konstruk ketergantungan dan perolehan nilai, dan secara tidak langsung dengan semua konstruk lainnya. Agar EVP dapat terwujud, para aktor perlu mencapai tingkat kesepakatan, keselarasan, dan komitmen yang memadai tentang kontribusi mereka masing-masing. Sumber risiko potensial di sini adalah keengganan aktor tertentu untuk berkontribusi, misalnya, karena insentif yang tidak memadai seperti rendahnya rasio perolehan nilai terhadap biaya yang ditanggung oleh pelaku. Atau ketergantungan yang rendah dari seorang aktor terhadap ekosistem, dan akibatnya upaya yang rendah untuk mencapai keberhasilan ekosistem. Potensi keengganan juga dapat muncul dari sejauh mana partisipasi dalam ekosistem mengharuskan para pelaku untuk berinvestasi dalam sumber daya, kegiatan dan/atau produk/jasa yang spesifik untuk ekosistem tertentu dan tidak dapat digunakan di tempat lain (yaitu, kesesuaian sumber daya atau kegiatan). Selain itu, seorang aktor mungkin tidak mau berkontribusi, atau bahkan ingin merusak ekosistem karena alasan strategis; misalnya, karena visi kepemimpinan yang berbeda dalam ekosistem, atau karena EVP yang ada dapat menggeser keseimbangan kekuatan dalam industri. Selain keengganan, risiko spesifik aktor juga dapat muncul dari ketidakmampuan aktor untuk memberikan nilai tambah yang dibutuhkan, misalnya karena kesulitan kepegawaian, teknologi, atau hukum. Kemungkinan EVP dapat dicapai ditentukan melalui pengalihan kemungkinan individu dari masing-masing aktor penting untuk bersedia dan mampu berkontribusi pada EVP.

B. UMKM Berbasis Pesantren

1. Karakteristik UMKM

Menurut UU No 20 tahun 2008, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah sebuah bisnis yang dikelola oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha yang memiliki skala kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan jumlah kekayaan atau aset, batasan omzet per tahun, serta jumlah karyawan. Berikut adalah penggolongan antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah berdasar asset atau kekayaan yang dimiliki:

Tabel 10: Tabel Penggolongan UMKM

No	Jenis usaha	Jumlah kekayaan bersih	Jumlah hasil penjualan tahunan
1	Usaha mikro	Maksimal Rp. 50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Maksimal Rp.300.000.000,-
2	Usaha kecil	Rp.50.000.000,- sampai Rp.500.000.000,-	Rp.300.000.000,- sampai Rp.2.500.000.000,-
3	Usaha menengah	Rp.500.000.000,- sampai Rp.10.000.000.000,-	Rp.2.500.000.000,- sampai Rp.50.000.000,-

Dalam bentuk yang lain klasifikasi UMKM dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, yaitu usaha berskala mikro, kecil dan menengah yang memiliki kemampuan membuka kesempatan kerja. Konsep yang lebih umum biasa disebut dengan sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, adalah usaha mikro, kecil dan menengah yang mempunyai sifat sebagai pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan, mampu untuk menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

- d. *Fast Moving Enterprise*, UMKM telah memiliki jiwa wirausaha dan pelaku usaha berupaya melakukan pengembangan atau bertransformasi menjadi usaha yang berskala besar.⁷⁶

Secara umum UMKM memiliki beberapa karakteristik yaitu: memiliki modal yang terbatas, memiliki karyawan dengan jumlah terbatas, dalam lingkup pasar lokal atau regional, memiliki inovasi dan fleksibilitas: bentuk kepemilikan berupa individual maupun milik keluarga.⁷⁷ Sedangkan karakteristik UMKM perspektif Ekonomi Islam adalah:

- a. Usaha mikro memiliki pengaruh yang bersifat ketuhanan/ ilahiah. Dasar pengaturannya ditetapkan oleh Allah Swt yang termuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah.
- b. Dimensi usaha mikro yaitu akidah dan memiliki kaitan yang cukup erat dengan akhlaq
- c. Objektif (*al-mauḍu'iyah*), pada hakikatnya kegiatan ekonomi adalah amanah yang dilaksanakan secara obyektif. Artinya setiap pelaku ekonomi tidak boleh membedakan jenis kelamin, agama/kepercayaan, etnik, dan lain-lain.
- d. Realistis (*al-waqi'iyah*). Prediksi atau perkiraan (*forecasting*) dalam bisnis tidak selalu sesuai antara teori dan praktek, oleh karena itu setiap pelaku harus realistis.
- e. Kepemilikan seseorang terhadap suatu harta tidak mutlak, karena pada hakikatnya harta adalah milik Allah.
- f. Cakap dalam mengelola harta kekayaan.⁷⁸

⁷⁶ Ninik Srijani Kadani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya* 8, no. 2 (2020): 191–200.

⁷⁷ Satriaji Vinatra, "Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat," *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023): 01–08.

⁷⁸ Yuliana dan Tarigan, "Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren."

2. Strategi Pengembangan UMKM

Ada banyak strategi yang dapat membantu UMKM berkembang dan bersaing lebih baik di pasar.

Secara umum terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan yaitu:

Pertama, peningkatan modal kerja: akses pinjaman modal kerja kadang dirasa sulit oleh sebagian UMKM, karena minimnya informasi yang mereka dapatkan. Atau bisa juga karena berbagai persyaratan yang tidak bisa dipahami, dan sulit didapatkan oleh UMKM sehingga tidak bisa mengakses permodalan. Modal kerja dapat diperoleh oleh UMKM melalui Bank Syariah, Bank Konvensional, Lembaga Keuangan Mikro, dan koperasi. Diharapkan pemerintah dapat memberi kebijakan melalui ketersediaan bahan baku, pemberian fasilitas permodalan, relaksasi dan restrukturisasi kredit. Hal ini untuk mendorong UMKM agar mampu berkembang dan berkontribusi kepada negara.⁷⁹

Untuk saat ini jumlah kreditur sudah sangat banyak bahkan menjamur, apalagi yang menawarkan skema pinjaman online. Tetapi permasalahannya lemahnya pengawasan, jaminan, dan tingkat keamanan dari pinjaman *online*. Pinjaman mudah diperoleh, tetapi untuk memilih Lembaga pinjaman online yang dapat dipercaya tidak mudah. Karakteristik pinjaman online yang legal diantaranya adalah: terdaftar di OJK dan terawasi, identitas pengurus dan lokasi kantor jelas, proses pemberian pinjaman diseleksi dengan ketat, informasi biaya cukup jelas, total biaya pinjaman antara 0,05%-0,08%/ hari, maksimal pengembalian (termasuk denda) adalah 100% dari pinjaman pokok, penagihan maksimal adalah 90 hari, hanya mengakses kamera, mic, dan lokasi, peminjam yang tidak dapat melunasi memiliki risiko masuk daftar hitam, dan adanya layanan pengaduan konsumen. Sedangkan untuk karakteristik pinjol ilegal yaitu: tidak berijin secara resmi, tidak ada identitas pengurus dan alamat kantor, proses memberikan pinjaman sangat mudah, informasi biaya tidak jelas, bunga pinjaman tidak ada batasnya, total pengembalian tidak terbatas, waktu penagihan tidak ada batasnya, mengakses

⁷⁹ Azhar Affandi dkk., "Optimization of MSMEs empowerment in facing competition in the global market during the COVID-19 pandemic time," *Systematic Reviews in Pharmacy* 11, no. 11 (2020): 1506–15.

seluruh data di ponsel, ancamannya berupa: teror, penghinaan, kekerasan, penyebaran foto atau video pribadi, dan pencemaran nama baik, terakhir cirinya adalah tidak ada layanan aduan.⁸⁰

Kedua, penguasaan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar dan tentunya dapat bersaing secara maksimal. Yang harus dilakukan pada strategi ini adalah ketersediaan infrastruktur dan perangkat komputer serta instalasinya, memberikan pendidikan dan pelatihan di bidang IT, dan pendampingan optimalisasi pemanfaatan teknologi tersebut.

Setiap UMKM memiliki kebutuhan yang berbeda terhadap teknologi yang digunakan. Adopsi teknologi harus disesuaikan dengan kebutuhan masing masing, sehingga efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar dan peningkatan pengalaman pelaku juga pelanggan dapat terwujud. Selain itu juga dapat meningkatkan daya saing, arus pengelolaan informasi menjadi lancar, dan manajemen internal organisasi mudah. Cakupan pemakaian perangkat lunak meliputi: *platform e-commerce*, manajemen bisnis, dan pembayaran digital.⁸¹

Ketiga, pemasaran dan branding: pemasaran efektif dan membangun merek sangat diperlukan oleh UMKM untuk dapat menarik pelanggan melalui peningkatan kesadaran merek. Bentuknya dapat berupa iklan, kerjasama dengan influencer, penggunaan media social dan platform digital.

Pemahaman terkait pemasaran meliputi kebutuhan pasar, identifikasi segmen dan target pasar. Banyak UMKM menghadapi masalah dan tidak bertahan, beberapa yang bisa bertahan salah satunya karena melakukan penyesuaian dengan strategi pemasarannya. Beberapa metode strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah:

- a. **E-Commerce**, merupakan metode jual beli produk secara elektronik dengan perangkat komputer sebagai salah satu alatnya. Contoh dari e-

⁸⁰ Achmad Soediro, Muhammad Farhan, dan Fardinant Adhitama, "Strategi Hutang Aman Dan Syariah Serta Cerdas Dalam Menyikapi Pinjol (Pinjaman Online)," *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2023): 195–205.

⁸¹ Asrul Sani dkk., "Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi terhadap Model Penerimaan Teknologi diantara UMKM," *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)* 5, no. 2 (2020): 151–58.

commerce adalah tokopedia, tiktok shop, shopee, bukalapak, OLX, gojek, facebook/Instagram shop, Lazada, whatsapp/ line for business, blibli, dll. Aplikasi teknologi informasi yang paling sederhana melalui pembuatan akun media sosial, *e-commerce* dan katalog daring. Inovasi yang diadopsi itu tidak tergolong rumit dan penggunaannya mudah, yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat umum saat ini seperti Instagram dan WhatsApp.⁸²

- b. **Digital Marketing** juga biasa disebut dengan *E-Marketing* atau internet marketing. Digital marketing yaitu aktivitas untuk mempromosikan dan mencari pasar, memberikan nilai dan berkomunikasi kepada pelanggan secara online melalui media digital dengan memanfaatkan berbagai sarana. Misalnya *content marketing*, *email marketing*, SEO (optimasi mesin pencari), *Pay Per Click Advertising* (PPC), pemasaran media sosial, *influencer marketing*, *affiliate marketing*.⁸³ Sarana komunikasi digunakan untuk tujuan meningkatkan keefektifan usaha pemasaran, mengurangi biaya pemasaran, perluasan jaringan distribusi dan peningkatan angka penjualan.⁸⁴
- c. **Customer Relationship Marketing (CRM)** berupaya menjalin dan mempertahankan hubungan kokoh jangka panjang dengan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk saling menguntungkan antara pelanggan dan penyedia jasa dalam menciptakan loyalitas pelanggan.⁸⁵

Karena UMKM adalah pelaku yang cukup penting dalam menggerakkan ekonomi di tingkat lokal, maka optimalisasi pemasaran dengan berbagai bentuk

⁸² Muhammad Al Faruq Abdullah dan Fathihani Fathihani, "Memanfaatkan Whatsapp Business Sebagai Sarana Penunjang Digital Marketing Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Tanjung Duren," *Andhara* 1, no. 2 (2021): 28–35.

⁸³ Barantum, "5 Contoh Strategi Digital Marketing Yang Bisa Anda Jalankan," Barantum, 29 Agustus 2023, <https://www.barantum.com/blog/contoh-digital-marketing/>.

⁸⁴ Rohma Septiawati, Fista Sujaya, dan Saipul Rachman, "Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Marketing Bagi Umkm Di Pondok Pesantren Yatim Piatu Dan Dhuafa Al Matsuroh Karawang," *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang* 2, no. 1 (2022): 1958–71.

⁸⁵ Wan Laura Hardilawati, "Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19," *jurnal akuntansi dan ekonomika* 10, no. 1 (2020): 89–98.

diantaranya inovasi penjualan melalui aplikasi teknologi informasi sangat urgen untuk dilakukan.⁸⁶

Keempat, pengembangan produk atau jasa melalui peningkatan kualitas dan diversifikasi. Meningkatnya kualitas produk dapat dijadikan sebagai pembeda atas produk pesaing dan memposisikan reputasi produknya di pasar. Peningkatan meliputi bahan baku, kinerja, desain, dan pelayanan. Sedangkan diversifikasi harus dipertimbangkan dalam rangka untuk meminimalisir risiko, menarik pelanggan, dan perluasan pangsa pasar. Dengan demikian penyesuaian diri atas setiap perubahan selera dan minat konsumen mudah dilakukan. Cara yang dilakukan adalah riset pasar melalui identifikasi peluang baru agar dapat memahami kebutuhan serta keinginan masyarakat.

Ada 8 dimensi penentuan kualitas produk yaitu: performa/kinerja produk, fitur atau atribut tambahan, kehandalan (kemampuan produk untuk bertahan dari perubahan lingkungan bisnis, daya tahan atau ketahanan produk, kemudahan perbaikan produk, estetika produk (bagaimana produk dilihat, dirasakan atau didengar), persepsi terhadap kualitas produk (reputasi merek, dll).

Salah satu yang dapat menjadi daya saing UMKM adalah inovasi produk. Mayoritas pelaku UMKM kesulitan dalam melakukan inovasi produk. Sehingga tidak mampu bersaing di pasar. Ada dua keunggulan atas daya saing yaitu: pertama keunggulan komparatif meliputi tenaga kerja, biaya produksi yang rendah, bahan baku, modal atau infrastruktur fisik, dan ukuran skala usaha; kedua keunggulan kompetitif seperti yang terdapat pada kemampuan kreativitas, produktivitas, dan inovasi yang bukan semata mata inovasi teknologi, melainkan juga inovasi cara-cara pemasaran, inovasi posisi produk di antara produk-produk pesaing, dan inovasi kualitas pelayanan. Kekuatan daya saing kompetitif adalah pada pengelolaan *intangible asset* (aset tak berwujud) yang salah satunya berupa Hak kekayaan Intelektual (HKI). Konsep keunggulan komparatif dapat dengan mudah

⁸⁶ Eka Handayani, Putri Pradnyawidya Sari, dan Maulia Jayantina Islami, "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19," *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 10, no. 2 (2021): 113–19.

tergantikan, sedangkan keunggulan kompetitif yang baik menjadikan daya saing perusahaan semakin baik.⁸⁷

Kelima, kemitraan dan jaringan. Posisi UMKM dapat diperkuat dengan terjalinnya kemitraan dan kolaborasi dengan UMKM lain, distributor, pemasok, dan Lembaga keuangan. Setiap jaringan yang dibangun dapat memberikan akses UMKM untuk mendapat sumber daya, peluang baru, ekspansi pasar, dan optimasi rantai pasokan. UMKM dapat bergabung di dalam asosiasi bisnis, komunitas, atau ikut serta dalam program dan pelatihan. Pelatihan biasanya dilakukan oleh akademisi melalui program pengabdian masyarakat. Program pengabdian yang baik pastinya akan melibatkan pelaku UMKM (masyarakat) sebagai mitra dalam prosesnya mulai dari: pra pengabdian (pemetaan masalah dan program), pelaksanaan pengabdian, dan pasca pengabdian.⁸⁸

Keenam, peningkatan manajemen baik dalam manajemen keuangan, SDM, pemasaran, dan produksi. Manajemen adalah satu hal yang penting dalam pengelolaan perusahaan. Dimaknai sebagai seni yang memiliki fungsi *planning, organizing, actuating, dan controlling*. Permasalahan UMKM terdiri dari dua komponen, yaitu masalah internal dan eksternal menurut Rohim dan Kurniawan. Subroto dkk menjelaskan bahwa faktor SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran secara bersama-sama mempengaruhi kinerja UMKM. Model manajemen usaha UMKM harus mengadopsi manajemen perusahaan.⁸⁹

Manajemen SDM membahas konsep POAC dalam penyusunan karyawan, pengembangan, kompensasi, hubungan tenaga kerja, pengelolaan karir dan evaluasi kerja. Sedangkan manajemen pemasaran membahas POAC dalam menciptakan, membangun, dan mengendalikan, serta mempertahankan pertukaran yang memberi

⁸⁷ Zora Febriena Dwithia Hidayat Putri dan Ranitya Ganindha, "Pengembangan Potensi Produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Pondok Pesantren melalui Pendampingan Hak Kekayaan Intelektual," *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 2022, 67–83.

⁸⁸ Reli Adi Himarosa dkk., "Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Marketing berbasis Teknologi Informasi: Empowering MSMEs through Information Technology-based Marketing Innovation," *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 7, no. 6 (2022): 774–81.

⁸⁹ Ami Nullah Marlis Tanjung, M. Radiansyah, dan M. Guffar Harahap, "Peningkatan SDI (Sumber Daya Insani) Dalam Keberhasilan UMKM di Era 5.0," *TSURAYAA: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 20–25.

keuntungan di pasar. Untuk konsep manajemen produksi berkaitan dengan proses mengubah *input* menjadi *output*, menambah nilai guna suatu barang dengan hasil yang berkualitas, sesuai standar yang ditetapkan.⁹⁰ Pengetahuan tentang penyusunan laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan-Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK-EMKM) untuk memudahkan dalam pemasaran dan pendanaan yang lebih luas.⁹¹ Karena pada umumnya UMKM melakukan pencatatan secara manual baik ketika memasukkan data dokumen atau perhitungan. Padahal ini sangat rentan terjadi kesalahan, rusaknya atau hilangnya bukti. Oleh sebab itu dibutuhkan sistem informasi akuntansi.⁹²

Adapun terkait manajemen keuangan, dijelaskan bahwa hal ini sangat penting dan ada beberapa keputusan yang harus diambil. Di antara keputusan itu adalah pendanaan, pemenuhan kebutuhan dana, investasi, dan kebijakan dividen. Pendampingan pengelolaan UMKM sering dilakukan oleh pemerintah, salah satunya dilakukan oleh OJK. Pada satu tulisan yang dipublikasikan oleh OJK dalam website “sikapiuangmu” dipaparkan mengenai tips pengelolaan UMKM yang cukup sederhana tetapi penting. Beberapa tips itu adalah: melakukan pencatatan keuangan dengan disiplin, keuangan pribadi dan usaha harus dipisahkan, membuat fondasi bisnis yang kokoh dan aman (terlindungi), merencanakan dan mengelola hutang, terakhir menetapkan target dan evaluasi bisnis.⁹³

Ketujuh, kebijakan pemerintah terkait ekspor impor merupakan intervensi pemerintah dalam rangka melindungi dan mengakselerasi UMKM. Beberapa rekomendasi kebijakan yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah mendorong UMKM untuk terlibat aktif dalam kegiatan internasional (dalam program

⁹⁰ Encep Saefullah, Nani Rohaeni, dan Tabroni Tabroni, *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, ed. oleh Hadi Kurniawanto dan Dina Lalia Wati, Eureka Media Aksara (Eureka Media Aksara, 2022).

⁹¹ Larasati Ahluwalia, Dhiona Ayu Nani, dan Tri Darma Rosmala Sari, “Peningkatan Produktivitas Umkm Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu,” *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* 3, no. 1 (2022): 38–42.

⁹² Septiawati, Sujaya, Dan Rachman, “Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Marketing Bagi Umkm Di Pondok Pesantren Yatim Piatu Dan Dhuafa Al Matsuroh Karawang.”, (2022): 1958-1971.

⁹³ “Pengusaha UMKM Juga Perlu Pengelolaan Keuangan Loh :: SIKAPI ::,” diakses 1 Mei 2024, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20620>.

pengembangan potensi) dan ekspor tidak langsung; pengembangan ekosistem yang membantu UMKM terlibat dan siap dalam GVC (*Global Value Chain*) dan OFDI (*Outward Foreign Direct Investment*).⁹⁴

3. Keberlanjutan Dan Pertumbuhan UMKM

Keberhasilan pelaku usaha dalam melakukan inovasi, mengelola karyawan dan konsumen, mengembalikan modal yang digunakan adalah cara untuk mengetahui keberlangsungan dan keberlanjutan kinerja usaha (bisnis keberlanjutan). Ini menunjukkan bahwa UMKM ingin terus berkembang dan melihat peluang inovasi. Pertumbuhan keuangan, pertumbuhan strategi, pertumbuhan struktural, dan pertumbuhan organisasional adalah indikator keberlangsungan usaha. Pengusaha dapat menggunakan indikator ini untuk mengukur keberhasilan mereka dalam menerapkan keberlanjutan UMKM.

Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan nilai dapat digambarkan sebagai kinerjanya, baik dari sudut pandang finansial maupun non-finansial. Kemampuan suatu bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui laba yang dihasilkannya didefinisikan dari sudut pandang finansial. Dari sudut pandang non finansial, kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan nilai seperti kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial.

UMKM yang memiliki keberlanjutan bisnis adalah yang terus berkembang. Artinya, jika bisnis UMKM stagnan, maka dapat dipastikan bahwa UMKM tersebut tidak akan dapat berlanjut. Penelitian yang dilakukan oleh Ali (2003) menjelaskan bahwa asumsi berikut dapat digunakan untuk mengukur kinerja UMKM yaitu: pemahaman tenaga kerja dan keuangan, indikator keuangan, sistem manajemen, tingkat inovasi dalam produksi, kelangsungan hidup, dan daya saing (indikator kritis).⁹⁵ Selain itu ada komponen lain untuk menilai kinerja yaitu: Pertumbuhan, kelangsungan hidup, dan keuntungan; nilai dan filosofi; citra publik. Kinerja UMKM yang lebih baik akan berdampak pada perekonomian yang ditunjukkan

⁹⁴ Luthfina Ariyani, "Memetakan Kebijakan Internasionalisasi Umkm Indonesia," *Trade Policy Journal* 1, no. 1 (2022): 13–18.

⁹⁵ Melia Kusuma, Devi Narulitasari, dan Yulfan Arif Nurohman, "Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Disolo Raya," *Among Makarti* 14, no. 2 (2022).

dengan pendapatan industri yang meningkat, lapangan kerja tercipta, pertumbuhan ekspor, dan produktivitas meningkat.

4. UMKM Berbasis Pesantren

Pembahasan tentang UMKM telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya, mulai dari pengertian, masalah dan tantangan, pengembangan UMKM, dan harapan akselerasi pertumbuhan UMKM. UMKM berbasis pesantren dimaknai sebagai unit usaha mikro, kecil, dan menengah yang dilaksanakan di lingkungan pesantren. Untuk menjelaskan lebih spesifik konsep UMKM berbasis pesantren ada beberapa pembahasan, yaitu: tentang sejarah dan karakteristik pesantren, pola bisnis pesantren, dan pengembangan program pemberdayaan ekonomi Pesantren.

a. Sejarah dan Karakteristik Pesantren

Pesantren sebagai lembaga pendidikan yang memiliki karakteristik dan keunikan yang berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya. Pesantren telah hidup dan menjangkau masyarakat luas selama ratusan tahun. Walaupun sudah cukup banyak umur yang dimiliki pesantren, namun tetap dapat menunjukkan kemampuannya melewati dan menghadapi setiap fase atau episode kehidupan yang tentunya banyak perubahan dan memiliki masalah yang cukup kompleks. Mulai dari ikut serta dalam proses kemerdekaan Indonesia, hingga terlibat dalam setiap sektor dalam kehidupan masyarakat. Keberadaan pesantren yang seperti ini menjadikan lembaga ini disebut dengan sub kultur. Minimal sebuah sub kultur harus memiliki ciri dan karakteristiknya yang unik, yang memuat: nilai-nilai dan perspektif hidup yang dipegang, struktur kekuasaan internal yang ditaati sepenuhnya, dan cara hidup yang dianut.⁹⁶

Menurut Gus Dur dalam membentuk pesantren sebagai sebuah subkultur ada tiga elemen dasar yaitu: kemandirian pola kepemimpinan pesantren yang tidak terkooptasi oleh negara, kitab rujukan umum yang digunakan selama berabad abad,

⁹⁶ Sayyidah Saekhotin dan Nurul Anam, "Improvisasi Pesantren Sebagai Subkultur Di Indonesia," *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 12 (2017), <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=496686&val=10170&title=Improvisasi%20Pesantren%20Sebagai%20Subkultur%20Di%20Indonesia>.

menjadi bagian dari masyarakat luas adalah sebagai sistem nilai yang digunakan.⁹⁷ Makna pesantren secara etimologi adalah pe-santri-an yang berarti tempat tinggal. Kiai atau ustadz memberi materi dan pembelajaran kepada santri.⁹⁸ Cak Nur mengungkapkan bahwa kata santri berasal dari Bahasa Jawa “cantrik”, yang berarti orang yang setiap saat dengan patuh mengikuti guru.⁹⁹ Santri memiliki karakteristik yang berbeda sebagai seorang pembelajar (menuntut ilmu), hal ini karena kondisi lingkungan dan banyaknya faktor yang mendukung untuk menjadikan mereka murid yang tangguh dalam setiap kondisi.¹⁰⁰

Pembahasan kata santri yang menjadi akar kata pesantren, juga dibahas oleh Clifford Geertz yang membuat klasifikasi masyarakat Jawa menjadi tiga yaitu: abangan, santri, dan priyayi.¹⁰¹ Dalam pandangan Umar, setiap orang dengan profesi apapun namun konsen pada nilai-nilai ajaran Islam masuk dalam kategori kelompok santri.¹⁰²

Pesantren, sebagaimana diungkapkan oleh Abdurrahman Mas’ud bahwa pesantren tua dan besar yang berada di luar Jawa terinspirasi oleh ajaran Walisongo. Yang menjadi contoh adalah ajaran Islam Maulana Malik Ibrahim “Spiritual Father” Walisongo.¹⁰³ Pesantren yang berkembang adalah ketika memenuhi kriteria adanya kiai, santri, pondok (tempat tinggal), dan kitab. Konsep ini ditemukan sekitar abad ke delapan belas (masa Pakubuwono II). Untuk pesantren yang

⁹⁷ H. Nasaruddin Umar, *Rethinking pesantren* (Elex Media Komputindo, 2014), <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=txMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=rethinking+pesantren&ots=2VaNYXDWGq&sig=e4bkoqXMyzQH5sbbSIpPxV8J8-k>.

⁹⁸ Manfred Ziemek, *Pesantren: traditionelle islamische Bildung und sozialer Wandel in Indonesien* (Verlag für interkulturelle Kommunikation, 1986), <https://ixtheo.de/Record/1082151033>. ada dalam buku *rethinking pesantren* karya Nasaruddin Umar.

⁹⁹ Nurcholis Madjid, *Bilik-bilik pesantren: sebuah potret perjalanan* (Paramadina, 1997).

¹⁰⁰ A. Luthfi Hamidi dan Siti Marpuah, “Development of the Clean and Healthy Living Behavior Improvement Model (PHBS) with a Teori Lawrence Green Approach to Santri in Islamic Boarding Schools,” *Advances in Humanities and Contemporary Studies* 5, no. 1 (2024): 1–9.

¹⁰¹ Clifford Geertz, *The religion of Java* (University of Chicago Press, 1976), https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=-SYM4PW-YAGC&oi=fnd&pg=PR11&dq=the+religion+of+java&ots=MU_2UHM8z0&sig=mSi4QnKMFPCHYeD-zGWh0drdIEQ.

¹⁰² Umar, *Rethinking pesantren*.

¹⁰³ Abdurrahman Mas’ud, “Tārikh al-Ma’had al-Turāthī wa Thaqafātuḥu,” *Studia Islamika* 7, no. 1 (2000), <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1587359&val=4979&title=Trikh%20al-Mahad%20al-Turth%20wa%20Thaqaftuḥu>.

pertama kali berdiri adalah Pesantren Tegalsari (Ponorogo) dengan pendirinya Ki Agung Muhammad Besari (Kakek Guru dari sastrawan Jawa / penyebar aliran Sattariyah yaitu Ronggowarsito), Pesantren Sidaresma di Surabaya, Pesantren Mlangi Yogyakarta, dan Pesantren Priangan Jawa Barat.¹⁰⁴

Pada perkembangannya untuk membedakan pesantren dengan lembaga pendidikan Islam lainnya, ada beberapa elemen yang harus ada dalam pesantren yaitu: masjid, pembelajaran kitab kuning, santri, dan kiai.¹⁰⁵ Dijelaskan dalam UU tentang pesantren No.18 tahun 2019, bahwa unsur pesantren ada lima yaitu empat sama dengan yang disampaikan oleh Zamakhsary Dhofier, dan satu unsur lainnya adalah pondok atau asrama.

Soedjoko Prasodjo menunjukkan bahwa komponen utama dan tradisi pesantren bergantung pada polanya, mulai dari yang paling sederhana hingga yang paling canggih. Pola pertama pesantren terdiri dari masjid dan rumah kiai saja. Pola II mencakup masjid, rumah kiai, dan pondok. Pola III mencakup masjid, rumah kiai, pondok, dan madrasah. Pola IV mencakup masjid, rumah kiai, pondok, madrasah, dan tempat keterampilan. Pola V mencakup universitas, gedung pertemuan, tempat olah raga, dan sekolah umum.¹⁰⁶

Kiai menjadi satu unsur paling esensial dalam sebuah pesantren. Kiai menduduki jabatan tertinggi di pesantren dengan kadar kewenangan dan kekuasaan mendapat pengakuan dan dipatuhi sepenuhnya oleh masyarakat pesantren.¹⁰⁷ Pada perkembangan dan implementasinya di masyarakat, istilah atau makna kiai bermacam macam.

Pada masyarakat Jawa, dalam tradisi pesantren terdapat identitas feodalisme yang melekat. Tradisi ini adalah pengkultusan figur kiai, yang berdampak pada pola

¹⁰⁴ Hanun Asrohah, "Pelebagaan Pesantren: Asal-usul dan Perkembangan Pesantren di Jawa Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren," *Disertasi. Jakarta: Perpustakaan UIN*, 2000.

¹⁰⁵ Dhofier Zamakhsyari, "Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai, cet. I," *Jakarta: PT Matahari Bhakti*, 2000.

¹⁰⁶ Moh Idil Ghufron dan Kholid Ishomuddin, "Kosmara: Konsep Pengembangan Ekonomi Pesantren dan Pengendalian Pola Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Nurul Jadid," *Al-Ulum Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke Islaman* 8, no. 1 (2021): 113–27.

¹⁰⁷ Nurul Hidayah, "Kaderisasi Kepemimpinan Pesantren Terhadap Putra Kiyai Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Iman Bulus Purworejo," *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 1, no. 2 (2018): 143–65.

hubungan kiai dan santri secara vertikal. Hal ini tidak hanya karena budaya, tetapi juga dipengaruhi oleh norma yang bersumber pada kepatuhan dan penghormatan pada guru. Tradisi ini pada akhirnya melahirkan konsep kepatuhan tanpa batas, yang diistilahkan dengan “*sami'nā wa aṭa'nā*”.¹⁰⁸

Menurut Dhofier, istilah kiai dalam Bahasa Jawa digunakan untuk 3 gelar yang mempunyai tugas dan peran berbeda. Kiai sebagai gelar kehormatan bagi orang yang dianggap keramat. Kiai sebagai gelar untuk orang tua pada umumnya. Kiai sebagai gelar seorang ahli agama Islam yang diberikan oleh masyarakat, karena menjadi pimpinan pesantren yang mengajar kitab-kitab klasik kepada santrinya.¹⁰⁹ Dalam konteks pesantren, menurut UU No 30 tahun 2020 kiai dalam konteks penyelenggaraan pesantren harus memenuhi 3 syarat yaitu: berpendidikan pesantren, berpendidikan tinggi keagamaan Islam, dan memiliki kompetensi ilmu agama Islam.¹¹⁰

Adapun terkait dengan tradisi intelektual pesantren, terdapat tiga materi utama dalam proses pembelajaran yaitu: fikih (madzhab Syafi'i), aqidah (madzhab Asy'ari), dan amaliyah tasawuf dari Imam al-Ghazali dan Imam Junaid al-Baghdadi.¹¹¹ Sedangkan untuk ruang lingkup fungsi pesantren disebutkan dalam UU pesantren ada tiga yaitu: pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat.¹¹²

Fungsi pendidikan menurut pasal 17, pesantren menyelenggarakan pendidikan formal dari jenjang dasar, menengah dan tinggi. Jenjang dasar berbentuk satuan Pendidikan diniyah formal *Ula* (*mu'adalah ula*) dan formal *wuṣṭo* (*mu'adalah wuṣṭo*). Jenjang menengah: formal *ulya* (*mu'adalah ulya*). Jenjang pendidikan tinggi berbentuk *ma'had ali*. Sedangkan pendidikan non formal berbentuk kajian kitab kuning.¹¹³

¹⁰⁸ Mohammad Takdir Ilahi, “Kiai: Figur elite pesantren,” *IBDA: Jurnal Kajian Islam Dan Budaya* 12, no. 2 (2014): 137–48.

¹⁰⁹ Dhofier Zamakhsyari, “Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai, cet. I,” *Jakarta: PT Matahari Bhakti*, 2000.

¹¹⁰ Kemenag RI, “UU Nomor 30 tahun 2020 tentang Pendirian dan Penyelenggaraan Pesantren,” Pub. L. No. UU No 30 tahun 2020 (2020).

¹¹¹ Umar, *Rethinking pesantren*.

¹¹² Tim penyusun UU Pesantren, “UU No 8 tahun 2019 tentang Pesantren,” 2020.

¹¹³ Tim penyusun UU Pesantren.

Fungsi dakwah menurut pasal 38 dilaksanakan oleh kiai, santri, atau lembaga dakwah yang dibentuk dan dikelola oleh pesantren. Dakwah dilakukan dengan pendekatan pengajaran; diskusi, kajian, dan ceramah; media dan teknologi; seni dan budaya; bimbingan dan konseling; keteladanan; dan pendampingan. Pemerintah memberi dukungan kepada pesantren dalam penyelenggaraan dakwah melalui kerjasama program, pemberian fasilitas sarpras atau kebijakan, dan dukungan dana.

Sedangkan untuk fungsi pemberdayaan masyarakat dalam pasal 43-46 berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pesantren. Fungsi ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan PKL; menguatkan potensi ekonomi pesantren dan masyarakat; pendirian lembaga usaha berupa koperasi, BUMDES, dan lembaga lainnya; pemberian bantuan (pinjaman) dan pendampingan pemasaran produk; pendampingan manajemen keuangan; melaksanakan program sosial kemasyarakatan, dan pengembangan teknologi.

Pesantren, di sisi lain, adalah lembaga pendidikan Islam tradisional yang mengajarkan siswa memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama Islam (*tafaqquh fiddin*) dengan menekankan pentingnya moral agama Islam sebagai pedoman hidup masyarakat sehari-hari. Penting bagi pesantren untuk melakukan pembaruan secara berkala. Upaya ini diperlukan untuk memaksimalkan peran pesantren dalam pembangunan ekonomi syariah. Sulit bagi pesantren untuk menjadi sumber daya manusia berbasis ekonomi syariah yang berkualitas tinggi dan berkapasitas syar'i. Oleh karena itu dibutuhkan pembaruan yang meliputi:

- 1) Pembaruan dan revisi kurikulum. Karena kitab kuning klasik tidak dapat menjawab semua masalah ekonomi modern, maka diperlukan kitab-kitab *mu'asirah*, atau kitab-kitab yang ditulis oleh ulama modern. Yusuf al-Qardhawi menyatakan bahwa pemikiran santri dan pesantren didasarkan pada pemikiran ulama dari ratusan tahun lalu, meskipun kita hidup di zaman sekarang. Kajian fiqh harus menggunakan kitab fiqh kontemporer selain kitab fikih klasik. Agar kajian fikih muamalah yang dikaji dan dilakukan di pesantren membumi, tidak hanya mempelajari konsep muamalah klasik, tetapi juga mempelajari bagaimana hukum tersebut diterapkan di zaman sekarang.

- 2) Metode pembelajaran pesantren harus diperbaiki. Metode pembelajaran sorogan dan bandongan, yang biasanya monoton dan pasif, harus diubah dan diperkaya dengan berbagai pendekatan instruksional kontemporer. Ini akan membuat pembelajaran lebih mudah dipahami, lebih menyenangkan, dan memungkinkan peserta didik untuk lebih banyak mengeksplorasi cakrawala pemikiran mereka.
- 3) Perbaiki manajemen pendidikan pesantren untuk mewujudkan harapan pesantren dan keberhasilannya. Perbaiki manajemen ini mencakup manajemen santri dan kepegawaian.¹¹⁴

Secara historis pesantren juga telah menjadi agen perubahan, legitimasi budaya, dan pusat keagamaan. Pesantren adalah pembaharu sosial, lembaga pendidikan kritis yang dapat berfungsi sebagai landasan perubahan dalam masyarakat dan universitas. Perubahan tersebut didukung oleh fondasi infrastruktur yang modern dan baru.¹¹⁵

b. Potensi dan Pola Bisnis Pesantren

Potensi dimaknai sebagai kemampuan atau kapasitas yang dimiliki seseorang atau kelompok dan lembaga dalam mewujudkan harapan dan keinginan yang baik. Pesantren sebagai satu lembaga pendidikan berkarakteristik khusus memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan. Setiap pesantren juga memiliki potensi yang berbeda beda.

Potensi pesantren untuk memasuki dunia bisnis atau pasar cukup besar peluangnya. Produk pesantren memiliki keuntungan karena beberapa alasan. Faktor pertama adalah bahwa ada lebih dari satu juta santri yang belajar di pesantren baik di Jawa Timur dan seluruh Indonesia, yang merupakan potensi pasar untuk usaha pesantren yang sudah tersedia. Faktor kedua adalah bahwa jaringan yang sudah terbentuk dapat digunakan sebagai tempat untuk menyalurkan produk. Apalagi, santri dan keluarga biasanya memiliki ikatan emosional terhadap pondok

¹¹⁴ Hamdan Rasyid, "Peran pesantren dalam pengembangan ekonomi islam," dalam *kertas kerja dalam seminar ekonomi Outlook*, 2012, 1–10, <https://www.academia.edu/download/32490927/Peran-Pesantren-dalam-Pengembangan-Ekonomi-Islam.pdf>.

¹¹⁵ Moh Roqib, "Increasing social class through islamic boarding schools in Indonesia," *Journal of Social Studies Education Research* 12, no. 2 (2021): 305–29.

pesantren tempat mereka belajar. Faktor ketiga adalah fakta bahwa banyaknya pesantren di Indonesia khususnya Jawa Timur membuat mereka menjadi kekuatan dan pasar potensial untuk produk-produk mereka. Produk-produk ini mencakup berbagai produk pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, makanan, minuman, pakaian, kerajinan, alat rumah tangga, jasa, pariwisata, dan teknologi informasi. Hal ini pasti akan menjadi potensi jika dioptimalkan.¹¹⁶

Dapat disimpulkan bahwa potensi pesantren ada tiga komponen yaitu: santri (kuantitas maupun kualitasnya), pesantren itu sendiri (secara kelembagaan dan fungsi), dan captive market (pasar yang dimiliki pesantren dapat diharapkan untuk menggerakkan perekonomian masyarakat, khususnya di lingkungan pesantren). Potensi pesantren dalam bidang ekonomi dapat disebut sebagai motor penggerak pada beberapa hal berikut ini:

1) Ekonomi Syariah,

Dalam akselerasi ekonomi Islam pesantren menjadi lokomotifnya.¹¹⁷ Pesantren memainkan dua peran strategis dalam ekonomi syariah. Pertama, mereka membantu mengembangkan keilmuan dan menyebarkan ekonomi syariah ke masyarakat. Ini karena pesantren dianggap sebagai lembaga yang sah untuk mengkader ulama dan dai di masyarakat.¹¹⁸ Ulama yang berasal dari pesantren dapat menjadi pakar ekonomi Islam yang sangat dibutuhkan sebagai Dewan Pengawas Syariah (DPS) bagi Lembaga Keuangan Syariah (LKS), yang bertanggung jawab untuk mengawasi dan menjaga operasi dan program LKS sesuai dengan syariah. Kedua, membangun laboratorium untuk menerapkan teori ekonomi syariah dalam operasi ekonomi. Selain itu, peran ini sangat strategis karena masyarakat melihat pesantren sebagai contoh dalam kehidupan sehari-hari. Jika

¹¹⁶ Zora Febriena Dwithia Hidayat Putri dan Ranitya Ganindha, "Pengembangan Potensi Produksi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pondok Pesantren Melalui Pendampingan Hak Kekayaan Intelektual," t.t.

¹¹⁷ Yuliana dan Tarigan, "Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren."

¹¹⁸ Rasyid, "Peran pesantren dalam pengembangan ekonomi islam."

pesantren dapat memanfaatkan potensinya dalam ekonomi syariah dan berhasil, masyarakat pasti akan mengikutinya.¹¹⁹

Dalam rangka akselerasi ekonomi syariah, pemerintah memiliki beberapa program. Masa kepemimpinan Jokowi ada tiga kebijakan untuk mendorong pengembangan ekonomi syariah di Indonesia diawali dengan AKSI pada tahun 2015, pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) pada tahun 2016, dan MAKSI pada tahun 2019.¹²⁰

2) Ekonomi kerakyatan (UMKM dan *Halal Value Chain*)

Pesantren memiliki kemampuan untuk mendorong orang lain, memberikan inspirasi, dan membantu masyarakat menjadi lebih mampu. Peran pesantren juga berubah seiring perkembangan sosial budaya, kemajuan teknologi, dan kebutuhan akan pekerjaan. Sekarang, pesantren tidak hanya menjadi tempat untuk belajar agama dan pengetahuan lainnya, tetapi juga dapat membantu orang-orang di dalamnya mendapatkan lebih banyak bekal untuk hidup lebih layak. Di Indonesia, program pemberdayaan UMKM sedang digalakkan, dibina dan didampingi oleh pemerintah untuk membangun ekonomi pesantren dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. UMKM pesantren ini nantinya akan membangun ekosistem yang sebesar-besarnya dan memberi bekal kepada para santri dalam mewujudkan ekonomi pesantren. Secara tidak langsung perekonomian umat bergantung pada UMKM, yang memastikan kemandirian pesantren (UMKM berbasis pesantren).

Pengembangan UMKM di pondok pesantren tidak hanya membantu pertumbuhan ekonomi pesantren tetapi juga memfasilitasi kreativitas santri setelah tamat sekolah dan kuliah. Tujuan pendidikan kewirausahaan pesantren untuk membangun modal insani para santri dalam berwirausaha, yang terdiri dari beberapa modal: (1). Modal sosial (*social capital*) yang merupakan modal utama yang harus dimiliki seseorang, yang terdiri dari kejujuran, kepercayaan, integritas,

¹¹⁹ Yuliana dan Tarigan, “Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren.”

¹²⁰ Ahmad Dahlan, Adam Voak, dan Naerul Edwin Kiky Aprianto, “The Political Challenge of Islamic Economic Development in The Jokowi Government, Indonesia,” *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2024): 81–100.

dan komitmen; (2). Modal intelektual (*intellectual capital*); (3). Modal mental dan moral merupakan modal keberanian yang dilandasi agama; dan (4). Modal motivasi.¹²¹

Dengan melihat potensi dan kekuatan yang dimiliki pesantren, akan lebih mudah untuk mendesain konsep atau pola bisnis yang dapat dibentuk. Dan bagaimana pola itu dikembangkan serta dapat bersaing dengan optimal. Di lingkungan pesantren, setidaknya ada empat cara untuk berbisnis. Yang pertama adalah berfokus pada kiai, yang paling bertanggung jawab atas pengembangan pesantren. Kedua adalah usaha yang bertujuan untuk membantu biaya operasional pesantren. Misalnya, pesantren memiliki bisnis yang menghasilkan uang, seperti menyewakan tempat pertemuan dan rumah. Ketiga, upaya ekonomi untuk membantu santri dengan memberi mereka keterampilan dan kemampuan sehingga mereka dapat menggunakan keterampilan tersebut setelah mereka meninggalkan pesantren. Program pendidikan yang berkaitan dengan bisnis ekonomi, seperti pertanian dan peternakan, dibuat oleh pesantren. Keempat, pengembangan usaha untuk alumni. Dari keuntungan usaha dibagi antara alumni dan pesantren.¹²²

Jika dilihat dari besarnya usaha, berdasar jangkauan pasar kelompok usaha menurut Kotler dan Amstrong dapat dibagi menjadi empat yaitu:¹²³

- 1) Pemimpin Pasar (*market leader*), yang menguasai 40% pasar.
- 2) Penantang Pasar (*market challenger*), menguasai pasar sebesar 30%.
- 3) Pengikut Pasar (*market follower*), menguasai 20% atas pasar.
- 4) Relung Pasar (*market niche*), menguasai pasar sebesar 10%.

c. Pengembangan Program Pemberdayaan Ekonomi Pesantren

Pengembangan ekonomi di pesantren merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat sebagaimana yang dijelaskan dalam UU pesantren. UU

¹²¹ Fina Rahmawati dan Sri Walyoto, "Optimalisasi Hebitren dan Potensi UMKM Halal dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Pondok Pesantren: Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Hikmah Dusun Hargosari Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo," *Social Science Studies* 2, no. 3 (2022): 240–57.

¹²² Mohammad Nadzir, "Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 37–56.

¹²³ Rifqi Aziz, "Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan dan pertumbuhan pasar: pemimpin, pesaing, pengikut, nicher (suatu literature review)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 418–41.

No 18 tahun 2019 menjelaskan bahwa pesantren memiliki tiga fungsi utama, yaitu fungsi Pendidikan, fungsi dakwah dan fungsi pemberdayaan masyarakat. Untuk fungsi pemberdayaan masyarakat, pesantren harus berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pesantren itu sendiri. Hal ini sangat memungkinkan, karena pesantren memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk mewujudkan hal itu.

Kendati banyak pesantren yang memosisikan dirinya (hanya) sebagai institusi pendidikan dan keagamaan, namun sejak tahun 1970-an beberapa pesantren telah berupaya melakukan reposisi dalam menyikapi berbagai persoalan sosial masyarakat, seperti ekonomi, sosial dan politik. Oleh karena itu, pesantren dituntut untuk melakukan pembaharuan yang dapat mengoptimalkan potensi yang dimilikinya. Khususnya, dalam pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi. Untuk itu, upaya lembaga dalam peningkatan sumber daya manusia yaitu dengan cara: pendidikan dan pelatihan bagi ustadz dan santri, mengikut sertakan dalam seminar, lokakarya, forum-forum diskusi dan lomba karya ilmiah sehingga dengan sendirinya kualitas sumber daya manusianya akan meningkat.¹²⁴

Pesantren dapat membantu ekonomi masyarakat dengan menawarkan lapangan pekerjaan, peluang bisnis, dan mendirikan organisasi keuangan dan sosial, serta pendidikan santri. Pertama dari perspektif lapangan kerja, pesantren terus meningkatkan untuk memberikan pendidikan berkualitas tinggi kepada siswanya dan meningkatkan peluang bisnis. Kedua, Industri rumahan dan UMKM di sekitar pesantren adalah target peluang usaha di lingkungan pesantren. Ketiga, mendirikan organisasi bisnis dan keuangan untuk pesantren. Pesantren dapat membentuk koperasi atau lembaga keuangan seperti Bank Wakaf Mikro, BMT, atau lembaga sosial seperti lembaga zakat. Keempat, pendidikan santri secara tak langsung mendukung pemberdayaan ekonomi umat. Lulusan pesantren diharapkan menjadi ahli agama dan dapat mendakwahkan ilmunya kepada masyarakat.¹²⁵

¹²⁴ Saiful Bakhri, "Dinamika ekonomi dalam perspektif pesantren," *Tasharruf: Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 2 (2020): 40–50.

¹²⁵ Muhammad Anwar Fathoni dan Ade Nur Rohim, "Peran pesantren dalam pemberdayaan ekonomi umat di Indonesia," dalam *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 2019, 133–40, <https://journal.uii.ac.id/CIMAE/article/view/12766>.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemberdayaan ekonomi di pesantren, yaitu:¹²⁶

1) Doktrin keagamaan

Ada hubungan antara agama dan ekonomi, yang menyatakan bahwa agama berkontribusi dalam peningkatan motivasi dan semangat masyarakat dalam berekonomi. Bahkan agama juga turut serta dalam pengambilan keputusan komoditi yang harus diproduksi. Nilai-nilai Islam dalam praktik kegiatan ekonomi tertuang dibahas dalam bab muamalah. Masyarakat harus seimbang dalam memenuhi kebutuhan dunia dan akhirat, kecukupan materi dunia menjadi salah satu hal yang diwajibkan. Pelaksanaan rukun Islam juga tergantung pada kecukupan materi dunia, diantaranya adalah: zakat dan haji. Rasulullah bahkan pernah menyampaikan bahwa tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah. Artinya umat Islam lebih baik memberi daripada menerima. Motif pesantren dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat ada tiga yaitu: motif keagamaan, motif sosial dan motif politik.

2) Santri dan program ekonomi pesantren

Santri memiliki peran yang cukup signifikan dalam pengembangan ekonomi pesantren. Karena santri adalah satu harapan pesantren yang dapat menjadi agen pengembangan baik di pesantren maupun di masyarakat. Santri tidak hanya belajar ilmu agama, tetapi mereka juga dibekali dengan ilmu, keterampilan, dan pelatihan yang dapat meningkatkan *soft skill* mereka.

Bentuk pemberdayaan unit usaha pesantren dapat secara langsung (seperti pemberian modal usaha, pendidikan keterampilan ekonomi, pemberian dana konsumsi), maupun secara tidak langsung (misalnya: pendidikan keterampilan ekonomi, perlindungan dan dukungan terhadap kaum dengan kondisi ekonomi lemah, dan lain-lain). Namun dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari kendala atau hambatan.

Ada beberapa kendala atau hambatan dalam mengimplementasikan program pemberdayaan di Pondok Pesantren yaitu kurangnya tenaga ahli, yang melakukan

¹²⁶ Nadzir, "Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren."

pendampingan dan pelatihan kepada pihak pesantren. Kalaupun ada yang melakukan pendampingan atau pemberian dana bantuan (hibah), tahapan berikutnya belum tentu dilakukan. Ketika pendampingan telah selesai dilakukan, tahapan berikutnya adalah melakukan evaluasi, pengawasan dan pendampingan berkelanjutan.¹²⁷

Dalam hal pengembangan pesantren di segala bidang khususnya ekonomi pemerintah sudah mulai ikut terlibat. Keterlibatan pemerintah terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 10: Ringkasan Kebijakan Pemerintah (Kemenag RI) Tentang Pesantren¹²⁸

No	Kebijakan Pemerintah	Penjelasan atas Kebijakan
1	UU No 20 tahun 2003	Sisdiknas: Pendidikan adalah usaha untuk mewujudkan pembelajaran yang membekali peserta didik dengan akhlakul karimah, siap berbakti di masyarakat.
2	Keppres No.22 tahun 2015	Menetapkan tanggal 22 Oktober sebagai hari santri
3	UU No 18 tahun 2019	Undang -undang tentang pesantren
4	Perpres No 82 tahun 2021	Dana abadi pesantren
5	Roadmap kemandirian pesantren (Kemenag) tahun 2021-2024	2021: program pesantrenpreneur dan bantuan untuk 100 pesantren 2022: bantuan 500 pesantren, peluncuran 100 BUMPES Santripreneur, platform digital ekonomi pesantren, dan replikasi program kemandirian 2023: bantuan 1.500 pesantren, program <i>community economic hub</i> . 2024: replikasi kemandirian ekonomi pesantren

Keterlibatan pemerintah dalam pengembangan ekonomi pesantren tidak hanya dilakukan oleh kementerian agama, tetapi juga pemprov, kemenkop UMKM, BI, dan beberapa kementerian lainnya. Selain keterlibatan pemerintah berbagai cara

¹²⁷ Yuliana dan Tarigan, “Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Se-Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren.”

¹²⁸ Moh Ilham dan Novie Andriani Zakariya, “Analisis Kebijakan Kementerian Agama RI Terkait Impelementasi Program Kewirausahaan di Pesantren Indonesia,” *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah* 4, no. 1 (t.t.): 27–42.

dan upaya dapat dilakukan. Kiai dalam mengembangkan unit usaha pesantren melakukan berbagai strategi dan terobosan, seperti; pertama, doktrin agama sebagai penyiapan SDM santri. Kedua, memberdayakan jejaring alumni (tergabung dalam himpunan alumni) dalam memasarkan produk, karena pada umumnya alumni pesantren menjadi orang yang cukup berpengaruh di tengah masyarakat. Ketiga, untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat dengan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan.¹²⁹

Adapun dalam penguatan institusi, hal-hal yang harus diperhatikan antara lain adalah analisis kebutuhan subjek sasaran ekonomi, yang juga dikenal sebagai evaluasi kebutuhan. Untuk mendapatkan keuntungan yang cepat, produk yang ditawarkan harus ditargetkan pada pemenuhan kebutuhan santri dan masyarakat sekitar. Kedua, melakukan analisis potensi sumber daya manusia untuk kegiatan (ekonomi). Ketiga, tentukan kebutuhan dan kemungkinan untuk membuat rancangan program yang memadai. Keempat, memanfaatkan jaringan kerja atau networking pesantren saat melaksanakan program. Kelima, lakukan evaluasi kinerja untuk mengetahui kemajuan yang telah dicapai.

Berbagai program pengembangan ekonomi pesantren untuk mendukung pesantren sebagai basis arus ekonomi Indonesia adalah:

- 1) Pemanfaatan kerjasama antar pesantren dalam pengembangan berbagai usaha yang potensial.
- 2) Menyediakan pasar virtual untuk produk pesantren, sebagai upaya mendorong terjalannya kerjasama bisnis pesantren.
- 3) Membuat *holding* pesantren, serta menyusun standar laporan keuangan yang dikenal dengan nama SANTRI. Yaitu sisten akuntansi pesantren Indonesia yang bisa dimanfaatkan oleh semua unit bisnis pesantren.¹³⁰

Salah satu indikator pertumbuhan dan perkembangan ekonomi rakyat ke arah yang lebih baik adalah geliat ekonomi pesantren. Kemandirian pesantren sebagai modal besar yang potensial untuk pemberdayaan ekonomi rakyat. Maka berbagai

¹²⁹ Mohammad Anas, "Kiai dan kemandirian ekonomi pesantren," *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 10, no. 1 (2020): 68–98.

¹³⁰ Ahmad Misbah, "Ekonomi Kerakyatan Berbasis Pesantren," *Jurnal Al-Iqtishod* 5, no. 1 (2021): 1–15.

langkah strategis harus dilakukan agar apa yang diharapkan bisa terwujud. Komitmen dan keterlibatan semua pihak terkait harus dioptimalkan. Diantaranya adalah masyarakat pesantren (kiai, santri, asatidz, dan masyarakat pesantren). Selain itu harus ada evaluasi berkala untuk melihat pengaruh dari penguatan proses kemandirian ekonomi pesantren. Pesantren harus siap bersaing dengan kalangan manapun jika ingin menjadi pemimpin di pasar dan memberi dampak signifikan untuk masyarakat.¹³¹

Terdapat beberapa macam strategi bersaing khusus yang dapat dilakukan untuk menembus pasar yaitu (Kotler & Keller, 2009):¹³²

- 1) Strategi diskon harga: pesaing dapat menjual barang serupa dengan harga lebih rendah. Tiga persyaratan harus dipenuhi agar strategi diskon harga berhasil. Pertama, pesaing harus meyakinkan konsumen bahwa barang dan jasanya sebanding dengan pemimpin. Kedua, konsumen harus sensitif terhadap perbedaan harga. Ketiga, pemimpin pasar harus menahan diri untuk tidak menurunkan harga meskipun pesaing menyerangnya.
- 2) Strategi barang yang lebih murah: pesaing dapat menawarkan barang berkualitas rendah atau rata-rata dengan harga yang jauh lebih rendah.
- 3) Strategi memberi harga tinggi pada barang dan jasa. Strategi untuk merebut pangsa pasar dengan mengkombinasikan kualitas tinggi dan harga rendah.
- 4) Strategi barang bergengsi: mengeluarkan produk yang lebih berkualitas dan mengenakan harga yang lebih tinggi daripada pesaing.
- 5) Strategi keaneka ragaman produk. Memberi banyak pilihan kepada pembeli dengan keaneka ragaman produk.

¹³¹ Wahyu Setiawan Djodi dan Taufiqur Rahman, "Model Penguatan Kemandirian Ekonomi Pesantren Melalui Pengembangan Potensi Produk Halal di Pesantren An-Nasyiin Pamekasan," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 4, no. 2 (2023): 176–92.

¹³² Mohammad Rosyada dan Anah Wigiawati, "Strategi survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di tengah pandemi COVID-19 (studi kasus pada 'Batik Pesisir' Pekalongan)," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 4, no. 2 (2020), <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/2424>.

- 6) Strategi inovasi produk: mengenalkan produk baru yang telah diperbaiki dan terdifferensiasi pada pasar yang baru.
- 7) Strategi memperbaiki pelayanan. Menawarkan pelayanan yang lebih baik dan baru kepada pembeli.
- 8) Strategi inovasi distribusi. Menemukan dan membuat salura distribusi yang baru.
- 9) Strategi menurunkan biaya manufaktur.
- 10) Membuat iklan dan promosi yang intensif.

5. Kontribusi UMKM dalam Pengembangan Perekonomian Masyarakat Pesantren

Sebagai sektor informal UMKM diyakini mampu mengatasi kemiskinan, ketimpangan ekonomi, dan dapat mensejahterakan masyarakat. Kegiatan usaha yang dilakukan UMKM mampu memperluas lapangan kerja dan memiliki peran untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Bahkan pada saat terjadi krisis UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan UMKM terus didorong oleh pemerintah sehingga tenaga kerja dapat terserap dengan maksimal, dengan demikian mampu menekan angka pengangguran. Adanya peran yang cukup strategis, maka pemberdayaan terhadap UMKM harus terus dilakukan. Pemberdayaan UMKM sebagaimana dijelaskan dalam UU No.20/2008 adalah upaya sinergis yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam bentuk pengembangan usaha dan penumbuhan iklim sehingga UMKM mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang mandiri dan tangguh.¹³³

Pada perkembangan ekonomi di Indonesia yang menjadi wujud nyata kehidupan ekonomi masyarakat, UMKM sebagai sokoguru memiliki banyak kontribusi. Diantara kontribusi yang dimiliki adalah: sebagai penyumbang produk domestik terbesar, bertambahnya lapangan pekerjaan, penyerapan tenaga kerja (menurunkan angka pengangguran), meningkatkan pendapatan nasional, menjadi

¹³³ Yuliana dan Tarigan, "Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Se-Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren."

solusi bagi masyarakat kelas menengah, penurunan angka kemiskinan, dan fleksibilitas dalam operasional.¹³⁴

Pada tahun 1998 saat terjadi krisis moneter di Indonesia UMKM relatif mampu bertahan dibanding perusahaan besar. UMKM berkontribusi dalam melakukan inovasi, membuka lapangan pekerjaan, dan penyedia pasar baru. Menurut Departemen Koperasi UMKM memiliki peran penting, yaitu:¹³⁵

- a. Kedudukan UMKM pada kegiatan ekonomi di berbagai sektor adalah sebagai pemeran utama.
- b. Menjadi penyedia terbesar lapangan kerja.
- c. Dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan kegiatan ekonomi lokal, UMKM menjadi pemain penting.
- d. Sumber inovasi dan pencipta pasar baru
- e. Kegiatan ekspor menjadi sumbangan UMKM dalam menjaga neraca pembayaran.

Pada tahun 2017 pelaku UMKM memberikan sumbangan devisa yang cukup besar, berdasar data dari Kementerian Koperasi dan UKM jumlahnya mencapai Rp 88,45 miliar (peningkatan delapan kali lipat dibanding tahun 2016). Apabila dibandingkan dengan usaha yang berskala lebih besar, UMKM memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi. Oleh karena itu perlu adanya dukungan dalam bentuk informasi akurat maupun perhatian khusus. Dengan demikian jaringan pasar yang luas dapat didapatkan, berkembang dengan maksimal dan mampu bersaing.

Dengan berkembangnya UMKM, diharapkan juga memberikan kontribusi positif, berupa: dominasi pelaku usaha (99,9%); PDB yang dihasilkan sebesar 59,08% (Rp 4.869,57 triliun), sebagai tulang punggung perekonomian nasional karena tumbuh sebesar 6,4% per tahun; keberadaan UMKM secara geografis

¹³⁴ Rachmawan Budiarto dkk., *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis* (Ugm Press, 2018), https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JDdbDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=penge+mbangan+umkm+antara+konseptual+dan+pengalaman+praktis&ots=IufRvSfjZG&sig=reudR8zQAlqy92TokRqQsu_ujFA.

¹³⁵ Kadeni, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat."

tersebar untuk semua sektor di seluruh Indonesia. Memberikan layanan kebutuhan pokok kepada masyarakat; memiliki *multiplier effect* yang tinggi.¹³⁶

Pada tahun 2020 UMKM berkontribusi besar terhadap PDB yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.573,89 triliun. Disamping itu, penyerapan tenaga kerja mencapai angka yang besar yaitu 97% dari daya serap dunia usaha. Banyaknya UMKM berbanding lurus dengan banyaknya lapangan kerja di Indonesia, hal ini menunjukkan UMKM memiliki kontribusi besar dalam menyerap tenaga kerja.¹³⁷

Tidak hanya di Indonesia, pada pertumbuhan ekonomi di India UMKM dianggap sebagai mesin utama yang memberi sumbangan 30% produk domestik bruto (PDB) dan 45% ekspor barang dagangan PIB (2019). Sektor ini merupakan segmen penting dari Perekonomian India karena dalam prosesnya menjadi pembangkit tenaga listrik dalam penciptaan lapangan kerja bagi banyak orang, produksi industri, ekspor, dan pembentukan basis wirausaha yang luas di negara tersebut. Sektor UMKM telah menjadi sumber penghidupan yang penting dan penyedia lapangan kerja terbesar kedua setelah sektor pertanian di India.¹³⁸

Dalam perspektif Bappenas, UMKM berperan dalam: memperluas kesempatan kerja dan menyerap tenaga kerja; membentuk Produk Domestik Bruto (PDB); menyediakan jaring pengaman khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalankan aktivitas ekonomi produktif. Tidak sedikit juga UMKM telah memberikan kesempatan dan peluang kerja kepada kelompok marginal seperti perempuan, pemuda, atau komunitas adat tertentu. UMKM mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif. Masyarakat dari berbagai lapisan memiliki peluang untuk sejahtera dan tumbuh ekonominya. Terdapat delapan indikator untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat, yaitu: pendapatan, makanan, kondisi

¹³⁶ Kadeni.

¹³⁷ Asep Hidayat, Surya Lesmana, dan Zahra Latifah, "Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional," *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 6 (2022): 6707–14.

¹³⁸ B. Suresh Lal, Phalguni Sachdeva, dan Mittal T. Simran, "Impact of Covid-19 on micro small and medium enterprises (MSMEs): An overview," *International Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 12 (2020): 5–12.

rumah, fasilitas yang dimiliki di rumah, tingkat kesehatan, fasilitas kesehatan, fasilitas pendidikan, dan fasilitas transportasi.¹³⁹

6. Tantangan dan Peluang yang Dihadapi UMKM

Dalam perkembangannya UMKM tidak terlepas dari tantangan dan permasalahan yang muncul baik secara internal maupun eksternal, berbagai tantangan struktural dan operasional yang menghambat daya saing dan keberlanjutannya. Salah satu persoalan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia, khususnya dalam menjaga ketersediaan tenaga kerja yang profesional dan kompeten. Banyak pelaku usaha kesulitan mempertahankan karyawan terampil karena keterbatasan insentif dan sistem pengembangan kapasitas yang belum optimal.

Selain itu, minimnya akses pasar juga menjadi hambatan serius. Hal ini dipengaruhi oleh keterbatasan jaringan, kurangnya akses terhadap informasi pasar yang akurat, serta lemahnya pemahaman terhadap konsep pemasaran yang komprehensif. Akibatnya, produk-produk UMKM sulit bersaing dan menembus pasar yang lebih luas. Di sisi lain, rendahnya tingkat kemampuan manajemen keuangan turut memperburuk kondisi ini. Banyak pelaku usaha belum mampu mengelola arus kas, pencatatan keuangan, dan perencanaan keuangan secara baik, sehingga berdampak pada keberlangsungan usaha mereka.

Tantangan lain yang tak kalah penting adalah kesulitan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kecepatan inovasi di pasar. Pelaku UMKM sering kali tertinggal dalam pemanfaatan teknologi digital yang sebenarnya dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Ditambah lagi, masih banyak konsumen yang belum sepenuhnya percaya terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh industri kecil, yang menjadi hambatan dalam membangun loyalitas pasar.

¹³⁹ Enike Tje Yustin Dima dan Maria Aprilia Sintia Waja, "Peran UMKM Dalam Menjaga Stabilitas Perekonomian Masyarakat Akibat Pandemi Covid-19 Di Kota Atambua Kabupaten Belu (Studi kasus home industri pembuatan stik berbahan dasar daun kelor)," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan (JPM-IKP)* 5, no. 1 (2022): 9–13.

Permasalahan permodalan juga menjadi kendala krusial, baik karena keterbatasan akses terhadap lembaga pembiayaan eksternal maupun karena hanya mengandalkan modal pribadi yang jumlahnya sangat terbatas. Sementara itu, regulasi dan birokrasi turut menambah beban, terutama karena rendahnya tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya legalitas usaha. Banyak UMKM yang belum berbadan hukum, dan sektor usaha yang tidak terorganisir ini diperkirakan mencakup lebih dari 90% dari total pelaku usaha. Dari jumlah tersebut, sekitar 84,17% merupakan usaha rumah tangga yang dikelola secara mandiri oleh pemilik atau wiraswasta, dan sisanya didominasi oleh unit usaha mikro dengan jumlah pekerja kurang dari lima orang.¹⁴⁰

Survei angkatan kerja juga menunjukkan bahwa sebagian besar pekerja di sektor ini bekerja tanpa kontrak tertulis, tidak memperoleh hak cuti berbayar, serta tidak memiliki akses terhadap manfaat jaminan sosial. Kondisi ini mencerminkan lemahnya perlindungan ketenagakerjaan di sektor UMKM, yang pada akhirnya berdampak pada stabilitas dan profesionalitas tenaga kerja secara umum.

Adapun untuk faktor eksternal, yaitu permasalahan yang timbul dari pihak pengembang atau pembina UMKM. Contohnya ketika ada solusi atas sebuah masalah tidak tepat sasaran, pembinaan yang diberikan kurang maksimal khususnya ketika melakukan monitoring, dan pesaing yang tidak bisa bersaing secara sportif.

Selain beberapa masalah di atas, kondisi yang tidak menentu dari berbagai bidang juga sangat berdampak pada perkembangan UMKM. Krisis tahun 1998 dan pandemi covid 19 contohnya, tidak ada keraguan bahwa munculnya pandemi virus corona telah menimbulkan luka mendalam bagi para pelaku ekonomi utama di dunia yang semakin saling bergantung seperti yang kita tinggali saat ini. Pandemi menghasilkan efek pengganda (*cascading multiplier effect*) di hampir semua bidang perekonomian dan oleh karena itu mengancam potensi prospek pertumbuhan suatu negara. Krisis ini diam-diam namun secara terang-terangan telah menimbulkan kemunduran yang fatal terhadap kehidupan manusia, berdampak pada gaya hidup,

¹⁴⁰ Esra Sipahi, "COVID 19 and MSMEs: A Revival Framework," *Research Journal in Advanced Humanities* 1, no. 2 (2020): 7–21.

bisnis, perekonomian, dan menghancurkan pola perilaku konvensional (yakni keyakinan kita akan kesejahteraan atau kesejahteraan bersama, kebebasan, mobilitas, kebutuhan, dll).¹⁴¹

UMKM sebagai satu lembaga yang cukup kuat di satu sisi, tetapi tetap rentan di sisi lain. Berbagai upaya perlu dilakukan dalam rangka menjaga keberlangsungan UMKM. Ketika terjadi krisis dan juga pandemi Covid 19, semua unit bisnis berada pada kondisi sakit. Hal ini terjadi karena beberapa faktor yaitu: minimnya dana, rantai pasokan terganggu, permintaan pasar cukup rendah, operasi bisnis dihentikan, kelangkaan bahan baku, dan masih banyak faktor penyebab lainnya. Keputusan jangka pendek dan jangka Panjang pemerintah dibuat dalam rangka menghidupkan perekonomian kembali.

Diantara bentuk kebijakan yang dibuat oleh pemerintah adalah memberikan subsidi, membuka lapangan pekerjaan, pinjaman lunak dan tanpa agunan, pemberian ijin jatuh tempo, menambah aksesibilitas keuangan, memberikan kemudahan akses dan jaringan pemasaran secara online, pemotongan pajak, beberapa solusi atau kebijakan lain yang telah dibuat. Berbagai upaya konkrit dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah UMKM diantaranya: program (PEN) Pemulihan Ekonomi Nasional, mendorong UMKM untuk on board ke platform digital melalui Program (Gernas BBI) Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, perluasan ekspor produk Indonesia didorong melalui kegiatan (AOSD) *ASEAN Online Sale Day* di 2020, di DKI Jakarta atas inisiatif Sandiaga Uno dan Anies Baswedan melakukan program (Ok Oce) One Center of Enterpreunership yaitu membina kewirausahaan UMKM, program lainnya dalam pengembangan UMKM melalui ekosistem kewirausahaan adalah Jak Preuneur sebagai platform kreasi, kolaborasi dan fasilitasi.¹⁴²

Upaya lain yang dilakukan pemerintah oleh Kementerian Koperasi dalam melindungi dan memulihkan kondisi UMKM di tengah pandemi melalui lima skema, yaitu:

¹⁴¹ Sipahi.

¹⁴² Hidayat, Lesmana, dan Latifah, "Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional."

- a. Memberikan bantuan sosial kepada UMKM kategori miskin dan rentan. Skema bantuan yang diberikan berupa penurunan tarif listrik 50% untuk pengguna listrik dengan kapasitas 450 watt selama tiga bulan. Namun kendalanya banyak data penerima belum terdokumentasi secara detail.
- b. Insentif perpajakan diberikan kepada UMKM dengan omset kurang dari Rp 4,8 miliar/ tahun. Bentuk stimulus PPh sebesar 0% diberikan selama 6 bulan periode April-September 2020.
- c. Relaksasi dan restrukturisasi kredit, berupa restrukturisasi atau pelonggaran pinjaman bank bersamaan dengan penyederhaan proses sertifikasi untuk eksportir (dari kemudahan impor bahan mentah).
- d. Ekspansi pembiayaan Modal Kerja untuk UMKM ini dilakukan dengan mendorong perbankan untuk memberikan pinjaman dengan suku bunga rendah. Dengan demikian modal kerja yang dimiliki UMKM cukup untuk menjalankan bisnis. Target dari program ini sebanyak 23 juta UMKM, dengan kriteria UMKM yang belum pernah mendapat pembiayaan dari lembaga keuangan dan perbankan.
- e. Penyediaan penyangga produk: produk koperasi dan UMKM di bidang industri rumah tangga, kuliner pertanian dan perikanan, membutuhkan dukungan penyangga. Dengan demikian, penyerapan produk UMKM dapat dipastikan, jika persiapan persediaan lebih baik. Jika kebijakan ini diikuti dengan upaya untuk meningkatkan arus distribusi yang aman, seperti dengan adanya fasilitas atau layanan e-commerce yang handal manfaatnya lebih besar dan dapat dirasakan.¹⁴³

Tidak hanya itu masalahnya, banyak UMKM dan juga masyarakat yang tidak memahami kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, terlebih lagi setiap pelaku bisnis memiliki perspektif yang berbeda dalam memaknai setiap masalah dan solusi yang diberikan. Namun demikian ketika setiap orang meyakini bahwa suatu kejadian buruk tidak selalu harus dinilai buruk, pasti ada hikmah dan pelajaran yang dapat

¹⁴³ Wilfarda Charismanur Anggraeni, Wulan Puspita Ningtiyas, dan Nurdiyah Nurdiyah, "Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia," *Journal of Government and Politics (JGOP)* 3, no. 1 (2021): 47–65.

diambil. Hikmah dan pelajaran ini biasa kita sebut sebagai sebuah peluang. Tentunya semua solusi yang diberikan dapat mengatasi masalah yang ada, jika dilakukan dengan cepat dan efektif.

Namun demikian langkah langkah dan tahapan setiap kebijakan pemerintah yang dibuat harus dilaksanakan dengan tepat dan sesuai. Pasalnya banyak bantuan yang disalurkan tidak tepat sararan, kurang efektif, dan tidak dapat mengatasi masalah dengan baik. Tidak menutup kemungkinan bahwa setiap bantuan dan program yang ditawarkan oleh pemerintah tidak dapat optimal mengatasi masalah. Semua sektor terkena dampak finansial, dan ada lima sektor yang terdampak cukup parah, dan pastinya masih terus menghadapi berbagai permasalahan.¹⁴⁴

Beberapa langkah dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penyaluran bantuan pemerintah, yaitu: sinkronisasi data, pendataan manual, prosedur distribusi yang jelas, monitoring dan evaluasi, pencegahan penyelewengan.¹⁴⁵

Dalam kajian yang lain, lebih spesifik dijelaskan langkah atau tahapan, agar bantuan pemerintah dapat tersalurkan dengan efektif dan efisien, yaitu:

- a. Identifikasi kebutuhan: penelitian dan survei harus dilakukan oleh pemerintah, untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM.
- b. Perencanaan yang matang: program bantuan yang dibuat perlu direncanakan dengan matang berdasar hasil survey yang didapatkan. Beberapa yang perlu dipertimbangkan adalah: tujuan jangka panjang, strategi, ketersediaan anggaran, dan kejelasan indikator keberhasilan.
- c. Pemilihan penerima bantuan: kriteria penerima harus ditetapkan dengan jelas dan transparan. Hal ini bisa dinilai dari sektor industri, ukuran bisnis, tingkat kerentanan dan juga faktor lain yang relevan.
- d. Komunikasi dan informasi: informasi tentang bantuan harus disampaikan dengan jelas dan terbuka. Untuk memastikan partisipasi maksimal dari

¹⁴⁴ Amritha Hariharan, Silpa Thomas, dan P. K. Viswanathan, "Impact of COVID-19 on the performance of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in India—A case study in Kerala," *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 2021, 14797–816.

¹⁴⁵ Anna Zahrotul Wahidah dkk., "Prosedur Penyaluran Bantuan Sosial di Era Pandemi Covid-19 pada Dinas Sosial Kabupaten Blitar," *Competence: Journal of Management Studies* 16, no. 1 (2022): 51–63.

UMKM yang memenuhi syarat tergantung dari tingkat komunikasi yang efektif.

- e. Aplikasi yang mudah; proses menggunakan aplikasi harus sederhana agar mudah diakses oleh UMKM.
- f. Pemantauan dan evaluasi: pemantauan secara berkala harus dilakukan oleh pemerintah, hal ini untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan program. Di samping itu evaluasi juga diperlukan, untuk mengukur dampak dari program tersebut.
- g. Pendampingan dan bimbingan: bantuan tidak selalu berbentuk finansial, pendampingan dan bimbingan juga dibutuhkan untuk membantu UMKM dan meningkatkan usaha. Pendampingan dapat berupa pelatihan, konsultasi, informasi akses jaringan dan sumber daya.
- h. Transparansi dan akuntabilitas: transparansi pengelolaan bantuan harus terjaga dengan baik. Sedangkan pentingnya akuntabilitas adalah untuk memastikan integritas dan kepercayaan dalam proses penyaluran bantuan.

7. Pandangan dan Harapan Masa Depan untuk UMKM

Industri lain yang mampu bertahan di tengah krisis pandemi COVID-19 adalah UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital dengan memanfaatkan pasar yang ada di Indonesia. UMKM yang mampu mengadaptasi bisnisnya dengan produk-produk inovatif, misalnya, mulai menjual tas dan pakaian dan kemudian beralih ke penjualan masker kain. Pasca pandemi masyarakat telah banyak beradaptasi dan melakukan belanja online karena beberapa alasan: menghemat uang; tidak menguras tenaga; efisiensi daya; terhindar dari masalah; belanja dapat dibatasi (fokus pada kebutuhan); harga bersaing; diskon/ harga menarik; efisiensi waktu; dan kenyamanan.¹⁴⁶

Selain adaptasi yang dapat dijadikan sebagai harapan baru masa depan UMKM adalah faktor kebijakan atau peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Masyarakat masih merasakan perizinan yang rumit dengan banyak regulasi pusat,

¹⁴⁶ Rahmi Rosita, "Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia," *Jurnal Lentera Bisnis* 9, no. 2 (2020): 109–20.

daerah dan *hiperregulasi* di berbagai sektor. Karena hal ini menyebabkan disharmoni, tidak operasional, tumpang tindih, dan sektoral. Pemerintah mengatasinya dengan beberapa peraturan perundang undangan diantaranya: UU No 2008 tentang UMKM dan Permen No 7 Tahun 2021, salah satunya pasal 37 yang membahas bahwa (a.) UMKM harus memiliki perizinan usaha, (b.) peirzinan berusaha diberikan berdasar tingkat risiko usahanya, (c.) NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk usaha dengan risiko rendah, (d.) Nomor induk berusaha dan sertifikat standar untuk usaha dengan risiko menengah rendah dan menengah tinggi, Nomor induk berusaha dan sertifikat standar untuk usaha dengan risiko tinggi.¹⁴⁷

Tujuan dibuatnya peraturan atau perundang- undangan adalah mengatur segala tatanan kehidupan masyarakat agar berjalan sesuai harapan. Namun demikian ternyata saat ini ada 4.451 peraturan Pemerintah Pusat dan 15.965 peraturan Pemerintah Daerah, menandakan kompleksitas dan obesitas regulasi. Disamping hambatan fiskal, infrastruktur, dan sumber daya manusia, undang-undang dan institusi menjadi hambatan utama. Regulasi sering membatasi atau bahkan tidak mendukung penciptaan dan pengembangan bisnis, oleh karena itu dibutuhkan regulasi yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut.

Pemerintah dalam hal ini merespon dengan peraturan baru yaitu UU No 11 tahun 2020 tentang CIPTAKER (Cipta Kerja). Pemerintah berharap UU Cipta Kerja akan memfasilitasi, melindungi, dan mendorong UMKM untuk berdaya saing. Upaya untuk menciptakan kerja melalui kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah; peningkatan ekosistem investasi dan kemudahan berusaha; dan percepatan proyek strategis nasional melalui investasi pemerintah pusat.¹⁴⁸ Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan kebijakan dan tindakan strategis mengenai cipta kerja yang memerlukan partisipasi dari semua pihak yang terkait. Undang-Undang tentang cipta kerja harus disusun dan ditetapkan dengan tujuan menyediakan pekerjaan yang merata bagi

¹⁴⁷ Dina Haryati Sukardi, Dwi Nurahman, dan Muhadi Muhadi, "Optimalisasi Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Melalui Umkm," *Jurnal Pengabdian Umkm* 1, no. 1 (2022): 52–56.

¹⁴⁸ Hidayat, Lesmana, dan Latifah, "Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional."

rakyat Indonesia di seluruh daerah untuk memenuhi hak atas penghidupan yang layak.

UMKM yang berada di pesantren bukan menjadi pilihan utama tetapi UMKM di pesantren mampu dan sangat potensial untuk bisa menepis pemikiran yang negatif dengan keinginan yang kuat, dan mampu bekerja sama dengan masyarakat yang berhasil membentuk kelompok usaha.¹⁴⁹ Lingkungan pesantren potensial dan sangat cocok untuk pengembangan UMKM. Karna pesantren tidak hanya pusat pengkaderan pakar atau ahli agama, tetapi dapat dioptimalkan potensinya untuk pemberdayaan ekonomi melalui dakwah bil hal. Dalam Islam ekonomi bukanlah *maqashid* tetapi *washilah*, sebagai satu metode mendapat kebahagiaan dunia akhirat.¹⁵⁰

Salah satunya terbukti bahwa pandemi Covid-19 yang berdampak secara langsung terhadap penurunan kinerja mayoritas UMKM di Indonesia. Tetapi hal ini berbeda dengan keberadaan UMKM di pondok pesantren Nurul Jadid dan beberapa pesantren lainnya khususnya di wilayah Az-Zainiyah. Penjualan, omset dan jumlah tenaga kerja mengalami peningkatan di masa pandemi. Hal ini karena ada kebijakan sistem *lock-down* dari pesantren.¹⁵¹ Ketika sistem *lock-down* diterapkan, semua unsur dan pihak tinggal dan bermuamalah serta melakukan aktivitas ekonomi di dalam pesantren.

C. Relasi Ekosistem dalam Membangun Kemandirian Ekonomi Pesantren

1. Ekosistem Dan Kemandirian Ekonomi

Konsep ekosistem ekonomi yang dijadikan sebagai dasar membangun konsep adalah teori *entrepreneurial ecosystem* (ekosistem kewirausahaan). Ekosistem kewirausahaan mempengaruhi kesuksesan kewirausahaan. Sebagaimana

¹⁴⁹ Avrizar Avrizar, Haryadi Haryadi, dan Syurya Hidayat, "Analisis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada pondok pesantren di Kota Jambi," *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16, no. 2 (2021): 391–408.

¹⁵⁰ Nadzir, "Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren."

¹⁵¹ Moh Idil Ghufroon Dkk., "Pelaku Umkm Di Pondok Pesantren: Tinjauan Fenomenologis Terhadap Pandemi Effect," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 1027–39.

yang sudah dijelaskan dalam paparan sebelumnya bahwa ekosistem merupakan pola interaksi untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi dengan baik.¹⁵²

Di dalamnya terdapat satu tatanan yang komprehensif dan saling mempengaruhi antara komponen ekosistem, serta terdapat hubungan timbal balik. Dengan interaksi yang ada antar komponen atau unsur dapat menyebabkan perubahan sosial (pola, perilaku, gaya hidup dan pemikiran).¹⁵³ Dengan berbagai pertimbangan, ekosistem menjadi satu hal penting dalam membuat inovasi. Hubungan ekosistem dimanfaatkan untuk menciptakan nilai lebih dengan sinergi dan efek jaringan yang dihasilkan dari para aktor.¹⁵⁴

Ekosistem sebagai satu pendekatan strategi baru yang efektif dan efisien dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Ekosistem sebagai suatu sistem yang saling memiliki korelasi atas dampak percepatan wirausaha dalam menciptakan usaha baru yang berkelanjutan. Keberlanjutan harus didukung oleh beragam stakeholders.

Pertumbuhan ekonomi hingga kemandirian ekonomi pesantren dapat diwujudkan melalui pendekatan ekosistem. Pada bagian ini akan dibahas lebih lanjut tentang relasi ekosistem dalam membangun kemandirian ekonomi pesantren. Kemandirian dimaknai sebagai bentuk kemampuan yang memberikan arah dan pengendalian diri untuk bertindak, tidak perlu dan merasa harus bergantung kepada orang lain. Tidak membutuhkan bantuan orang lain secara terus menerus, dan berusaha mengatasi permasalahan secara mandiri. Bisa disebut mandiri ketika memiliki inisiatif, mengejar prestasi, memiliki kepercayaan diri yang besar, dan tidak mencari perlindungan kepada pihak lain.

Selanjutnya kemandirian dimaknai sebagai sifat dan sikap untuk tidak menggantungkan diri pada orang lain. Dapat berkembang dengan optimal tanpa

¹⁵² Isenberg, "How to start an entrepreneurial revolution," 2010.

¹⁵³ Yani Mulyaningsih, *Pengembangan ekosistem kewirausahaan UMKM di Indonesia* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021), https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=IJmmEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pengembangan+ekosistem+kewirausahaan+UMKM+di+indonesia&ots=trJVEiPsY4&sig=hJNGklyujQ_uzy5fTLM_cz4LeGE.

¹⁵⁴ Madis Talmar dkk., "Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems: The Ecosystem Pie Model," *Long Range Planning* 53, no. 4 (2020): 101850.

tergiur oleh kepentingan sesaat dan oportunistis.¹⁵⁵ Kemandirian dalam konteks ekonomi merupakan kemampuan bertindak dalam memenuhi kebutuhan hidup tanpa bantuan dan bergantung pada orang lain, baik aspek ekonomi, sosial, intelektual dan aspek lainnya.¹⁵⁶

Menurut Tehrai kemandirian ekonomi yaitu keadaan masyarakat, organisasi, kelompok mampu bereproduksi dan memenuhi kebutuhan pribadi (sejahtera), tidak bergantung dalam melakukan aktivitas ekonomi dan mengatasi semua masalah untuk mewujudkan kesejahteraan.¹⁵⁷

Standar kemandirian ekonomi berdasar beberapa parameter yaitu: usaha yang dikelola secara ekonomis dan berorientasi pada keuntungan, rasa percaya diri dalam berbisnis, kegiatan usaha dilakukan dalam waktu yang lama sehingga memiliki kekuatan secara ekonomi, dan keberanian seseorang dalam menghadapi risiko untuk berhasil.¹⁵⁸

Secara ekonomi kemandirian pesantren berdasar pada derajat efektifitas, yaitu dampak dari usaha ekonomi yang dikembangkan di pesantren. Ada empat indikator yaitu: entrepreneurship santri (secara ekonomi dan proses pembelajaran), kontribusi terhadap pembiayaan operasional pesantren, masyarakat (pengembangan ekonomi masyarakat sekitar pesantren), pemerintah (dukungan terhadap program pemerintah).

Menurut Priambodo dalam tulisan Djazimah parameter kemandirian ekonomi diantaranya adalah:¹⁵⁹

- a. Ditandai oleh usaha atau pekerjaan dikelola secara ekonomis dan berorientasi pada keuntungan.
- b. Berasal dari rasa percaya diri dalam melakukan aktivitas ekonomi.

¹⁵⁵ Mohammad Muchlis Solichin, "Kemandirian pesantren di era reformasi," *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam* 9, no. 1 (2012), <https://ejournal.iainmadura.ac.id/nuansa/article/view/27>.

¹⁵⁶ Abdul Gufronul Mustaan, "Gaya Kepemimpinan Kiai Dalam Membangun Kemandirian Ekonomi Pesantren," *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2020): 30–46.

¹⁵⁷ Ahmad Fauzul Hakim, Mukhlis Muhammad Nur, dan Ichsan Ichsan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren," *el-Amwal* 5, no. 2 (2022): 1–16.

¹⁵⁸ Al Mustafa, *Santripreneur: Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Life Skill Di Pondok Pesantren*.

¹⁵⁹ Siti Djazimah, "Potensi Ekonomi Pesantren," *Jurnal penelitian agama* 13 (2004): 427.

- c. Kegiatan ekonomi dilakukan dalam jangka panjang, sehingga menghasilkan kekuatan untuk tumbuh dan berkembang.
- d. Dalam aktivitas ekonomi seseorang atau kelompok memiliki sikap berani untuk mengambil risiko.
- e. Perilaku dan sikapnya tidak terikat dengan kebijakan orang lain secara ekonomi.

Sedangkan menurut Susetyo kemandirian ekonomi dapat diukur dari beberapa aspek yaitu:¹⁶⁰

- a. Bebas dari hutang konsumtif, yaitu hutang yang tidak memberikan hasil atau keuntungan.
- b. Memiliki keyakinan kuat dalam bisnis, tidak mudah goyah ketika ada masalah. Menyelesaikan masalah hingga tuntas, serta siap dengan segala risiko.
- c. Berani untuk berinvestasi, baik dalam aset tetap yang likuid maupun non likuid.
- d. Mampu mengelola arus kas (*cash flow*) dengan baik.
- e. Memiliki kesiapan mental yang baik dan kuat.

Kemandirian pesantren bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya aspek produksi (sistem informasi produksi), stakeholders, kelembagaan, pasar (ketersediaan pasar), permodalan, dan yang tidak kalah pentingnya adalah kepemimpinan kiai serta keaktifan pengurus pesantren.¹⁶¹ Gaya kepemimpinan kiai dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren pada umumnya menggunakan corak kepemimpinan kharismatik, dengan pendekatan gaya demokratik. Pemahaman diberikan oleh kiai kepada santri tentang pemberdayaan, pengelolaan organisasi pesantren, membangun unit bisnis, dan bagaimana membangun kerjasama dengan pihak luar.¹⁶²

¹⁶⁰ Benny Susetyo, *Teologi Ekonomi: Partisipasi Kaum Awam Dalam Pembangunan Menuju Kemandirian Ekonomi* (Malang: Averroes Press, 2006).

¹⁶¹ Maya Silvana dan Deni Lubis, "Faktor yang Memengaruhi Kemandirian Ekonomi Pesantren (Studi Pesantren Al-Ittifaq Bandung)," *AL-MUZARA'AH* 9, no. 2 (2021): 129–46.

¹⁶² Abdul Gufronul Mustaan, "Gaya Kepemimpinan Kiai Dalam Membangun Kemandirian Ekonomi Pesantren," *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2020): 30–46.

Suksesnya kemandirian ekonomi pesantren tidak hanya untuk pesantren semata, peran pesantren cukup penting untuk merubah orientasi atau tujuan masyarakat dalam berekonomi. Yang pada awalnya bertujuan untuk memuaskan keinginan (*satisfying want*), berubah menjadi “cukup” melalui berbagai pemberdayaan. Secara tidak langsung pesantren berperan merubah kondisi sosial ekonomi masyarakat. Mengawal kegiatan ekonomi yang awalnya bersifat konsumtif menjadi moderat, merubah orientasi *utility* dan *profit oriented* menjadi maksimalisasi masalah. Berbagai upaya dilakukan mulai dari mempertimbangkan tatanan struktur sosial, edukasi nilai kemandirian ekonomi, pemerataan ekonomi, keikutserataan, keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah.¹⁶³

Dalam tulisan Chapra terdapat lima pilar utama aktualisasi kemandirian ekonomi berbasis sistem ekonomi islam, kelima pilar itu adalah: membangun faktor manusia, pengurangan pemusatan kekayaan, merestrukturisasi ekonomi, merestrukturisasi keuangan, dan merencanakan kebijakan strategis.¹⁶⁴ Sistem ekonomi Islam sebagai kegiatan ekonomi yang dipandu dan diarahkan oleh norma-norma Islam diantaranya meliputi kesetaraan dan kejujuran.¹⁶⁵

Dalam pengembangan usaha pesantren tidak terlepas dari berbagai macam masalah yang dihadapi pesantren, yaitu:

- a. Ada anggapan bahwa *tafaqquh fiddin* pesantren terganggu konsentrasinya karena pengembangan usaha pesantren.
- b. Pembagian peran pelaku utama di pesantren kadang tidak jelas, apakah kiai, keluarga ndalem, pengurus atau santri. Hal ini yang menyebabkan usaha pesantren tidak berjalan dengan konsisten.

¹⁶³ Luthfi Riadi, Achmad Febrianto, Dan Saifuddin Saifuddin, “Pengembangan Ekonomi Pesantren Berbasis Kearifan Lokal,” *Jurnal Islam Nusantara* 5, no. 2 (2021): 78–89.

¹⁶⁴ Muhammad Umer Chapra, “Islamic and economic development,” *The International Institute Of Islamic Thought*, 1993.

¹⁶⁵ Jamal Abdul Aziz dan Tulus Suryanto, “Is An Islamic Economic System Possible Without the Prohibition of Interest (Riba): A Critical Appraisal of A Shari’ah Compliant Economic System as Envisioned by Sjafruddin Prawiranegara (1911-1989) in Indonesia.,” *Manchester Journal of Transnational Islamic Law & Practice* 20, no. 4 (2024), <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=17423945&AN=182960701&h=zHUrWoU7GEMNUoqKtL6HthcyoMuR1Ngw0k0nBAy5HZodBOxVcdHvcSN8Tc5Sbuihnye8%2B2qoMKSGQmDzw104sg%3D%3D&crl=c>.

- c. Lemahnya *mindset* santri baik secara spirit maupun konsep dalam membangun kemadirian pesantren.
- d. Anggapan bahwa bantuan pemerintah untuk usaha pesantren sebagai hibah gratis, sehingga apabila modal (bantuan) habis untuk konsumsi bukanlah sebagai kesalahan.
- e. Kesulitan dalam mencari dan mendapatkan pasar.

Rekomendasi pengembangan ekonomi pesantren, perlu terobosan baru. Pengembangan ekonomi yang hanya terpaku pada bantuan, pada akhirnya jika tidak ada bantuan usaha pesantren tidak berjalan. Bantuan pemerintah tidak memiliki artikulasi lebih dalam membangun budaya kewirausahaan secara berkelanjutan. Hal ini menyebabkan usaha pesantren tidak maju dan cenderung stagnan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi masalah tersebut adalah:

- a. Melakukan sosialisasi ide tentang ekosistem ekonomi pesantren tidak hanya pesantren dengan masyarakat di lingkungan pesantren, tetapi juga dengan beberapa pesantren yang ada di wilayah tertentu;
- b. Pelibatan sejumlah pesantren antara 10-20 pesantren, atau pesantren dalam satu kabupaten atau propinsi dalam sebuah ekosistem;
- c. Setiap pesantren yang tergabung dalam ekosistem menghitung jumlah kebutuhan konsumsi bulanan;
- d. Antar pesantren berbagi peran dalam memenuhi kebutuhan barang tertentu. Setiap komoditi dapat disediakan oleh dua pesantren atau lebih, menyesuaikan dengan kemampuan;
- e. Dalam pengembangan berkelanjutan, setiap kelompok ekosistem menyusun perencanaan dan roadmap pengembangan;
- f. Treatmen yang dilakukan pemerintah dan bantuan pendampingan atau pemberdayaan menyesuaikan peta jalan (*roadmap*) yang disusun oleh kelompok.¹⁶⁶

Kolaborasi berbagai pihak dalam pengembangan UMKM atau usaha di pesantren sangat diperlukan. Berbagai upaya dan program yang dapat dilakukan

¹⁶⁶ Muhamad Murtadlo, "Pengembangan Ekonomi Pesantren Butuh Terobosan Baru," 2021, <https://osf.io/3n46e/download>.

adalah pengembangan pendidikan formal atau nonformal tentang pengembangan ekonomi digital dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan, menjadikan santri milenial sebagai agen utama pendampingan dan pahlawan UMKM go digital, dan akselesari UMKM dalam penggunaan fasilitas digital. Selain upaya tersebut, program lain yang dapat dilakukan adalah pembuatan platform UMKM (komunitas sosial), pengembangan SDM UMKM melalui klinik ekonomi digital, dengan konsep Desa Cerdas (adanya transformasi teknologi di desa).¹⁶⁷

Pengembangan UMKM berbasis pesantren memiliki beberapa dampak diantaranya adalah:

Pertama, peningkatan inklusi keuangan Syariah. Banyaknya jumlah pesantren dan santri di Indonesia menjadi satu potensi ekonomi yang cukup besar. Besarnya potensi dalam ekosistem pesantren mampu membantu pemerintah dalam peningkatan inklusi keuangan syariah berbasis pesantren. Pesantren dapat mengembangkan ekonominya dengan memanfaatkan layanan keuangan formal.¹⁶⁸

Kedua, stimulus finansial dan pertumbuhan ekonomi. Pemberdayaan ekonomi di dalam ekosistem ekonomi pesantren menjadi peluang baru untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, adanya peluang untuk mendirikan badan usaha yang baru, pendirian lembaga keuangan dan lembaga sosial berbasis pesantren, dan tentunya peningkatan edukasi bagi santri.¹⁶⁹

Ketiga, ekosistem ekonomi berbasis syariah. Pesantren bisa menjadi bagian dari ekosistem ekonomi berbasis syariah, dengan potensi besar yang dimilikinya. Karena pengembangan ekonomi pesantren menjadi satu bentuk strategi akselerasi ekonomi syariah di Indonesia.¹⁷⁰

¹⁶⁷ Debi S. Fuadi, Ade Sadikin Akhyadi, dan Iip Saripah, "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial," *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 5, no. 1 (2021): 1–13.

¹⁶⁸ "Menko Airlangga Dukung Kemandirian Ekonomi Berbasis Pondok Pesantren - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia," diakses 12 Juni 2024, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5080/menko-airlangga-dukung-kemandirian-ekonomi-berbasis-pondok-pesantren>.

¹⁶⁹ Muhammad Anwar Fathoni dan Ade Nur Rohim, "Peran pesantren dalam pemberdayaan ekonomi umat di Indonesia," dalam *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 2019, 133–40, <https://journal.uin.ac.id/CIMAE/article/view/12766>.

¹⁷⁰ benediktus Krisna Yogatama, "Dorong Pesantren Jadi Bagian Ekosistem Industri Halal," *kompas.id*, 6 Februari 2022, <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/02/06/dorong-pesantren-menjadi-bagian-ekosistem-industri-halal>.

Keempat, mendorong peningkatan kewirausahaan santri. Ekosistem UMKM berbasis pesantren yang terbentuk tidak hanya berdampak bagi keberlanjutan ekonomi pesantren tetapi juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan edukasi bagi santri serta masyarakat.¹⁷¹

Kelima, kemandirian ekonomi pesantren. Dalam membangun sebuah ekosistem UMKM berbasis pesantren adalah kemandirian. Pesantren mampu berdiri sendiri baik secara ekonomi maupun bidang lainnya. Keterkaitan pesantren dengan pihak lain tidak dalam artian bergantung tetapi lebih memberi kemanfaatan satu sama lain.

2. Mekanisme Interaksi dalam Ekosistem

Dalam sebuah ekosistem ada beberapa komponen pendukung kemandirian ekonomi. Komponen tersebut adalah aktor inti atau utama, infrastruktur pendukung dan jaringan sosial. Pada pembahasan ekosistem kewirausahaan sebelumnya aktor inti dibagi menjadi dua yaitu aktor internal dan eksternal. Untuk infrastruktur meliputi teknologi, berbagai bentuk program yang mendukung peningkatan pendidikan dan keterampilan. Sedangkan jaringan sosial yang dimaksud adalah beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu model ekosistem yang dikembangkan. Di antara faktor tersebut seperti kepercayaan, norma sosial, kelembagaan, budaya dan kearifan lokal, dan beberapa faktor pendukung lainnya.

Kesuksesan ekosistem kewirausahaan tidak harus ditentukan berdasar pada Tingkat kewirausahaan yang sudah baik, tetapi ditentukan oleh bagaimana interaksi diantara aktor dalam ekosistem dapat menumbuhkan kewirausahaan.¹⁷² Interaksi antar aktor dalam ekosistem telah dipandang sebagai satu hal yang penting untuk mendorong kolaborasi dengan pelaku usaha lokal dan memberi akses pada sumber daya.¹⁷³

¹⁷¹ Saiful Bakhri, "Pemberdayaan Ekonomi Ummat Melalui Pemberdayaan Ekonomi Pesantren," *Jurnal Tarbawi* 7, no. 1 (2019), <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/tarbawi/article/view/3333>.

¹⁷² Spigel, "The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems."

¹⁷³ Brad Feld, *Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city* (John Wiley & Sons, 2020), https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=GpvuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR13&dq=Startup+communities:+Building+an+entrepre+neurial+ecosystem+in+your+city.&ots=qV6V6Zu4gS&sig=gXZB97pDbECfi8sQM7-N_9AT1e0.

Dalam menyusun konsep dinamika interaksi dalam ekosistem menggunakan pendekatan jaringan. Pendekatan ini ditandai dengan hubungan antara aktor kerja berupa komunikasi informasi, pertukaran layanan, atau, dalam arti normatif, harapan dan kewajiban.¹⁷⁴ Analisis yang digunakan menggunakan studi metaforis yaitu menyiratkan adanya interaksi sosial yang beragam diantara aktor jaringan. Struktur jaringan dan saling ketergantungan menjadi indikator penting dalam interaksi. Hubungan atau interaksi yang terjadi meliputi: persaingan, kerjasama dalam memberi pengetahuan dan sumber daya, dan koordinasi.¹⁷⁵

Organisasi menjadi entitas besar, kompleks, berkumpul dan melakukan proses interaksi sosial. Pembahasan jaringan sosial pada dasarnya berorientasi pada individu yang diterapkan di dalam organisasi itu sendiri. Memungkinkan ada perbedaan argumen dari beberapa individu dalam organisasi, yang menyebabkan adanya kolaborasi antara mereka yang mendukung. Dan akan terjadi persaingan bagi mereka yang tidak mendukung. Oleh karena itu interaksi dalam ekosistem atau organisasi tidak hanya berbicara ada atau tidaknya hubungan. Tetapi lebih pada mempertimbangkan pengaturan ekosistem berbasis data yang kompleks baik dari intra organisasi maupun antar organisasi.¹⁷⁶

Ekosistem yang sukses dipengaruhi oleh enam domain yaitu : budaya yang mendukung, kebijakan yang memungkinkan, akses ke modal yang cukup, ketersediaan bakat atau skill, pasar yang dapat diakses, dan serangkaian organisasi dan infrastruktur pendukung yang beragam.¹⁷⁷ Spigel mengembangkan kerangka kerja yang terdiri dari tiga atribut utama yang memainkan peran kunci dalam pengembangan awal usaha baru. Atribut ini terdiri dari budaya (norma dan nilai umum), sosial (jaringan untuk memastikan akuisisi sumber daya dan aliran

¹⁷⁴ Catherine Zimmer, "Entrepreneurship through social networks," *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA 3 (1986): 23.

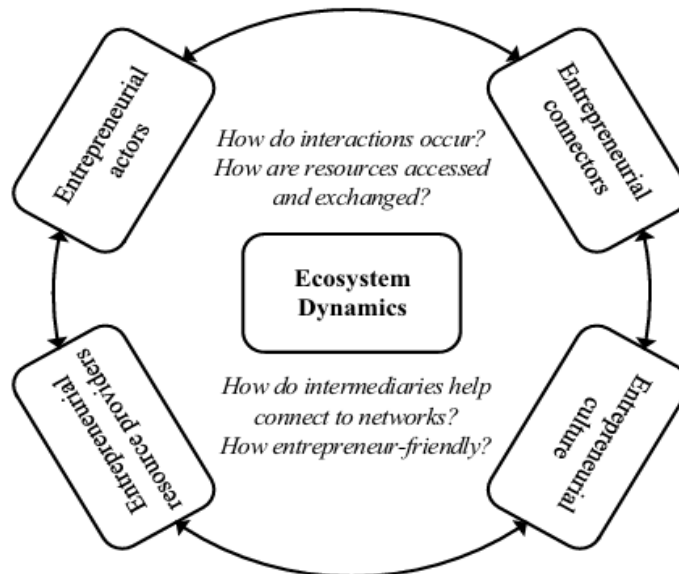
¹⁷⁵ Carsten Bergenholtz dan Christian Waldstrøm, "Inter-Organizational Network Studies— A Literature Review," *Industry & Innovation* 18, no. 6 (Agustus 2011): 539–62, <https://doi.org/10.1080/13662716.2011.591966>.

¹⁷⁶ Akbar Zaheer dan Alessandro Usai, "The Social Network Approach In Strategy Research: Theoretical Challenges And Methodological Issues," dalam *Research Methodology in Strategy and Management*, vol. 1 (Bingley: Emerald (MCB UP), 2004), 67–86, [https://doi.org/10.1016/S1479-8387\(04\)01103-8](https://doi.org/10.1016/S1479-8387(04)01103-8).

¹⁷⁷ Isenberg, "How to start an entrepreneurial revolution," 2010.

pengetahuan), dan material (elemen nyata termasuk kebijakan dan tata kelola).¹⁷⁸

Berikut ini adalah Gambaran skema interaksi yang didesain oleh Mason:



Gambar 7: Desain *Ecosystem Dynamics* (Dinamika Ekosistem)¹⁷⁹

Konsep Brown dan Mason mencoba menjelaskan kompleksitas penuh dari ekosistem dengan mendasarkan pada empat kategori koordinasi meliputi: aktor kewirausahaan, penyedia sumber daya, konektor, dan budaya kewirausahaan. Selain itu adanya pengakuan perlu diberikan pada interaksi non-lokal yang terjadi antara pendiri dan aktor eksternal. Peran pelaku usahawan sangat penting untuk pertumbuhan ekosistem karena interaksi antar pengusaha berdampak positif pada persepsi individu melalui berbagai dampak yaitu transfer pengetahuan, motivasi startup, dan sumber daya lainnya. Ketersediaan wirausahawan yang berpengetahuan dalam suatu ekosistem juga terkait dengan kehadiran dan kualitas universitas dan lembaga penelitian, yang dapat meningkatkan tingkat kompetensi bagi pelaku wirausaha.¹⁸⁰

¹⁷⁸ Spigel, "The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems."

¹⁷⁹ Ross Brown dan Colin Mason, "Looking inside the Spiky Bits: A Critical Review and Conceptualisation of Entrepreneurial Ecosystems," *Small Business Economics* 49, no. 1 (Juni 2017): 11–30, <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7>.

¹⁸⁰ Heidi M. Neck dkk., "An Entrepreneurial System View of New Venture Creation," *Journal of Small Business Management* 42, no. 2 (April 2004): 190–208, <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00105.x>.

Intervensi sektor publik dalam ekosistem merupakan langkah penting untuk mengatasi hambatan masuk pasar seperti regulasi dan akses ke modal. Penciptaan dana modal ventura regional yang memfasilitasi jaringan bisnis.¹⁸¹ Selain itu, pembuat kebijakan dapat mendukung pelaku usaha dengan menghilangkan kebijakan yang menghambat atau melonggarkan peraturan.¹⁸²

Alaassar menggambarkan peran dan interaksi setiap aktor dalam ekosistem baik dengan aktor dalam ekosistem lain, akses ke jaringan dan sumber daya, serta sikap dan norma yang dirasakan. Sistem interaksi dari aktor yang independen secara hierarkis namun saling bergantung, interaksi di antara pelaku ekosistem mendorong proses kewirausahaan. Terdapat empat kategori interaksi yaitu: perspektif relasional meliputi interaksi dan dinamika intermediasi, perspektif budaya mencakup pengembangan ekosistem dan dinamika regulasi.¹⁸³

3. Model Ekosistem dalam Pengembangan Ekonomi Pesantren

Model ekosistem dalam pengembangan ekonomi pesantren merupakan sebuah konsep yang mengintegrasikan berbagai elemen internal dan eksternal pesantren dalam satu sistem yang berkelanjutan dan saling mendukung. Pesantren tidak hanya berperan sebagai lembaga pendidikan dan pusat dakwah, tetapi juga sebagai pusat ekonomi berbasis komunitas yang mampu menciptakan kemandirian finansial. Dalam model ini, berbagai aktor seperti santri, alumni, masyarakat sekitar, lembaga keuangan syariah, pemerintah, industri, dan platform digital berperan aktif dalam membangun ekosistem yang sehat.

Dalam implementasinya, ekosistem ini dapat berkembang melalui beberapa sektor utama, seperti agribisnis dan pertanian berbasis sumber daya lokal, industri halal yang mencakup makanan, kosmetik, dan farmasi, serta usaha kreatif dan digital yang melibatkan *e-commerce* dan pemasaran berbasis teknologi. Model

¹⁸¹ Colin M. Mason, "Public Policy Support for the Informal Venture Capital Market in Europe: A Critical Review," *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* 27, no. 5 (Oktober 2009): 536–56, <https://doi.org/10.1177/0266242609338754>.

¹⁸² Melita Nicotra dkk., "The Causal Relation between Entrepreneurial Ecosystem and Productive Entrepreneurship: A Measurement Framework," *The Journal of Technology Transfer* 43, no. 3 (Juni 2018): 640–73, <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9628-2>.

¹⁸³ Ahmad Alaassar, Anne-Laure Mention, dan Tor Helge Aas, "Ecosystem Dynamics: Exploring the Interplay within Fintech Entrepreneurial Ecosystems," *Small Business Economics* 58, no. 4 (April 2022): 2157–82, <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00505-5>.

bisnis yang diterapkan harus berbasis kemitraan strategis antara pesantren dengan sektor industri, UMKM, dan pemerintah guna memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk pesantren. Selain itu, digitalisasi juga harus dioptimalkan dalam mendukung pemasaran dan transaksi keuangan berbasis fintech syariah.¹⁸⁴

Keberhasilan model ekosistem ekonomi pesantren sangat bergantung pada beberapa faktor utama, di antaranya kepemimpinan dan manajemen yang profesional, akses terhadap modal dan infrastruktur yang memadai, kolaborasi dengan mitra eksternal, serta pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam menjalankan usaha. Dengan membangun ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, pesantren tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan komunitasnya, tetapi juga berkontribusi dalam pengembangan ekonomi nasional berbasis nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, sinergi antara pesantren, dunia usaha, dan pemerintah harus terus diperkuat agar pesantren dapat menjadi pusat kemandirian ekonomi yang berdampak luas bagi masyarakat.

Ada beberapa model pengembangan ekonomi pesantren yang telah dilakukan dalam rangka mewujudkan kemandirian, diantaranya adalah:

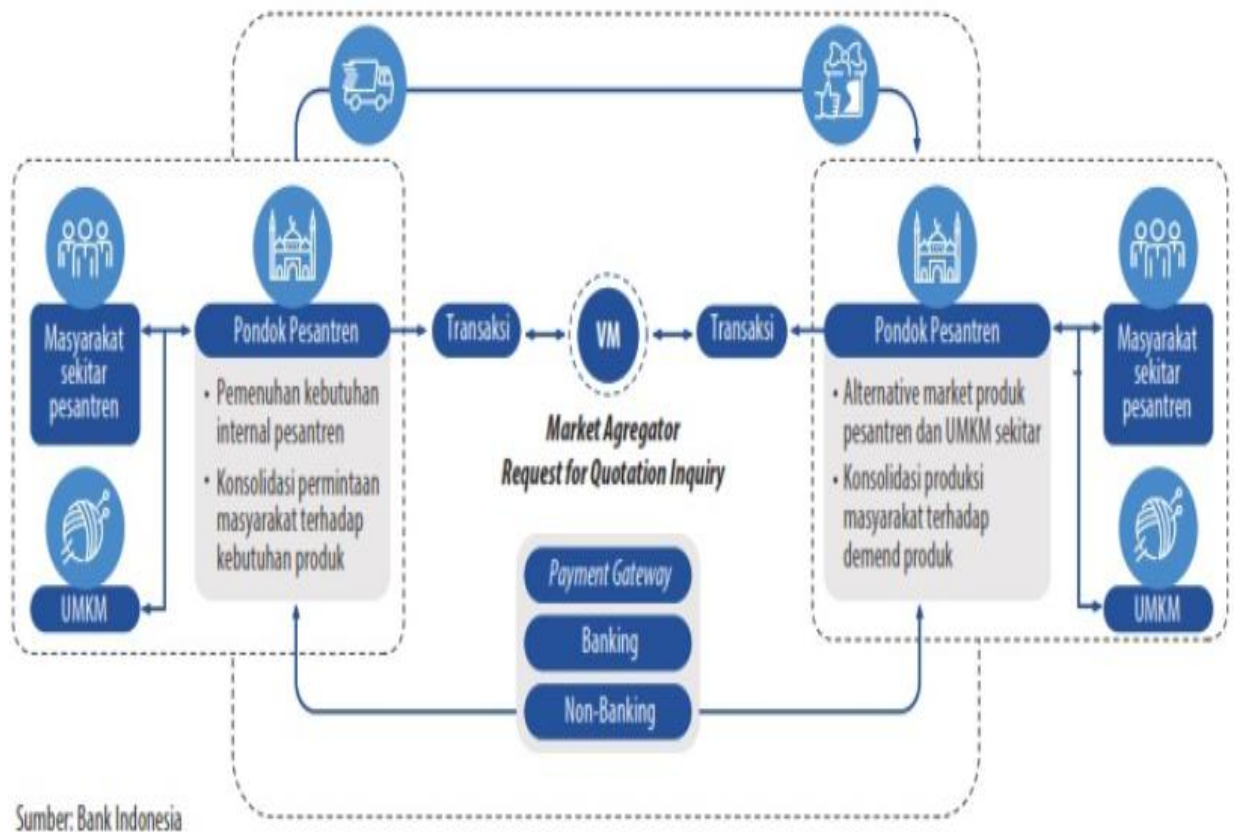
a. Model HEBITREN Bank Indonesia¹⁸⁵

1) Virtual Market Pesantren

Potensi ekonomi pesantren dimaksimalkan dengan mengintegrasikan virtual market dan ekosistem digital antar pesantren, meningkatkan jangkauan pasar, menyiapkan pembayaran digital, dan meningkatkan kompetensi antar pesantren.

¹⁸⁴ Siti Nur Azizah dan Yeny Fitriyani, "Model pengembangan ekonomi pesantren berbasis kearifan lokal: studi kasus Ponpes Sidogiri," dalam *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 2018, 68–76, <https://journal.uii.ac.id/CIMAE/article/view/11936>.

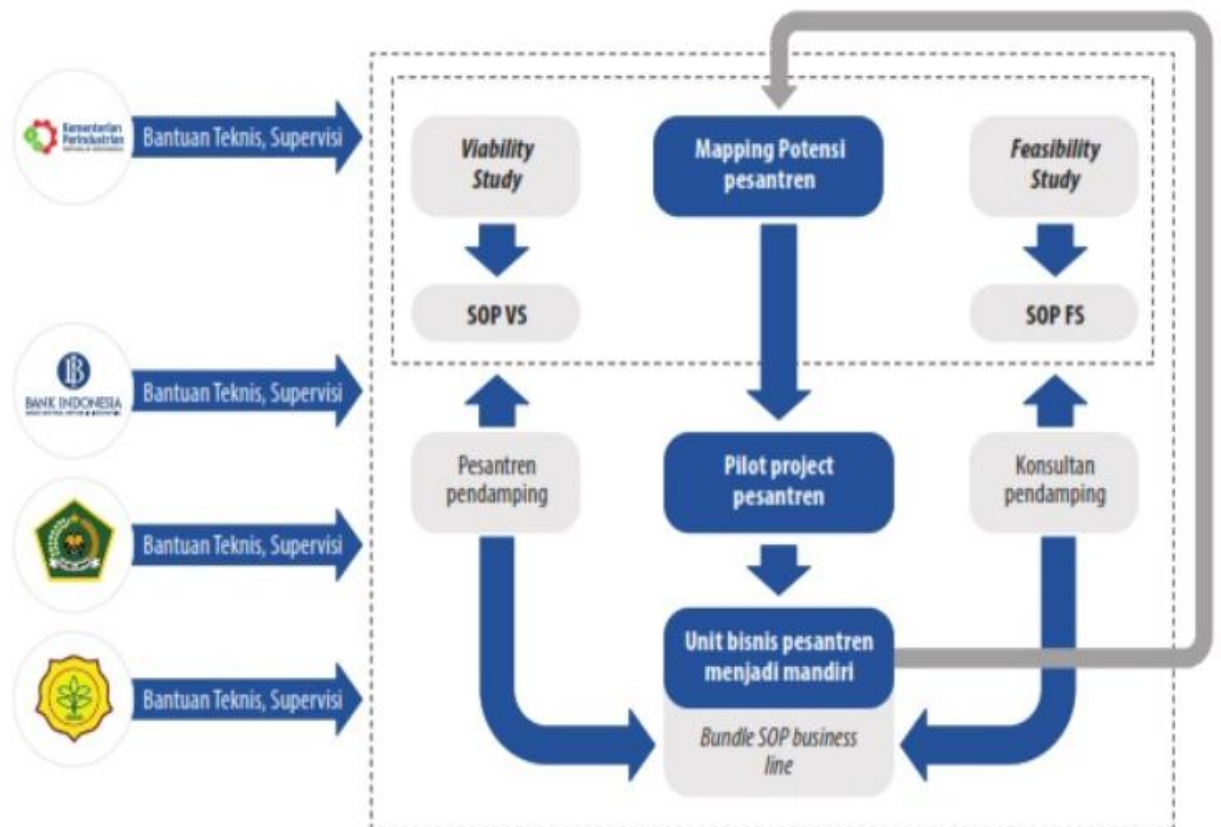
¹⁸⁵ "Kegiatan," *HEBITREN* (blog), 2 Agustus 2020, <https://hebitren.id/kegiatan/>.



Gambar 8: Model Bisnis Platform Virtual Market

2) Replikasi Bisnis Pesantren

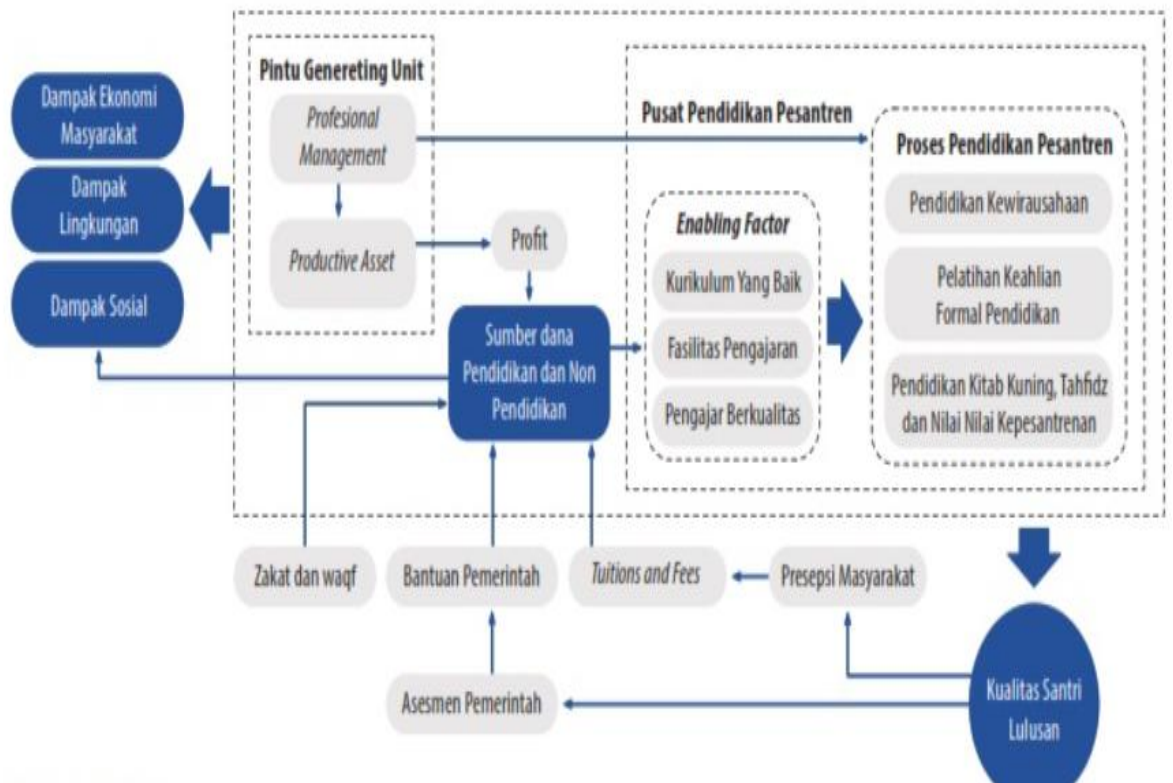
Bisnis pesantren yang telah terbukti bagus dan layak perlu untuk direplikasi, oleh karena itu pesantren lain didorong untuk menduplikasi bisnis tersebut. Selanjutnya dikembangkan dan masuk dalam jaringan Hebitren. Hal ini dilakukan agar penguatan bisnis berbasis pesantren terakselerasi. Berikut ini adalah gambar atau skema replikasi bisnis pesantren:



Gambar 9: Replikasi Bisnis Pesantren

3) Unit Usaha Pesantren

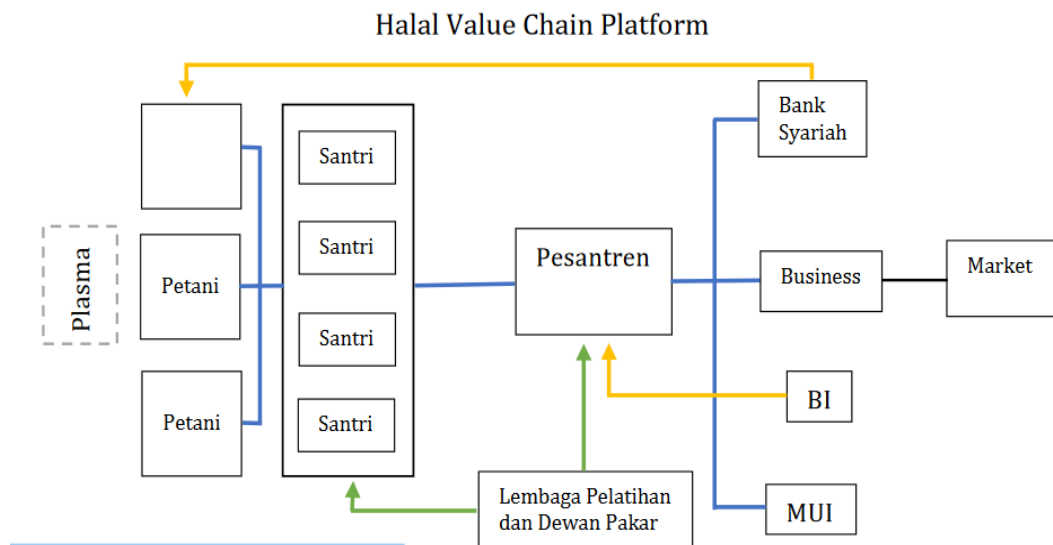
Dalam rangka mensinergikan dan meningkatkan kapasitas usaha pesantren dibentuk usaha bersama di bawah payung holding ekonomi dan bisnis. Pembentukannya untuk menuju arus ekonomi baru di Indonesia. Unit usaha pesantren dibentuk sebagai salah satu ikhtiar meningkatkan kualitas pendidikan santri.



Gambar 10: Peran Usaha Pesantren dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan

b. Model Halal Value Chain Blockchain

Model *Halal value chain platform* yang diadopsi dari konsep pemberdayaan ekonomi pesantren melalui pemanfaatan teknologi *blockchain* karya Imron Zuhdi. *Blockchain* merupakan satu teknologi yang dimanfaatkan untuk penyimpanan data secara digital menggunakan kriptografi. Blok blok itu saling terhubung, membentuk hubungan atau mata rantai transaksi yang tidak bisa dipalsukan dan diubah. Setiap orang yang memiliki smartphone bisa menjadi bagian dan masuk dalam ekosistem ini.



Gambar 11 *Halal Value Chain Platform*¹⁸⁶

c. Model Ekonomi Digital atau Digitalisasi (Sinergi dengan *Platform E-Commerce*)

Dimulai dari adanya covid-19 menjadi momentum unit bisnis untuk bisa bertahan dan melakukan inovasi. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk membantu UMKM dapat bertahan dan berkembang. Beberapa program digitalisasi yaitu:

- 1) Kemenkop UKM membuat program pahlawan digital UMKM, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan pelaku UMKM melalui dukungan ekosistem digital. Upaya dan program ini dilakukan dengan empat langkah yakni:
 - a) Meningkatkan kapasitas SDM, mendorong peran *stakeholders* (korporasi dan perguruan tinggi) dalam pelaksanaan transformasi digital. Pemahaman pelaku UMKM akan mempermudah mereka dalam mengidentifikasi masalah, menganalisa opini publik tentang kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

¹⁸⁶ Suwanto dan Gunawan, "Ekosistem Pesantren Dalam Mewujudkan Manajemen Halal Supply Chain Menuju Madani Society 5.0."

- b) Intervensi pelaku UMKM untuk proses perbaikan dalam bentuk berbagai program. Program atau kegiatan yang membahas tentang strategi pemasaran, literasi keuangan, peningkatan kualitas manajemen, dan materi penting lainnya yang dibutuhkan UMKM.
- c) Memperluas akses pasar, pelaku UMKM dapat menjadi vendor dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui sinergitas Kemenkop UMKM dengan LKPP (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah).
- d) Glorifikasi pahlawan lokal UMKM, yaitu yang memenuhi syarat sebagai pemberdaya, pemantik, memiliki *brand* yang kuat, dan mampu menghimpun UMK masuk ke platform digital hingga bisa menembus pasar internasional (ekspor).

2) Sinergitas UMKM Digital dan Warganet

Masyarakat warganet menjadi salah satu faktor keberhasilan sebuah produk diterima masyarakat. Klasifikasi warganet berdasar tingkat keaktifan dan peran dibagi menjadi tiga yaitu: *buzzer*, *influencer*, dan *follower*. *Buzzer* adalah akun yang mengkampanyekan, menyebarluaskan, dan mendengungkan pesan untuk tujuan penguatan pesan atau konten. *Influencer* adalah akun media sosial yang berpengaruh kuat terhadap pengikutnya (*followers*), mampu mempengaruhi *followers* untuk berperilaku dan mengikuti kehendaknya. Sedangkan *followers* adalah akun yang mengikuti, tunduk pada perilaku dan keinginan *buzzer* dan *influencer* yang diikutinya.¹⁸⁷

3) Sinergitas Kemenag, UMKM Berbasis Pesantren, Dan Platform *E-Commerce*

Kerjasama Kemenag Subdit Pontren dengan platform *e-commerce* dalam memberdayakan UMKM berbasis pesantren. Bentuk layanan terintegrasi berupa: konsultasi bisnis, pendampingan akses permodalan, peningkatan kapasitas bisnis, dan pendampingan promosi. Adanya sinergi ini akan mengakselerasi

¹⁸⁷ Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 6, no. 2 (2020): 233–47.

perkembangan UMKM berbasis pesantren, menjadi motor utama, dan berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Yang melatar belakangi Kementerian Agama dalam program inkubasi bisnis pesantren ada tiga momentum yaitu: lahirnya UU tentang pesantren yang meligitimasi peran pesantren tidak hanya dalam bidang pendidikan dan dakwah tetapi juga bidang ekonomi. Kedua, BSM, BRIS dan BNIS merger menjadi bank Syariah terbesar di Indonesia menjadi BSI. Pesantren dapat memanfaatkan peluang ini untuk dapat mengakses pembiayaan. Ketiga, masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan semua pelaku usaha menggunakan konsep digital.¹⁸⁸

4) Berbasis *Community Economic Development* (CED),

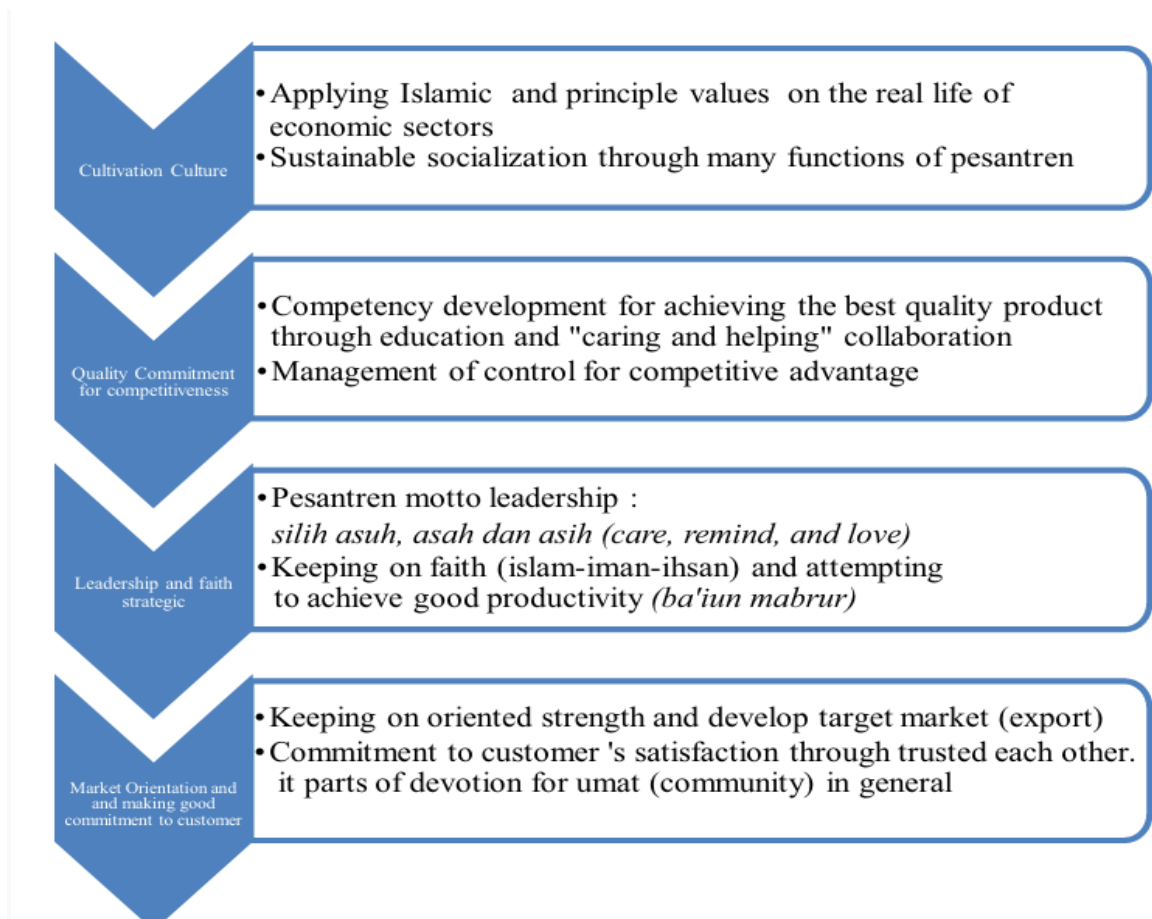
Merupakan pengembangan ekonomi masyarakat berbasis pemberdayaan komunitas. Empat karakteristik dalam CED adalah: memiliki tujuan penting khususnya dalam kehidupan ekonomi, banyak manfaat yang dicapai bagi anggota komunitas, memantapkan visi misi jangka panjang, sosialisai kesejahteraan secara umum di masyarakat. Pelibatan semua unsur dalam komunitas masyarakat adalah kunci keberhasilan model ini. Beberapa tahapan yang dilakukan mulai dari merintis dan mengembangkan komunitas, mengintegrasikan moral dan ekonomi, mengintegrasikan bisnis ekonomi pesantren dan moral ekonomi.¹⁸⁹

Ketangkasan dan kelincahan pesantren menjadi faktor utama dan kunci dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Transformasi kelembagaan pesantren menunjukkan keluasan fungsi dan misi pesantren dalam menghadapi perubahan zaman harus melibatkan semua aspek kehidupan masyarakat. Pemahaman yang baik tentang tantangan eksternal dapat disebut sebagai kelincahan pesantren. Kelincahan pesantren didefinisikan sebagai fleksibilitas dalam menghadapi masalah eksternal yang diterapkan oleh pesantren dalam strategi sinkron dari atas ke bawah. Dalam mengembangkan kelincahannya, khususnya di bidang ekonomi, pesantren melewati empat tahap: budaya kultivasi, komitmen kualitas untuk daya

¹⁸⁸ Kemenag, "Perkuat Kemandirian, Kemenag Kembali Latih UMKM Pesantren," <https://kemenag.go.id>, diakses 16 Mei 2024, <https://kemenag.go.id/nasional/perkuat-kemandirian-kemenag-kembali-latih-umkm-pesantren-ryrrsz>.

¹⁸⁹ R. Lukman Fauroni dan Mujahid Quraisy, "Pesantren Agility in Community Economic Development," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10, no. 2 (2019): 155–68.

saing ekonomi, kepemimpinan dan strategi target serta orientasi pasar, dan komitmen pelanggan untuk mengembangkan fungsi ekonomi pesantren. Keempat tahapan tersebut disajikan dalam gambar di bawah ini.¹⁹⁰



Gambar 12: *Pesantren Agility (Implementation and outcome)*

5) *Empowerment* Ekonomi Pesantren¹⁹¹

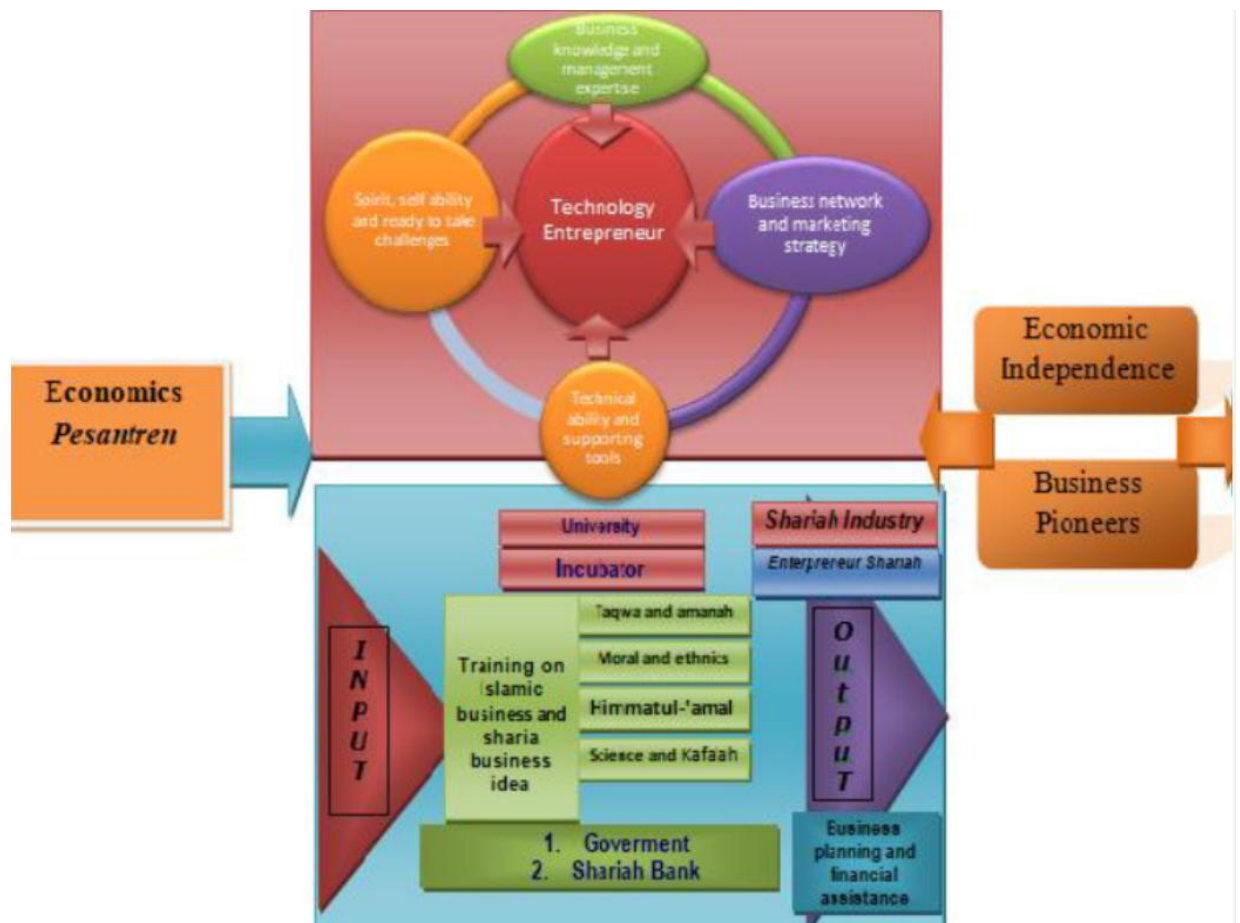
Kemandirian pesantren dapat terwujud ketika ekonomi pesantren dikembangkan, dan pemberdayaan pesantren diimplementasikan. Ekonomi pesantren dikembangkan melalui beberapa unsur yaitu: pemanfaatan kewirausahaan dan teknologi, calon wirausahawan yang memiliki jiwa mandiri, siap menghadapi tantangan, memiliki pengetahuan manajemen dan bisnis, luasnya

¹⁹⁰ Fauroni dan Quraisy.

¹⁹¹ Aning Kesuma Putri, Eka Fitriyanti, dan Ayu Wulandari, "Empowerment Ekonomi Pesantren," *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 12, no. 1 (2021): 191–96.

jaringan bisnis, perencanaan strategi pemasaran yang baik, memiliki kemampuan teknis dan alat dukung.

Dalam menciptakan *output* melalui proses kemampuan teknis dimulai dari input dengan program pelatihan bisnis Syariah. Pelatihan dilakukan oleh inkubator bisnis dan universitas. Yang disampaikan dalam pelatihan berupa materi takwa dan amanah, moral dan etika, etos kerja tinggi, pengetahuan yang sempurna. Jika semua unsur dan elemen telah siap, khususnya santri untuk menjadi wirausahawan, selanjutnya diperkuat oleh pemerintah dan lembaga keuangan syariah melalui skema bantuan modal usaha. *Output* yang dihasilkan adanya industri syariah, wirausahawan yang syar'i, perencanaan bisnis dan pendampingan syariah dari pesantren. *Outcome* yang dihasilkan adanya bisnis rintisan dan terwujudnya kemandirian ekonomi pesantren. Adapun terkait konsep pemberdayaan ekonomi pesantren tergambar pada bagan di bawah ini:



Gambar 13: Skema Pemberdayaan Ekonomi Pesantren

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma post-positivisme, dengan jenis penelitian kualitatif. Asumsi paradigma post positivism adalah¹ pengetahuan bersifat terkaan, dibentuk oleh data bukti, dan pertimbangan logis. Penelitian yang dilakukan adalah proses membuat klaim dan menyaringnya menjadi klaim lain, dan kebenarannya jauh lebih kuat. Penelitian harus mampu mengembangkan statemen yang relevan dan benar, statemen yang dapat menjelaskan situasi sebenarnya atau dapat mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu masalah.² Paham post-positivisme penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi yang wajar (*natural setting*).

Pentingnya paradigma dalam sebuah penelitian adalah sebagai sebuah perangkat nilai, kepercayaan, pandangan yang mendasar tentang pokok permasalahan dalam suatu ilmu, yang didasarkan pada asumsi tertentu yang dikenal dengan aksioma. Paradigma menjadi dasar yang menunjukkan dan mengarahkan suatu penelitian. Kebalikan dari paradigma post positivisme adalah paradigma positivisme (pandangan ilmiah) yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Memiliki sifat obyektif, hukum universal bisa dicari dari semua kasus, diukur melalui gejala yang timbul, setiap sebab pasti ada akibat yang memiliki hubungan bersifat linier, dan realitas hanya ada satu yang bisa dipelajari melalui teori tertentu.³

Jenis kualitatif digunakan karena dalam penelitian ini mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan dengan proses pengumpulan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis dan

¹ Philips D.C dan Burbules N.C, *Postpositivism and Educational Research* (Lanham: MD: Rowman & Littlefield, 2000).

² John W Creswell, *Research Design; Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

³ Hamzah B. Uno, "Paradigma Penelitian," *E-Prosiding Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo*, 2020, <https://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/PSI/article/viewFile/395/358>.

menafsirkan data.⁴ Secara lebih detail untuk menunjukkan perbedaan penelitian kualitatif dari kuantitatif adalah:⁵

1. *Timing* (waktu): peneliti melakukan proses pengukuran dan analisis bersamaan dengan pengumpulan data;
2. *The data itself* (bentuk data): data berupa kata-kata tertulis atau lisan, tindakan, suara, simbol, objek fisik, atau gambar visual, dan terkadang berbentuk angka;
3. *How we connect concepts with data* (Analisa data): peneliti merenungkan konsep sebelum pengumpulan data, tetapi banyak konsep yang digunakan, dikembangkan, dan disempurnakan selama atau setelah proses pengumpulan data. Peneliti mengkaji ulang, merefleksikan data dan konsep secara simultan dan interaktif. Ide baru memberi arahan dan cara baru untuk pengukurannya.

Berpikir paradigmatik digunakan untuk membangun konstruk kebenaran dalam realisme baru kualitatif. Menurut Hilbert paradigmatik adalah berpikir *nonmathematic*. Dalam penjelasan Kuhn, konstruk kebenaran paradigmatik dibedakan antara yang umum dan khusus. Muhajir membedakan antara kebenaran paradigmatik pada tataran filsafat dengan tataran disiplin ilmu. Hal ini dilakukan agar lebih mudah dalam mengoperasionalkan upaya membangun konstruk paradigmatik.⁶

Beberapa karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah; *natural setting, researcher as key instrument, multiple sources of data, inductive and deductive data analysis, participant's meaning, emergent design, reflexivity, holistic account* ⁷.

Berdasarkan metode teorisasi, model yang digunakan adalah model induksi 2 (*blank theory and data focus*). Model ini menjelaskan bahwa memahami teori

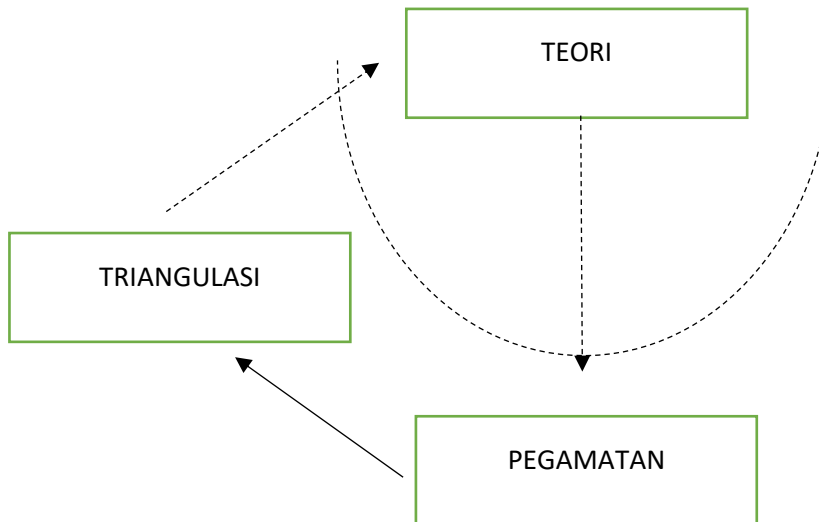
⁴ John W Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, 3 ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 4–5.

⁵ W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods" Qualitative and Quantitative Approches*, Seven Edition (United States Of America: Pearson Education Limited, 2014).

⁶ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian*, VI (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2011), 30.

⁷ John W Creswell, Achmad Fawaid, and Rianayati Kusmini Pancasari, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran (Terj)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

dalam sebuah proses penelitian tidaklah diharamkan, tetapi data tetap menjadi fokus pada peneliti di lapangan. Memahami objek penelitian secara teoritis membantu peneliti di lapangan pada saat mengumpulkan data. Berikut ini adalah Bagan model induksi 2:⁸



Gambar 14: Model Penggunaan Teori pada Penelitian Desain Kualitatif Verifikatif

Beberapa pertimbangan pemilihan jenis penelitian kualitatif adalah:⁹

- a. Penemuan masalah dan potensi;
- b. Pemahaman makna dan keunikan atas obyek yang diteliti;
- c. Pemahaman proses dan interaksi sosial;
- d. Pemahaman perasaan seseorang;
- e. Konstruksi pemahaman dan penemuan hipotesis;
- f. Memastikan kebenaran suatu data;
- g. Penelitian atas sejarah perkembangan.

Lebih spesifik jenis penelitian kualitatif pada penelitian ini adalah jenis studi kasus. Yaitu jenis penelitian dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap suatu program, proses, kejadian, terhadap satu atau beberapa

⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007).

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi, Studi Kasus*, 2 ed. (Bandung: Alfabeta, 2022).

orang, aktifitas. Studi kasus terikat pada aktifitas, waktu, dan pengumpulan data dilakukan secara mendetail dengan prosedur teknik pengumpulan data dalam waktu yang berkesinambungan.¹⁰ Studi kasus penelitian ini pada program OPOP Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada stakeholders program OPOP Jawa Timur. Diantara stakeholders tersebut adalah: Pondok Pesantren di Jawa Timur yang telah tergabung dalam program OPOP, pengelola program OPOP, dan beberapa pihak terkait dengan program OPOP. Dan untuk melihat secara mendalam program OPOP Jawa Timur dan dampaknya terhadap ekonomi pesantren maka penelitian ini difokuskan pada salah satu pesantren program OPOP Jawa Timur, yaitu Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penelitian mulai bulan Mei 2022 sampai Desember 2024.

C. Penetapan *Social Situation* dan Informan

Social situation (dalam penelitian kualitatif) yang pada penelitian kuantitatif populasi memiliki tiga elemen yaitu tempat, pelaku/aktor dan aktivitas. *Social situation* dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin dipahami secara mendalam.¹¹ Tujuannya adalah menghasilkan teori atau konsep dan desain. Data bersumber dari informan, dikonstruksikan dalam sebuah hubungan antar gejala sehingga lebih jelas. Menurut Miles Huberman pembahasan informan (partisipan) dan Lokasi penelitian (*social situation*) mencakup 4 aspek yaitu: *setting* (lokasi), aktor, peristiwa (kejadian dialami oleh aktor yang akan menjadi topik wawancara dan observasi), dan proses (sifat dari peristiwa).¹²

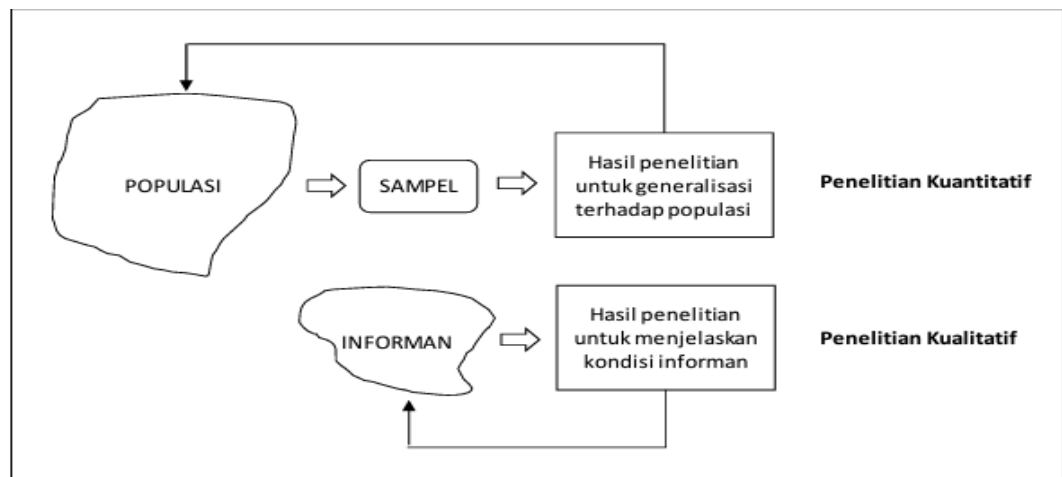
¹⁰ Sugiyono.

¹¹ Sugiyono.

¹² Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (sage, 1994), https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=U4IU_wJ5QEC&oi=fnd&pg=PR12&dq=qualitative+data+analysis:+a+sourcebook+of+new+&ots=kGWA_KNZVV&sig=aJqdmgFdxA5PmhDVDr8nmKHDxaA.

Teknik sampling dalam penelitian ini (kualitatif) tetap dilakukan dalam rangka generalisasi teoritik dan menentukan informan. Informan yang dijadikan sebagai sampel yang diambil lebih selektif. Sumber data yang diambil tidak digunakan dalam rangka mewakili populasi tetapi lebih cenderung mewakili informasinya. Cuplikan dalam penelitian ini dinyatakan sebagai internal sampling, yaitu cuplikan digunakan untuk mewakili informasinya, dengan kelengkapan dan kedalaman yang tidak perlu ditentukan jumlahnya.¹³

Penentuan jumlah sampel (informan) dalam penelitian ini (kualitatif) tidak ada keharusan untuk menentukan prosentase jumlah. Berikut ini gambaran perbedaan sampel pada penelitian kuantitatif dan kualitatif:¹⁴



Gambar 15: Perbedaan Sampel pada Kualitatif dan Kuantitatif.

Ada beberapa pertimbangan pengambilan sampel (informan) dalam penelitian ini berdasar gambar di atas yaitu:

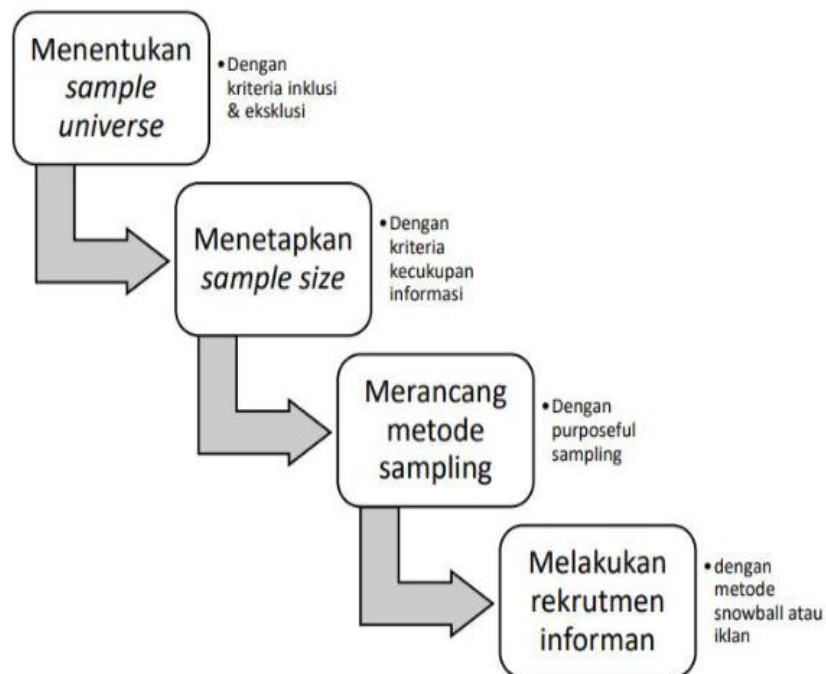
1. Memiliki tujuan untuk menjelaskan kondisi atau fenomena/ fakta yang terjadi pada informan itu sendiri;
2. Pemilihan informan harus memenuhi syarat kesesuaian (*appropriateness*);
3. Penentuan jumlah informan bersifat fleksibel:
 - a. Menambah jumlah informan: jika informasi yang diperoleh dirasakan masih kurang;

¹³ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, 1 ed. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).

¹⁴ Ade Heryana dan U. E. Unggul, "Informan dan pemilihan informan dalam penelitian kualitatif," *Universitas Esa Unggul* 25, no. 15 (2018).

- b. Mengurangi jumlah informan jika informasi sudah cukup
- c. Mengganti informan ketika subyek atau informan tidak kooperatif menjawab pertanyaan dalam wawancara.

Lebih lanjut informan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subyek yang memahami informasi terkait obyek penelitian, baik subyek itu sebagai pelaku atau orang yang memahami atas obyek penelitian. Ada tiga jenis informan dalam penelitian ini yaitu: informan kunci, informan ahli, dan informan *incidental*.¹⁵ Informan kunci merupakan informan yang memahami informasi secara menyeluruh terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian. Tidak hanya memahami kondisi Masyarakat secara garis besar tetapi juga paham dengan informan utama. Menurut Robinson yang dikutip oleh Asrulla bahwa pemilihan informan kunci berdasar pada analisis data yang akan diteliti. Berikut ini adalah gambaran pemilihan informan:



Gambar 16: Tahapan Pemilihan Informan¹⁶

¹⁵ Nidia Suriani dan M. Syahrani Jailani, "Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.

¹⁶ Risnita Asrulla, M. Syahrani Jailani, dan Firdaus Jeka, "Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320–32.

Informan kunci adalah orang yang bersedia untuk berbagi pengetahuan dan konsep, sering dijadikan sumber oleh peneliti untuk bertanya. Informan kunci menjadi titik awal mengumpulkan data dan gambaran yang komperhensif terkait penelitian. Dalam menentukan informan kunci ada empat kriteria yaitu:¹⁷

- a. Anggota aktif dalam organisasi atau kelompok yang diteliti, dan telah melewati proses enkulturasi. Yaitu proses memahami budaya dan nilai untuk membentuk sikap, perilaku dan kepercayaan seseorang untuk menjadi identitas diri mereka. Individu tersebut menjadi orang dalam dari budaya mereka sendiri dan bertahan hidup dalam Masyarakat.¹⁸
- b. Orang yang menjadi bagian dan terlibat saat ini dalam budaya yang diteliti.
- c. Harus siap meluangkan waktu untuk peneliti, dan mampu memberi informasi apapun dan kapanpun ketika dibutuhkan.
- d. Memberikan informasi dengan bahasa natural (sendiri) bukan bahasa analitik (tidak natural)

Informan utama (istilah dalam penelitian) hampir sama dengan aktor utama dalam suatu kisah. Mereka memahami secara teknis dan detail masalah yang diteliti. Sedangkan informan pendukung adalah seseorang yang bisa memberi informasi tambahan untuk melengkapi analisis dan pembahasan dalam penelitian. Informasi yang diberikan oleh informan pendukung kadang tidak diberikan oleh informan kunci dan informan utama.

Dalam memilih informan pada penelitian ini cara yang digunakan adalah prosedur *purposif*, prosedur *snowball*, dan prosedur kuota. Yang dimaksud dengan prosedur *purposif* yaitu menentukan informan dengan kriteria tertentu yang relevan dengan masalah dalam penelitian, istilahnya adalah penggunaan *key person*, ukurannya atas dasar atau taraf *redundancy* (kejenuhan). Informan kunci (*key person*) dalam penelitian ini adalah Muhammad Ghofirin (Sekjend OPOP Jawa Timur).

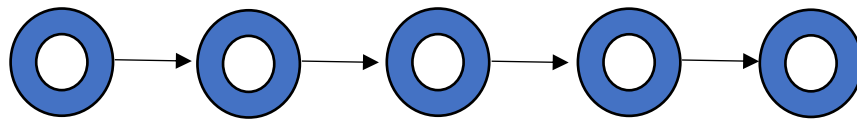
¹⁷ Asrulla, Jailani, dan Jeka.

¹⁸ Leonard Yuh Chaur Tan, "Enculturation," 2014, <https://repository.nic.edu.sg/bitstreams/92c09441-55fd-4129-ade0-8c242f609753/download>.

Prosedur kedua adalah prosedur *snowball*, biasa disebut juga dengan prosedur rantai rujukan atau *networking*. Prosedur ini digunakan untuk menemukan informan tersembunyi. Beberapa syarat dalam menggunakan metode ini adalah jika informan dengan karakter tertentu sulit untuk ditemukan, maka informan yang ditemui bersedia merujuk peneliti ke informan lain. Syarat kedua adanya perkembangan mata rantai rujukan hingga sampai pada informan yang memadai dan menguasai informasi tentang obyek penelitian.¹⁹

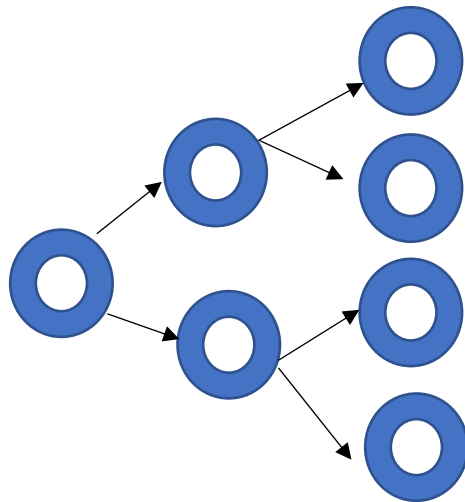
Ada tiga model pada prosedur *snowball* yaitu:²⁰

1) *Linear snowball*,



Gambar 17: Model *Linear Snowball*

2) *Exponential non-discriminative snowball*,

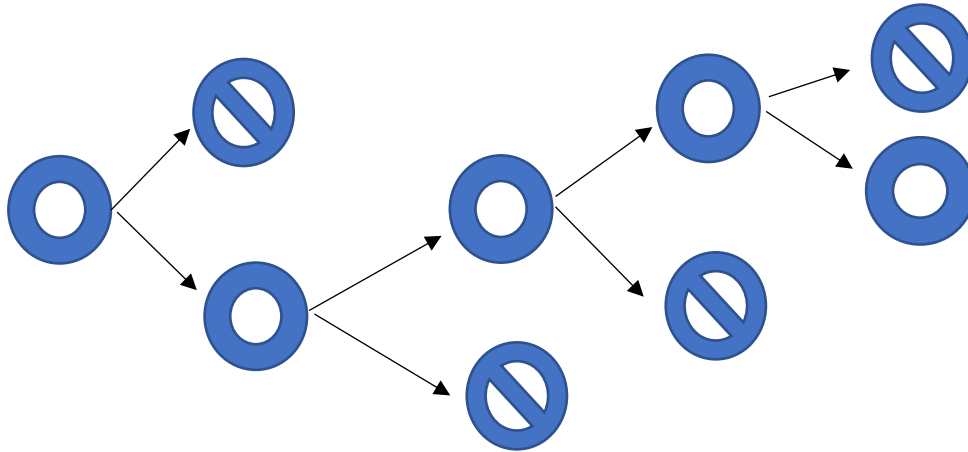


Gambar 18: Model *Exponential Non-Discriminative Snowball*

¹⁹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*.

²⁰ Burhan Bungin.

3) *Exponential discriminative snowball.*



Gambar 19: Model *Exponential Discriminative Snowball*

Ketiga adalah prosedur kuota yaitu dengan merancang jumlah informan dalam jumlah tertentu dengan kriteria dan karakteristik khusus. Strategi yang digunakan adalah rekrutmen untuk menemukan orang yang sesuai dengan kriteria, sampai kuota dapat terpenuhi.

Dari semua proses yang dilakukan beberapa informan yang dipilih adalah:

1. Informan kunci: Muhammad *Ghofirin* (sekjend OPOP Jawa Timur)
2. Informan utama: Imam Bukhori (Pengasuh Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember).
3. Informan pendukung: pengelola Unit Bisnis Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasani Jember, masyarakat pesantren dan sekitarnya, Stakeholders Program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur, tim OPOP Jawa Timur, dan pengelola unit bisnis pesantren peserta program OPOP Jawa Timur

D. Sumber Data Penelitian

Dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data bisa diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder.²¹

1. Sumber Data Primer

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data secara langsung. Beberapa sumber data primer adalah pengelola koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember, Stakeholders yang terlibat dalam program OPOP Jawa Timur dan program OPOP di pesantren Ihya'us Sunnah Jember, dan beberapa pesantren peserta program OPOP Jawa Timur.

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang memberikan data kepada pengumpul data secara tidak langsung. Data didapatkan dari surat kabar, berita pada media online, beberapa data pendukung lainnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa Teknik penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan proses mengamati dan mencatat data secara sistematis atas gejala yang timbul dari subyek penelitian.²² Metode ini dilakukan melalui pengamatan langsung pada Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember dengan produk unggulan kopi BIKLA, pesantren yang tergabung dalam program OPOP Jawa Timur, Pengelola program OPOP, dan Lembaga terkait yang masuk dalam ekosistem program OPOP Jawa Timur khususnya pada Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember.

Pesantren yang diobservasi adalah beberapa pesantren terbaik yang dipilih dari seluruh pesantren yang tergabung dalam program OPOP Jawa Timur dan direkomendasikan oleh pengelola program OPOP selaku informan kunci dalam penelitian ini. Daftar pesantren yang masuk dalam observasi adalah: pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember (menjadi situs penelitian ini), Pesantren An-Nur 2 Malang, Pesantren Amanatul Ummah Mojokerto, Pesantren Sidogiri Pasuruan, Pesantren Fathul Ulum Jombang, dan Pesantren Teknologi Majapahit Mojokerto.

2. Wawancara (*Interview*)

²² Husaini, Usman *Metodologi Penelitian Sosial*, 2 ed., Cet 3 (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 52.

Wawancara adalah komunikasi intensif oleh dua pihak yaitu orang yang mewawancarai dan orang yang diwawancarai.²³ Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi lengkap terkait dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti tentang membangun *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember. Karena subyek dalam penelitian ini adalah sebuah kelompok, maka beberapa tipe wawancara yang digunakan yaitu:²⁴ *Focus group*, *brainstorming*, nominal/ *delphi*, setting lapangan atau alami (informal dan spontan), dan wawancara mendalam. Untuk wawancara dilakukan kepada pengelola program OPOP Jawa Timur khususnya Muhammad Ghofirin selaku informan kunci, pengelola koperasi pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember khususnya Imam Bukhori selaku informan kunci, stakeholders program OPOP Jawa Timur pada pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember (tim produksi kopi BIKLA, santri, alumni, petani, pemerintah, Lembaga mitra pada produksi BIKLA), pesantren unggulan program OPOP Jawa Timur, 52 pesantren yang menjadi peserta expo OPOP Jawa Timur 2023, dan 150 pesantren program OPOP Jawa Timur (yang direkomendasikan oleh informan kunci).

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang ketiga adalah dokumentasi, yaitu proses mengumpulkan data tertulis yang mengandung informasi, keterangan, penjelasan, dan pemikiran mengenai fenomena yang masih *up to date* dan sesuai dengan fokus penelitian. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan ekosistem ekonomi dan keuangan pesantren.

Tabel 11: Jenis Data, Sumber Data Serta Teknik Pengumpulan Data:

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber	Data
1	Observasi dan wawancara	Kiai, asatidz, santri, masyarakat sekitar pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember	Potensi ekonomi pesantren

²³ Husaini, Usman. *Metodologi Penelitian Sosial*. 2nd ed. Cet 3. Jakarta: Bumi Aksara, 2009, 186

²⁴ Norman K Denzin dan Yvonna S Lincoln, *Handbook Of Qualitative Research* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 506.

2	Wawancara dan dokumentasi	Kiai dan asatidz	Kurikulum ekonomi pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember
3	Observasi, wawancara, dan dokumentasi	Pengelola OPOP Jawa Timur dan pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember	Perkembangan program OPOP Jawa Timur dan perkembangan pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember
4	Observasi, wawancara, dan dokumentasi	Seluruh stakeholders terlibat pada program OPOP di pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember	Program dan bentuk Kerjasama antar stakeholders dalam program OPOP khususnya pada pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember
5	Dokumentasi	Pengelola program OPOP	Jumlah Pesantren yang tergabung dalam program OPOP Jawa Timur tahun 2020, 2021, 2022, 2023
6	Dokumentasi dan wawancara	Kiai, asatidz, santri dan masyarakat pesantren	Profil pesantren percontohan (<i>role model</i> OPOP Jawa Timur) yaitu pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember
7	Wawancara, dokumentasi dan observasi	Kiai, asatidz, santri dan masyarakat pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember	Program dan kegiatan dalam pengembangan ekonomi pesantren melalui OPOP
		Lembaga mitra pesantren dalam pengembangan ekonomi pesantren pada pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember	
		Pemerintah Jawa Timur, tim pengelola program OPOP	

F. Uji Keabsahan Data

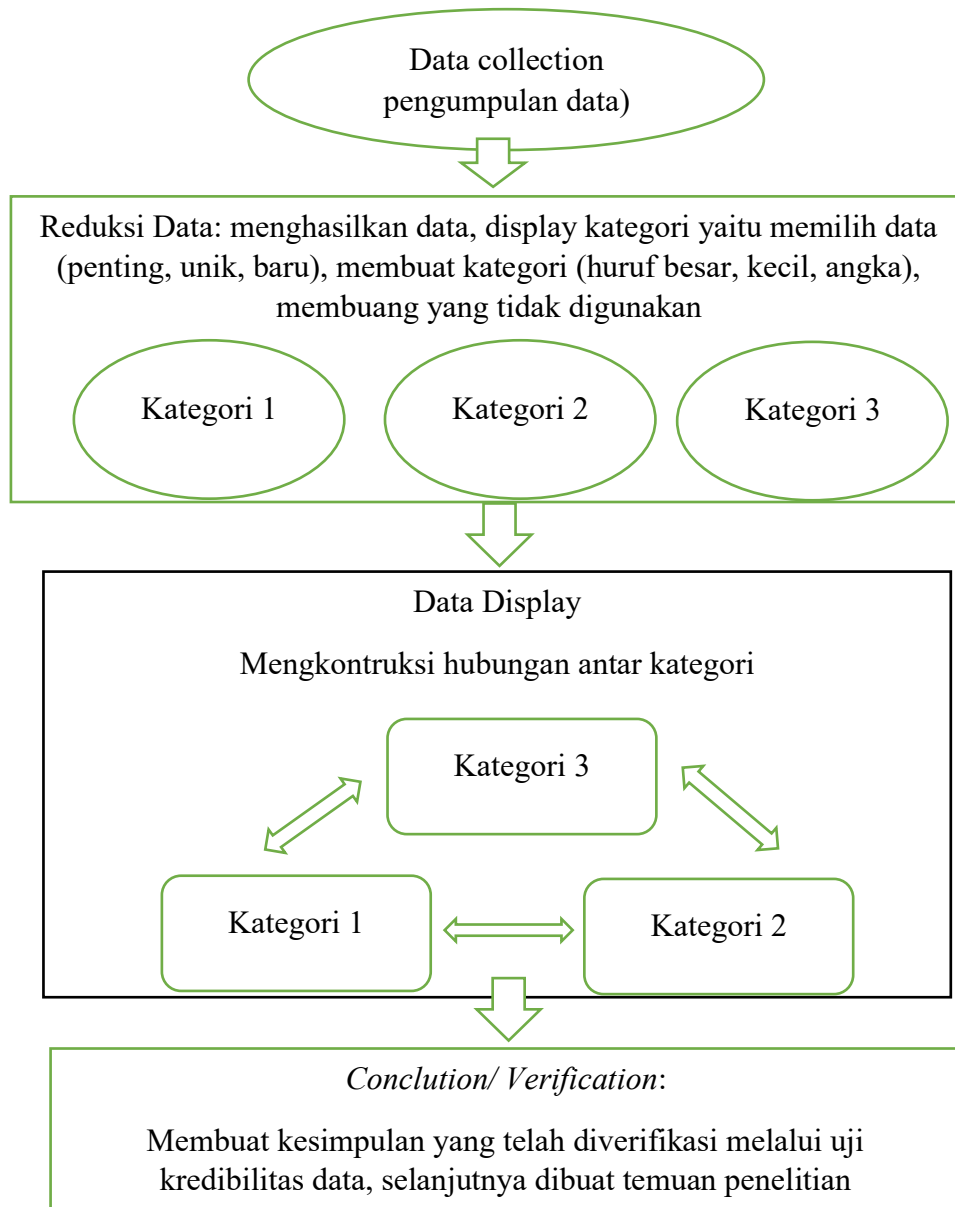
Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan untuk menjamin kebenaran, kredibilitas dan sahnya data yang disajikan. Tentunya ada perbedaan istilah dalam uji keabsahan data penelitian kualitatif dan kuantitatif. Beberapa uji keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:²⁵

1. Uji kredibilitas (validitas internal): dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi (sumber, Teknik, dan waktu), analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, mengadakan *member check*.
2. Pengujian *transferability* (validitas eksternal): dilakukan dengan membuat laporan yang jelas, rinci, sistematis, dan dapat dipercaya. Orang lain atau pembaca dapat mengaplikasikan hasil penelitian ini di tempat lain.
3. Uji *dependability* (*reliability*): peneliti melakukan audit terhadap seluruh proses penelitian. Audit dilakukan oleh auditor independen, dalam hal ini dilakukan oleh pembimbing. Yang dimaksud dengan reliabel adalah ketika orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian ini.
4. Uji *confirmability*: penelitian terkonfirmasi ketika telah disepakati oleh banyak orang, menguji hasil penelitian dikaitkan dengan prosesnya. Tidak sah apabila dalam penelitian ada hasil tanpa ada proses.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data sebagai upaya yang meliputi: bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah data agar dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan sesuatu yang penting, dapat dipelajari dan memutuskan apa yang seharusnya disampaikan. Akar analisis kualitatif ada pada pendekatan fenomenologis, yaitu lebih banyak mengkritik pendekatan positivistik. Kecenderungan yang dimiliki analisis kualitatif menggunakan pendekatan logika induktif, dimana silogisme dibangun berdasarkan pada hal

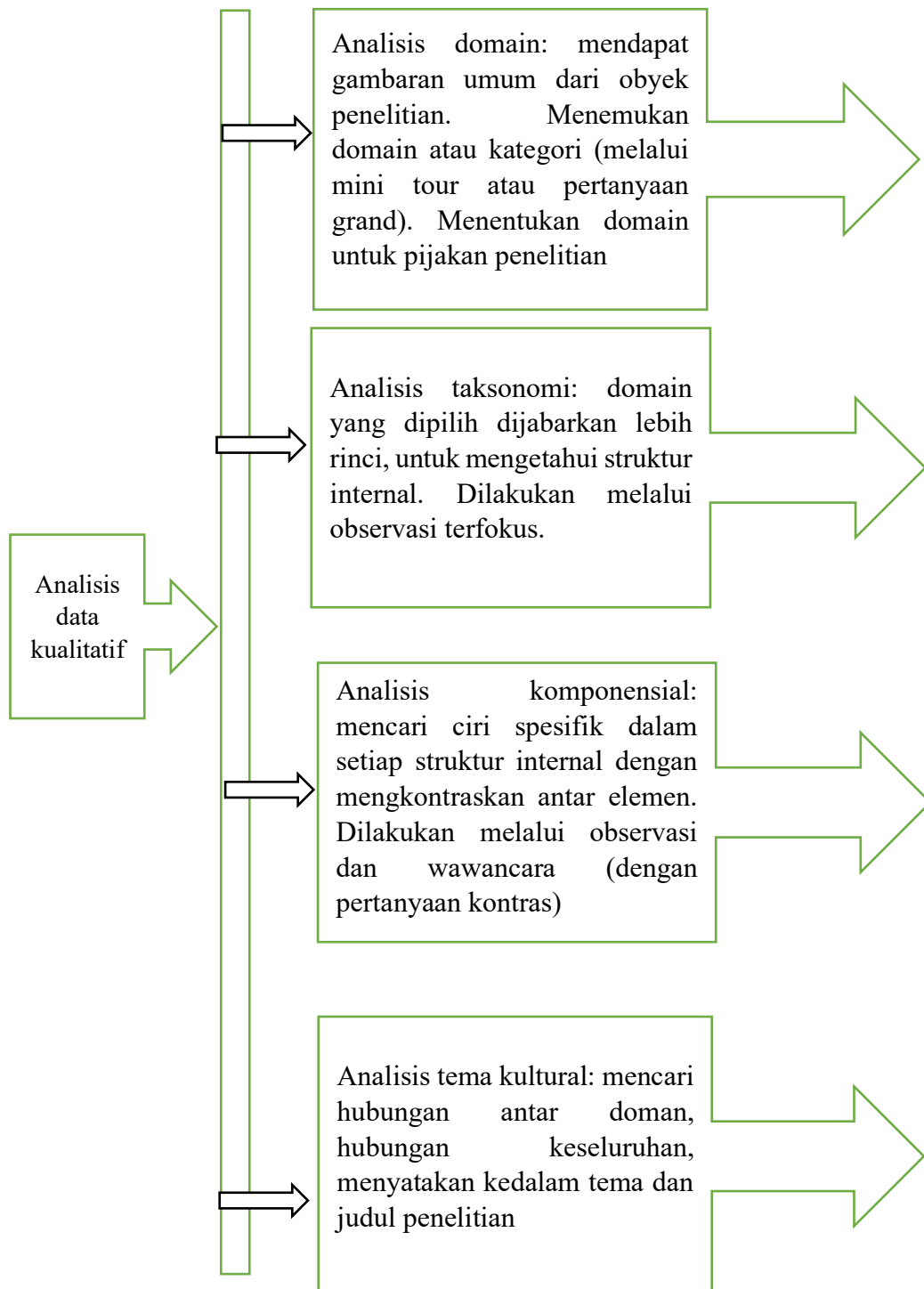
²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi, Studi Kasus*.

1. Model Miles Dan Huberman²⁷

Gambar 21: Model Miles dan Huberman

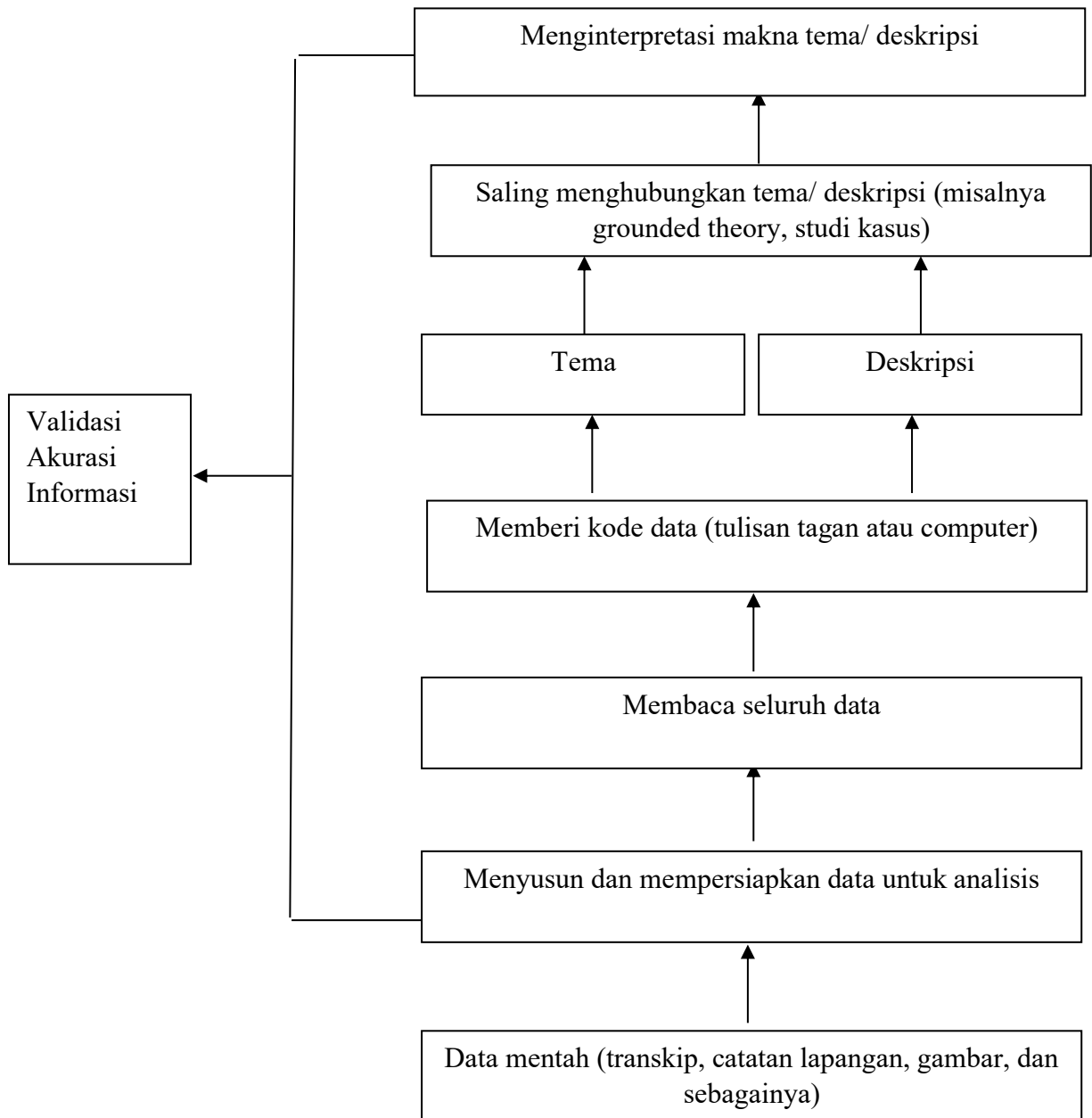
²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi, Studi Kasus*.

2. Model Analisis data Spradley²⁸



Gambar 22: Model Analisis Spradley

²⁸ Sugiyono.

3. Model Creswell²⁹

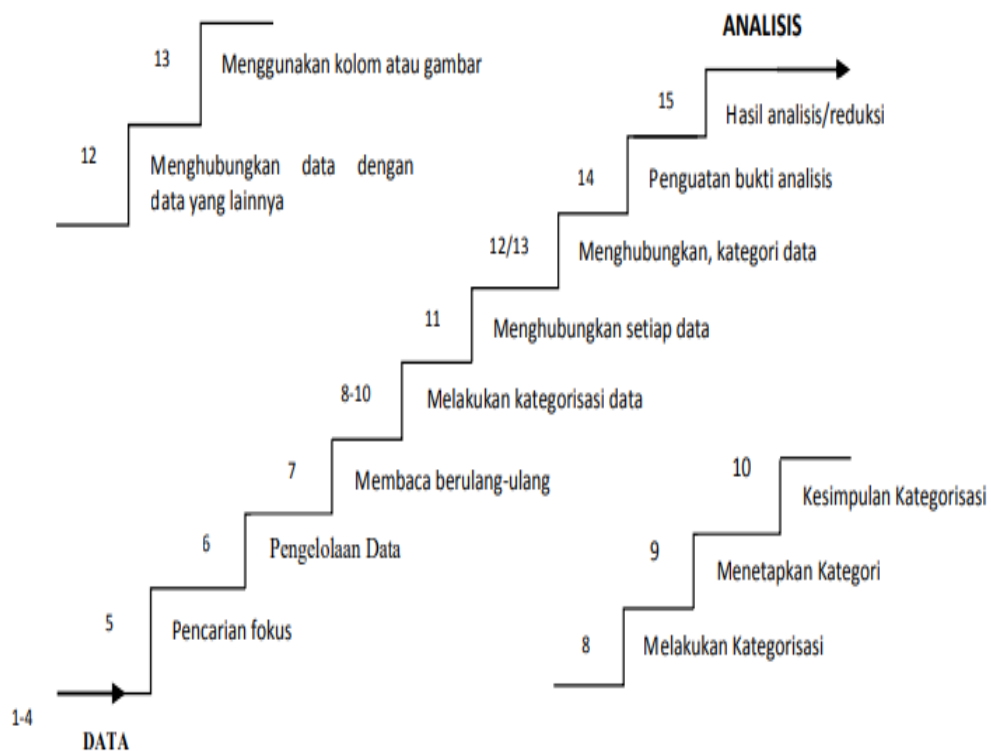
Gambar 23: Model Analisis Data Creswell

Dalam penelitian deskriptif, proses analisis data melibatkan beberapa langkah utama. Pertama, peneliti fokus pada persiapan data, memastikan data yang dikumpulkan terorganisasi dan diformat dengan tepat. Setelah data disiapkan, tahap

²⁹ Creswell, Fawaid, dan Pancasari, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Terj)*.

eksplorasi data berikutnya melibatkan visualisasi data untuk memahami kumpulan data secara komprehensif. Melalui eksplorasi data, peneliti mengungkap pola, tren, dan hubungan dalam data. Menafsirkan temuan adalah langkah selanjutnya, di mana peneliti menarik kesimpulan yang berarti dari statistik deskriptif. Proses analisis data dalam penelitian deskriptif menekankan transparansi, akurasi, dan dokumentasi yang ketat untuk memastikan keandalan penelitian.³⁰

Secara lebih spesifik beberapa langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:³¹



Gambar 24: Langkah Penelitian Kualitatif

Konsep baru seperti ekosistem kewirausahaan adalah kombinasi dari sejumlah ide yang berbeda. Untuk memajukan penelitian dan praktek akademik, konsep harus terus-menerus dievaluasi untuk melihat keuntungannya dalam

³⁰ Muchamad Iqbal Fatah dkk., "Case study at KSPPS BMT UGT nusantara Indonesia an analysis of using mobile applications to increase fee-based income," *Enrichment: Journal of Management* 13, no. 2 (2023): 1182–91.

³¹ Kaharuddin Kaharuddin, "Kualitatif: ciri dan karakter sebagai metodologi," *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 9, no. 1 (2021): 1–8.

ekonomi. Kriteria ini dapat diterapkan pada teori ekosistem kewirausahaan untuk memahami bagaimana ia diterapkan dalam praktek. Teori tentang ekosistem kewirausahaan adalah membangun hubungan karena menghubungkan bidang penelitian yang sebelumnya berbeda. Saat ini, sebagian besar metodologi penelitian tentang ekosistem kewirausahaan berfokus pada aktor baik dari perspektif cross-sectional atau longitudinal. Ini adalah cara yang baik untuk memahami entitas beragam yang membentuk ekosistem kewirausahaan. Metodologi dapat digunakan sebagai cara untuk menambah pemahaman kita tentang bagaimana kewirausahaan berkembang. Ini termasuk mengintegrasikan metodologi dari disiplin ilmu lain. Ada berbagai metode dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ekosistem kewirausahaan. Seringkali analisis jaringan sosial dilakukan untuk memahami hubungan antara entitas dalam lingkungan ekosistem. Ini berarti pengukuran reflektif diperlukan untuk menggabungkan kolaborasi baru yang muncul dari interaksi.³²

³² Vanessa Ratten, "Entrepreneurial Ecosystems: Future Research Trends," *Thunderbird International Business Review* 62, no. 5 (September 2020): 623–28, <https://doi.org/10.1002/tie.22163>.

BAB IV

PAPARAN DAN ANALISIS DATA HASIL PENELITIAN

A. Profil Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember

1. Sejarah dan Perkembangan Unit Usaha Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember

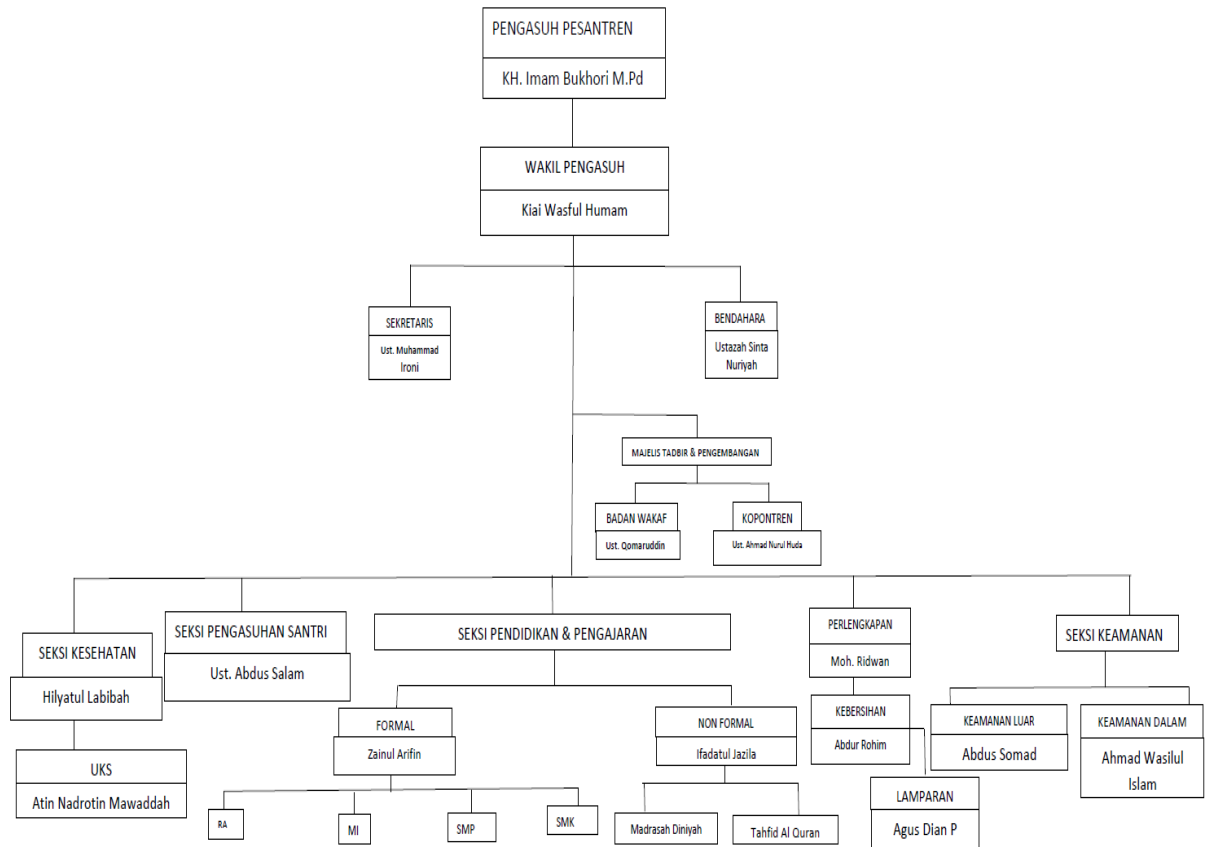
Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur didirikan pada tahun 2002 oleh K.H Imam Bukhori. Sampai sekarang selain menjadi pendiri pesantren Imam Bukhori juga sebagai pengasuh pesantren tersebut. Lokasi pesantren berada di dusun Canting Tugusari Kecamatan Bangsalsari Jember Jawa Timur. Desa Tugusari secara geografis masuk kategori daerah dataran rendah persawahan sangat dekat dengan daerah hutan dan pegunungan. Di desa ini selain persawahan juga merupakan kawasan perkebunan, sehingga masyarakatnya mayoritas bekerja sebagai petani dan pekebun. Potensi desa yang dimiliki dalam bidang pertanian dan perkebunan untuk komoditas kopi, kelapa, dan pisang.

Saat ini Pesantren Ihya'us Sunnah telah memiliki lahan perkebunan kopi seluas 50 Ha. Besarnya potensi yang dimiliki pesantren inilah yang melatar belakangi kebijakan bagi para santri selain belajar agama juga diajari berkebun dengan tujuan para santri mempunyai kemampuan pengolahan kopi.¹

Tidak hanya memberikan materi agama dan membekali keterampilan di bidang ekonomi, pesantren juga memiliki sekolah formal. Beberapa program pendidikan yang dikelola oleh pesantren yaitu Madrasah Diniyah (MADIN), Madrasah Ibtidaiyyah (MI) Al-Hasany, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Al-Hasany, dan SMK Teknologi Pertanian Bangsalsari. Berikut ini adalah truktur organisasi Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany jember:²

¹ “observasi potensi pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany dan desa tugusari Jember” (Jember, 2023 2024).

² Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, “Struktur Organisasi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember,” 2024.



Gambar 25: Struktur Organisasi Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany Jember

Dari bagan struktur organisasi pesantren, tergambar adanya upaya optimalisasi manajemen dengan menetapkan berbagai jabatan dan fungsi yang ada. Pesantren berkomitmen memaksimalkan manajemen untuk mewujudkan harapan dan mimpi yang dimiliki. Pengembangan yang dilakukan tidak terlepas dari adanya pemetaan potensi yang ada. Jika dilihat berdasarkan pemetaan asset yang dimiliki Dusun Sumbercanting dan Pesantren Ihya'us Sunnah adalah:³

- a. Aset alam : perkebunan kopi.
- b. Aset sosial: sikap tawadhu dan rasa percaya yang tinggi masyarakat kepada kiai, jaringan kiai Bukhori yang cukup luas, kepercayaan antar masyarakat (sikap toleran, kebersamaan, saling membantu).

³ Danisya Ersadianis Aulia, Ahmad Nur Faizal, dan Moch Ilham Noer Sunan, "Asset Based Community Development: Upaya Badan Amil Zakat Nasional Dalam Mendayagunakan Potensi Lokal Desa Menuju Tujuan Pembangunan Berkelanjutan," *Jurnal Multidisiplin West Science* 2, no. 07 (2023): 558–67.

- c. Aset SDM: petani yang terampil.
- d. Aset infrastruktur: memiliki alat sederhana pengolahan kopi (penggiling dan pengering).
- e. Aset finansial: bantuan modal usaha dari OPOP dan BAZNAS Jember.

Motivasi besar pesantren adalah membekali santri untuk memiliki jiwa kewirausahaan baik ketika menjadi santri atau sudah lulus nantinya melalui pemanfaatan potensi pesantren. Pengasuh tidak hanya sekedar memberi motivasi dengan ceramah dan dalil tetapi menjadikan dirinya sebagai model dan contoh bagi santri sebagai wirausahawan yang sukses. Muhsin Alatas selaku pendidik di SMK menyampaikan bahwa bukti nyata telah ditunjukkan oleh kiai secara langsung, ia mengungkapkan bahwa:

“Kiai memberi motivasi santri tidak hanya dengan konsep dan ceramah tetapi melalui bukti nyata. Kiai melakukan usaha pengolahan kopi dan ternyata usaha yang dikelola cukup berkembang pesat”.

Selain memberi contoh kepada santri melalui pengelolaan usaha kopi, kiai Bukhori memberikan uang saku sebagai beusaha yang diberikan kepada santri setiap bulan sebesar 100.000 dalam bentuk tabungan dari hasil usaha. Uang tabungan hanya dapat diambil ketika santri mukim, semakin lama santri di pesantren maka uang tabungan yang dimiliki juga semakin besar. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh kiai:

“E....dari hasil penjualan kopi, kami sisihkan untuk uang saku santri dalam bentuk beausaha. Jadi semua santri yang terdaftar mendapatkan 100.000 setiap bulan yang dimasukkan ke dalam rekening tabungan. Uang ditransfer secara langsung dari rekening perusahaan ke rekening masing masing santri. Tabungan hanya dapat diambil ketika santri pulang ke rumah”.

Hal ini tentunya menjadi satu motivasi santri untuk semangat menimba ilmu di pesantren. Semakin lama belajar di pesantren, uang saku yang diterima nantinya juga lebih besar. Besarnya semangat di pesantren diungkapkan oleh Komaruddin salah satu santri yang menyatakan bahwa:

“kiai menyampaikan ke saya dan santri yang lain, bahwa kami akan diberi uang saku setiap bulan, tetapi bisa diambil besok ketika sudah lulus. Kami

merasa sangat senang dan betah di pondok. Pulangnya besok ketika sudah selesai belajarnya”.

Kiai berharap berbagai motivasi diberikan dalam rangka menggugah semangat dan keyakinan santri untuk menjadi generasi yang siap sukses dan bahagia dunia akhirat salah satunya melalui kewirausahaan. Beliau menyampaikan bahwa:

“Pesantren memiliki motto mampu mendidik generasi kaya dunia akhirat, untuk mewujudkannya pesantren harus berusaha maksimal mengoptimalkan segala potensinya khususnya di bidang ekonomi dengan jujur, tekun, dan berkontribusi untuk membantu dan memberdayakan santri, walisantri, dan masyarakat”

Kopi olahan pesantren dengan merek BIKLA dikembangkan dari nol, sampai mampu mencapai kesuksesan seperti saat ini. Didirikan pada tahun 2016, tujuannya sangat sederhana yaitu memenuhi kebutuhan keluarga dan pesantren. Beliau menjelaskan:

“Awal dimulai usaha, saya kulakan 5-10 kg kopi mentah dari petani sekitar sini. Kopi diproses menjadi bubuk dan dibungkus, tetapi peminatnya tidak banyak karena kopi yang saya jual tidak ada bedanya dengan kopi yang dijual di pasaran. Ada teman yang menyarankan agar bungkus kopinya dibuat beda. Saya berpikir untuk memberi nama kopi dengan mengambil nama almamater saya mondok dulu. Oleh karena itu saya sowan ke pengasuh Salafiyah Safi'iyah Situbondo untuk meminta ijin menggunakan Ibrahimy sebagai bagian dari BIKLA”.⁴

Dalam rangka optimalisasi pengelolaan kopi, pesantren mendirikan SMK pertanian. Santri yang belajar di SMK dikembangkan kreativitas dan keterampilannya fokus pada pembelajaran dan praktik pengolahan kopi. Kiai bukhori menjelaskan:

“SMK didirikan dengan jurusan pengolahan hasil perkebunan adalah upaya kami untuk pengembangan santri sesuai dengan potensi alam yang ada di sekitar pesantren. Jalan masuk ke pesantren dan mayoritas sekitar pesantren adalah lahan perkebunan kopi yang sangat luas. Hal ini sangat memungkinkan dapat menumbuhkan kreativitas dan inovasi santri dalam mengolah kopi”.⁵

⁴ Imam Bukhori, profil unit usaha pesantren ihya'ussunnah Al-Hasany jember, 2024.

⁵ wawancara dengan Kiai Imam Bukhori, 2024.

Pabrik pengolahan kopi yang cukup besar didirikan dan dilengkapi dengan mesin yang cukup modern, sehingga sangat mendukung untuk menghasilkan kopi dalam skala yang besar. Semua sarana prasarana dan fasilitas ini juga untuk mendukung proses pembelajaran santri, khususnya yang belajar di SMK. Beliau mengatakan bahwa:

“Setiap waktu siswa SMK dapat praktik secara langsung di pabrik kopi BIKLA, dengan memanfaatkan semua mesin yang ada. Bahkan ketika magang difokuskan pada pengolahan kopi, sebelum pabrik kopi milik pesantren berdiri, siswa SMK magang di pabrik karet. Namun demikian tidak semua santri SMK bekerja di pabrik kopi, hanya santri yang sudah duduk di kelas 3 SMK. Karena santri kelas 1 dan 2 harus fokus belajar terlebih dahulu. Santri yang bekerja di BIKLA melaksanakan tugasnya (jam kerja) di waktu malam, ketika semua pembelajaran telah selesai”.⁶

Dalam pengelolaan pabrik kopi BIKLA melibatkan dua SDM yaitu SDM lokal yang berasal dari internal pesantren dan juga SDM dari luar selaku pendamping ahli yang didatangkan dari perguruan tinggi. Dari sisi produksi dilengkapi dengan SOP dan pedampingan intens. Sedangkan sistem pemasarannya memanfaatkan kekuatan jaringan alumni dan simpatisan pesantren. Pendirian pabrik kopi tidak hanya berorientasi pada kesejahteraan pesantren, tetapi juga kesejahteraan masyarakat sekitar pesantren. Karena ketika masyarakat sejahtera tentunya akan memberikan dampak positif kepada pesantren dan lingkungan sekitar. Masih banyak masyarakat di lingkungan pesantren yang harus diperhatikan dan dibantu, diantaranya adalah masih banyak janda miskin yang menjadi tulang punggung keluarga, rumah warga yang masih semipermanen. Selain itu akses transportasi yang minim dan fasilitas umum seperti jalan yang kurang layak mengingat akses dan jarak ke fasum butuh waktu antara 20-30 menit dengan jarak tempuh 20 km.⁷ Sebagaimana disampaikan oleh putra beliau Gus Nurul:

“Abah tidak hanya memikirkan tentang ekonomi pesantren dan mbangun pondok dan pabrik. Tetapi memiliki keinginan untuk membantu ekonomi masyarakat sekitar pesantren seperti petani kopi yang dibeli kopinya

⁶ wawancara dengan Kiai Imam Bukhori.

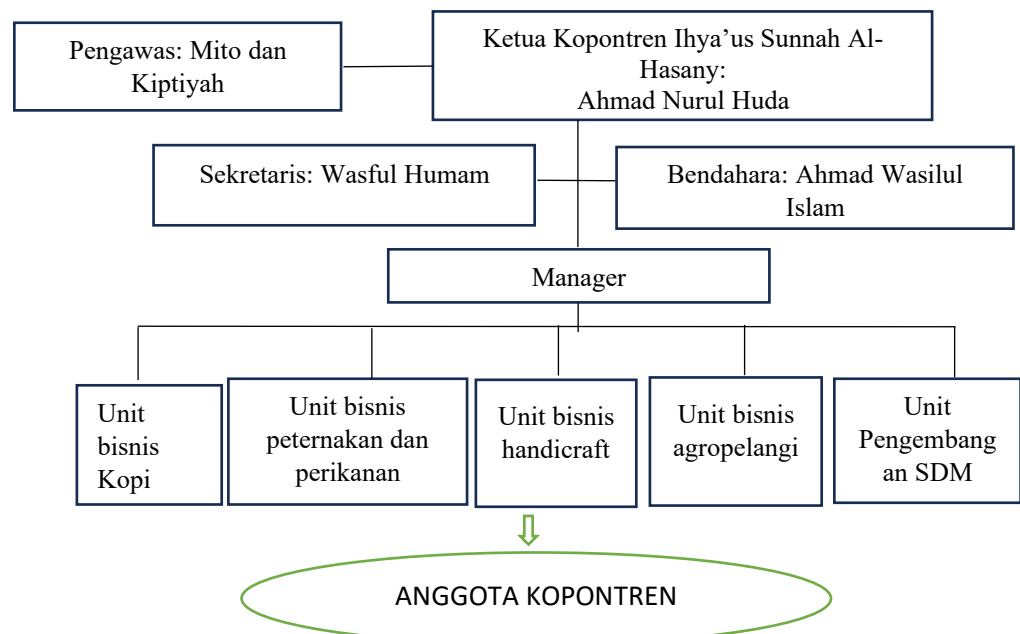
⁷ “observasi geografis Pesantren Ihya’us Sunnah di desa Tugusari” (Desa Tugusari Kec.Bangsalsari Jember, 2024).

dengan harga mahal, masyarakat yang direkrut untuk menjadi karyawan pabrik. Santri juga diperbolehkan bekerja di pabrik, dan mendapat keuntungan yang dimanfaatkan untuk dirinya dan keluarga di rumah”.⁸

Perkembangan usaha pesantren melalui produksi kopi BIKLA cukup pesat, sesuai yang disampaikan oleh Kiai Imam Bukhori:

“Saya bersyukur sekarang setiap bulan produksi kopi BIKLA mencapai 50 ton/bulan. Bentuk kemasan sachet dalam beberapa ukuran Alhamdulillah habis terjual. Keberhasilan ini tidak terlepas dari usaha keras semua pihak yang terlibat khususnya Tim OPOP atas pendampingan dan segala upayanya. Selain itu doa fakir miskin dan anak yatim, doa mereka makbul. Beberapa kali kami telah memberikan santunan kepada fakir miskin dan anak yatim yang tinggal di sekitar pesantren”.⁹

Faktor lain yang berpengaruh pada keberhasilan usaha pesantren, karena pengelolaan koperasi pesantren dipimpin dan dikelola langsung oleh kiai Bukhori selaku pengasuh Pesantren Ihya’us Sunnah Jember. Pengelolaan unit usaha pesantren memiliki fungsi khusus yang terpisah dari fungsi pendidikan yaitu di bawah fungsi Majelis Tadbir dan Pengembangan usaha berupa koperasi pesantren (Kopontren) Ihya’us Sunnah Al-Hasany. Di bawah ini adalah struktur organisasi, koperasi pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany:¹⁰



Gambar 26: Struktur Organisasi Kopontren Ihya’us Sunnah Al-Hasany

⁸ wawancara dengan Nurul Huda, 2024.

⁹ wawancara dengan Kiai Imam Bukhori.

¹⁰ Kopontren Pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember, “Dokumen Struktur Organisasi, Tugas Dan Wewenang Pengurus Koperasi Pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember,” 2024.

Dari bagan struktur organisasi di atas dapat dipaparkan bahwa kopontren ihya'us sunnah Al-Hasany dikelola oleh kepengurusan yang terdiri dari pengawas, ketua, sekretaris, bendahara, manager, dan beberapa tim unit bisnis. Adapun tugas, wewenang, dan *job description* masing masing adalah sebagai berikut:

Tabel 12: Tugas, Wewenang, dan Deskripsi Kerja

No	Jabatan	Tugas	Wewenang	Job description
1	Pengawas	<ul style="list-style-type: none"> • Mengawasi kinerja pengurus dan operasional koperasi. • Memastikan pelaksanaan kebijakan sesuai dengan AD/ART dan prinsip koperasi. • Menilai laporan keuangan dan kinerja koperasi secara berkala. • Memberikan rekomendasi perbaikan kepada pengurus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Meminta laporan pertanggungjawaban dari pengurus. • Melakukan audit terhadap keuangan dan operasional koperasi. • Memberikan teguran dan rekomendasi kepada pengurus jika ditemukan penyimpangan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan rapat evaluasi pengawasan secara berkala. • Berkoordinasi dengan auditor dan pengurus dalam pemeriksaan keuangan. • Menyusun laporan pengawasan untuk anggota koperasi
2	Ketua	<ul style="list-style-type: none"> • Memimpin dan mengoordinasikan seluruh kegiatan koperasi. • Mengambil keputusan strategis untuk pengembangan koperasi. • Mewakili koperasi dalam hubungan eksternal dan kerja sama. • Memastikan kepatuhan koperasi terhadap regulasi yang berlaku. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan kebijakan dan strategi koperasi. • Menyetujui laporan keuangan dan operasional. • Memimpin rapat pengurus dan rapat anggota koperasi. • Mengawasi kinerja seluruh unit bisnis koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun rencana jangka pendek dan jangka panjang koperasi. • Berkoordinasi dengan pengurus dan tim unit bisnis untuk memastikan kelancaran operasional. • Mengelola hubungan dengan pihak eksternal, termasuk pemerintah,

				mitra bisnis, dan komunitas. • Memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan koperasi.
3	Sekretaris	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola administrasi dan dokumentasi koperasi. • Mencatat dan menyimpan dokumen penting koperasi. • Membantu penyelenggaraan rapat dan menyusun notulen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun agenda dan jadwal kegiatan koperasi. • Mengakses dan mengelola data koperasi. • Berkoordinasi dengan pihak eksternal terkait administrasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun surat-menyurat dan arsip koperasi. • Membantu penyusunan laporan tahunan koperasi. • Mengelola komunikasi internal dan eksternal koperasi.
4	Bendahara	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola keuangan koperasi secara transparan dan akuntabel. • Menyusun laporan keuangan berkala. • Memastikan pembayaran dan penerimaan dana berjalan dengan baik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola kas koperasi. • Mengawasi pengeluaran dan pemasukan dana. • Mengontrol pembayaran gaji dan honor tim. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatat transaksi keuangan koperasi. • Menyiapkan laporan keuangan dan pajak. • Mengelola dana cadangan dan investasi koperasi
5	Manager	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola operasional koperasi secara keseluruhan. • Menjalankan strategi bisnis koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengambil keputusan strategis dalam pengembangan koperasi. • Melakukan kerja sama 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun rencana bisnis koperasi. • Menganalisis laporan keuangan dan operasional.

		<ul style="list-style-type: none"> • Mengawasi dan mengevaluasi kinerja unit usaha koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • dengan mitra bisnis. • Mengontrol kinerja seluruh unit bisnis koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan seluruh unit bisnis berjalan sesuai target
6	Tim Unit Bisnis Kopi	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola produksi, distribusi, dan pemasaran produk kopi BIKLA. • Menjaga kualitas produk kopi sesuai standar. • Melakukan inovasi dalam pengolahan dan pemasaran kopi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan produk kopi dan jaringan pemasaran. • Menjalin kerja sama dengan supplier dan pembeli. • Menentukan strategi branding dan promosi kopi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola produksi kopi dari hulu ke hilir. • Melakukan riset pasar untuk pengembangan produk. • Menjalin kerja sama dengan distributor dan pelanggan.
7	Tim Unit Bisnis Handicraft	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan produk kerajinan tangan berbasis pesantren. • Memastikan kualitas dan keberlanjutan produk. • Mengelola pemasaran dan distribusi produk handicraft. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan konsep produk handicraft. • Menjalin kerja sama dengan mitra usaha. • Mengelola sumber daya produksi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola proses produksi handicraft. • Menjalin kerja sama dengan komunitas dan mitra usaha. • Menyusun strategi pemasaran produk
8	Tim Unit Bisnis Wisata Agro Pelangi	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola destinasi wisata berbasis agrowisata. • Mengembangkan paket wisata dan layanan edukasi. • Menyusun strategi promosi wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan program wisata dan edukasi. • Mengelola fasilitas dan layanan wisata. • Menjalin kerja sama dengan agen wisata. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan konsep wisata berkelanjutan. • Melakukan promosi melalui media sosial dan offline. • Menyusun paket wisata yang menarik dan edukatif.

9	Tim Unit Pengembangan SDM	<ul style="list-style-type: none"> • Mengelola pengembangan kompetensi anggota koperasi. • Menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan. • Menyusun program peningkatan kapasitas SDM koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan program pelatihan dan pembinaan. • Berkoordinasi dengan mitra pelatihan dan pendidikan. • Mengevaluasi kinerja anggota koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyelenggarakan pelatihan rutin. • Mengidentifikasi kebutuhan kompetensi anggota. • Membantu anggota dalam peningkatan keterampilan bisnis.
10	Anggota Koperasi	<ul style="list-style-type: none"> • Berpartisipasi dalam kegiatan koperasi. • Menjalankan kewajiban sebagai anggota koperasi. • Mendukung pengembangan unit bisnis koperasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengusulkan ide dan inovasi dalam koperasi. • Mengakses manfaat dan layanan koperasi. • Mengikuti dan memberikan masukan dalam rapat anggota. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktif dalam kegiatan koperasi. • Mengikuti program pelatihan dan pengembangan koperasi. • Berkontribusi dalam keberlanjutan koperasi.

Perkembangan koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah cukup pesat dan signifikan. Hal ini terlihat dari asset yang dimiliki, omset dan pendapatan yang diperoleh, salah satunya bersumber dari produk unggulan pesantren yaitu produk kopi BIKLA. Produk ini dikembangkan dan menjadi produk unggulan karena potensi pesantren yang dimiliki adalah kopi. Pengembangan ekonomi pesantren melalui kopontren dengan produksi kopi BIKLA, pesantren mampu memberikan program mondok gratis bagi semua santri mulai dari biaya hidup sampai biaya Pendidikan. Hingga tahun 2024 total asset yang dimiliki adalah Rp.15.770.000.000,-, omset Rp.10.550.000.000 dan tenaga kerja 73 orang. Prosentase modal yang dimiliki 40 % milik pesantren, 40% milik anggota, dan 20% berasal dari investor dan Bank UMKM Jatim (Rp.200.000.000),-. Unit usaha pesantren telah mendapatkan NIB pada tahun 2020, dan saat ini telah tersertifikasi

HACCP dan sertifikasi halal. Perkembangan usaha dapat dilihat dari perubahan laporan keuangan yang tercermin dalam neraca dan laporan laba rugi.

Tabel 13: Neraca Kopontren Ihya'us Sunnah Tahun 2021-2022

AKTIVA	2022 (Rp)	2021 (Rp)	PASIVA	2022 (Rp)	2021 (Rp)
I. Aktiva Lancar			III. Kewajiban Lancar		
1. Kas dan Setara Kas	474.810.500	141.058.500	1. Hutang Dagang	45.000.000	32.000.000
2. Piutang Dagang	76.000.000	24.000.000	2. Hutang Bank	-	-
			3. Dana-Dana SHU	21.798.000	7.266.000
Jumlah Aktiva	550.810.500	165.058.500	Jumlah Kewajiban	66.798.000	39.266.000
II. Aktiva Tidak			IV. Kewajiban Jangka		
1. Investasi Jangka Panjang	-	-	1. Hutang Pihak Ke III. Bank	200.000.000	200.000.000
			2. Modal Penyertaan	100.000.000	100.000.000
Jumlah Aktiva	-	-	Jumlah Kewajiban	300.000.000	300.000.000
			V. Ekuitas / Modal		
II. Aktiva Tetap			1. Simpanan pokok	2.000.000	2.000.000
1. Inventaris Kantor	35.000.000	35.000.000	2. Simpanan Wajib	3.400.000	2.200.000
2. Mesin Produksi	289.200.000	289.200.000	4. Donasi/Hibah	50.000.000	50.000.000
3. Kendaraan	290.800.000	290.800.000	5. Cadangan	130.792.500	43.597.500
4. Penyusutan Mesin	57.840.000	57.840.000	6. SHU Tahun Ini	525.900.000	256.075.000
5. Penyusutan	43.620.000	29.080.000			
Jumlah Aktiva	513.540.000	528.080.000	Jumlah Ekuitas /	712.092.500	353.872.500
Jumlah Total Aktiva	1.064.350.500	693.138.500	Jumlah Total Pasiva	1.078.890.500	693.138.500

Tabel 14: Laporan Laba Rugi Kopontren Ihya'us Sunnah Al-Hasany

No	Uraian	2022	2021
I	Pendapatan		
	1. Pendapatan Hasil Penjualan Produk	1.320.000.000	685.000.000
	2. Pendapatan Hasil Maklon Poduk	-	-
	Jumlah Pendapatan (Omset)	1.320.000.000	685.000.000
II	Biaya Operasional		
	1. Biaya Perawatan peralatan	25.000.000	10.000.000
	2. Biaya Jasa Karyawan	114.000.000	60.000.000
	3. Biaya Pengadaan Bahan	360.000.000	180.000.000
	4. Biaya Pembelian Kemasan	86.000.000	42.000.000
	5. Biaya Pengadaan Mesin	120.000.000	55.000.000
	Biaya Organisasi		
	1. Honor Pengurus	60.000.000	60.000.000
	2. Biaya Listrik, Telepon, PDAM	15.000.000	15.000.000
	3. Perawatan Kantor	5.000.000	2.500.000
4. Biaya Transport/Rapat/ATK	2.500.000	1.000.000	
	Jumlah Total Biaya	787.500.000	425.500.000
III	Pendapatan Bersih	532.500.000	259.500.000
IV	Pajak	6.600.000	3.425.000
	Selisih Hasil Usaha Bersih	525.900.000	256.075.000

2. *Master Plan Pengembangan Ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember*

Pesantren Ihya'us Sunnah yang terletak di dusun Sumbercanting, yaitu dusun terakhir di desa Tugusari pesantren mengembangkan ekonomi dan pendidikan gratis bagi masyarakat sekitar pesantren yang memiliki keterbatasan akses menuju sekolah karena lokasinya cukup jauh. Pesantren Ihya'us Sunnah memiliki konsep merubah paradigma masyarakat tentang pesantren. Mengenalkan kehidupan pesantren yang menurut anggapan masyarakat tidak menyenangkan, menjadikannya sebagai tujuan wisata yang diinginkan banyak orang. Tentunya upaya yang dilakukan adalah peningkatan dan pengembangan SDM dan SDA.

Tiga pilar Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany yaitu: pesantren sebagai pusat kajian keilmuan, sosial, dan dakwah; pesantren sebagai pusat pertumbuhan ekonomi keummatan; dan pesantren sebagai tujuan wisata.¹¹ Dalam pengembangan ekonominya, pesantren telah membuat rancangan berupa inovasi *integrated ecofarming* dan digitalisasi yang termuat dalam masterplan pengembangan ekonomi pesantren.

a. Inovasi Pesantren *Integrated Ecofarming*

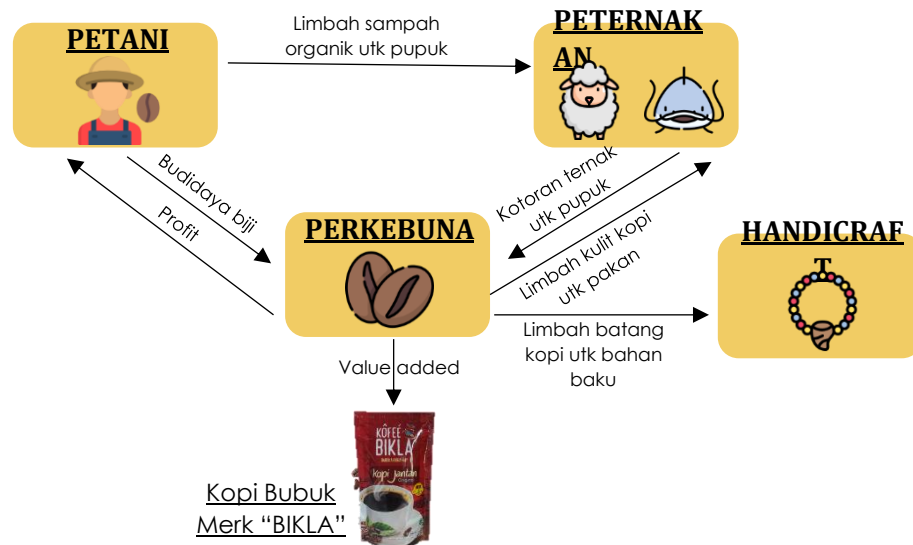
Konsep *integrated ecofarming* sebagai wujud dan kepedulian sustainability ekonomi pesantren berbasis rahmatan lil'alamin. Kaitannya dengan hal tersebut Kiai Bukhori menyampaikan:

“pesantren menerapkan konsep *green lifestyle* yaitu konsep yang menerapkan *integrated ecofarming*. Konsep ini menggabungkan aspek peternakan, perikanan dan perkebunan. Pengolahan limbah sebagai pakan ternak dan pupuk ramah lingkungan menekankan pada keberlanjutan sumber daya. Kami mengedepankan sustainability dengan berpegang teguh pada prinsip rahmatan lil 'alamin. Rencana ke depan dibangun *green house* dan ternak kambing yang diberi pakan dari kulit kopi, sedangkan kotoran kambing dimanfaatkan sebagai pupuk organik”.

Integrated ecofarming sebagai inovasi pesantren terlihat dalam gambar di bawah ini:¹²

¹¹ pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, “Masterplan Investmenht BIKLA,” 2023.

¹² pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, “Dokumen desain pesantren Unggulan,” 2023.



Gambar 27: *Integrated Ecofarming* Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany

b. Digitalisasi

Digitalisasi berkaitan dengan pemasaran produk pesantren. Dalam memasarkan produknya, Kopontren memiliki tim pemasaran khusus, yaitu PT. Ma'rifat Business yang ownernya merupakan manager Kopontren. Perusahaan tersebut tidak hanya mengencarkan pemasaran produk/unit usaha pesantren melalui kerjasama dengan mitra dan *online marketing* seperti *marketplace*, namun juga menyediakan program "Ustadz Digital" yang berfokus pada strategi dan teknik pemasaran menggunakan *platform* digital, seperti media sosial, *search engine*, *email marketing*, dan *website*. Program ini diberikan kepada tim pemasaran sebagai bentuk pendidikan.

Pencapaian pesantren khususnya dalam bidang ekonomi cukup baik, terbukti dengan beberapa sertifikat dan penghargaan yang dipaparkan pada tabel berikut ini:

Tabel 15: Prestasi Koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah Alhasany

Tahun	Prestasi
2021	Mendapat sertifikat halal dan merek dari OPOP Jawa Timur
	Menjadi salah satu dari 100 pesantren di Indonesia dengan produk terbaik dari Kemenag RI
2022	Program eko tren OPOP dalam KIPP kompetensi inovasi pelayanan public dari Kemen PAN-RB

	Program eko tren OPOP Jatim dalam Program IGA (Innovative Government Award) 2022 dari kementerian dalam negeri
2023	Juara 1 UMKM terbaik luar kota Pasuruan di Arena MTQ tingkat provinsi
	Kategori prouk terbaik unggulan OPOP Jatim
	Terpilih sebagai peserta IKRA Industri kreatif Syariah Bank Indonesia
	Terpilih sebagai peserta Booth camp Bank Indonesia di Jakarta
	Terpilih sebagai produk ISEF Indonesia Sharia Economics Festival di JCC Jakarta
	Produk terbaik kategori produk kampung SDGs dari Pusat Pengembangan Kampung SDGs
	Satu satunya produk UMKM Eko-Tren OPOP Jawa Timur yang lolos sertifikasi HACCP dari badan sertifikasi SUKOFINDO

Pengembangan unit usaha Pesantren Ihya'us Sunnah terpisah dengan pengelolaan bidang lainnya, hal ini dilakukan agar pengurus kopontren fokus pada bidang ekonomi. Arah pengembangan unit usaha pesantren ada empat yaitu:

a. Unit Usaha Pengolahan Kopi

Pemilihan unit usaha pengolahan kopi sebagaimana diungkapkan oleh Kiai Bukhori:

“Pesantren terletak di lereng Gunung Argopuro, dengan potensi terbesarnya adalah kopi yang memiliki ciri dan rasa yang khas. Sebagai rasa syukur atas nikmat ini, pesantren menunjukkannya dengan optimalisasi pengolahan kopi dengan merek BIKLA”.¹³

Produk Kopi BIKLA telah dipasarkan ke dalam negeri, seperti Tangerang, Bogor, Jakarta, Gresik, Surabaya, Depok, Ponorogo, Makassar, Riau, Papua Barat, Sumatera Barat, Kalimantan Barat. Serta pemasaran ke luar negeri sudah disiapkan untuk pengiriman ke New Zealand, dan Malaysia.

Saat ini pengolahan kopi dilakukan di pabrik yang terletak di sisi pesantren, dan bersebelahan dengan perkebunan kopi milik pesantren. Berdasar observasi yang dilakukan pabrik kopi BIKLA mampu memproduksi dengan kapasitas lebih dari 1ton setiap minggu. Namun demikian karena lokasi pabrik cukup jauh dari

¹³ wawancara dengan Kiai Imam Bukhori.

pusat keramaian dan kota maka direncanakan membuat pabrik kedua yang terletak di lokasi yang lebih strategis. Kiai Bukhori menjelaskan:

“Pabrik kedua yang rencana dibangun terletak di kota, dilengkapi dengan fasilitas umum dan kafe. Seperti konsep rest area dan destinasi edukasi bagi masyarakat. Hal ini dilakukan sebagai upaya pengembangan pemasaran BIKLA secara maksimal. Karena persaingan saat ini cukup ketat, apalagi kopi yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat saat ini adalah kopi kapal api”.

Produk BIKLA inilah yang menjadi produk unggulan dari pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember. Di bawah ini adalah gambaran pabrik pusat pengolahan kopi BIKLA beserta mesin dan contoh produknya.



Gambar 28: Pabrik Pengolahan Kopi BIKLA

b. Wisata Agro Pelangi

Wisata Agro Pelangi adalah wisata yang menjadi icon desa Tugusari. Kawasan wisata agro yang memadukan berbagai destinasi dan fasilitas sebagai pemanfaatan potensi desa dan masyarakat setempat. Kiai Imam Bukhori mengatakan:

“Percepatan pengembangan desa dengan melibatkan pemimpin (*umaro*) dan *ulama*’ menjadi pondasi yang penting dalam melakukan perubahan untuk maju. Dengan konsep bersama secara bekesinambungan

mengembangkan agro wisata untuk masyarakat pada berbagai sektor (kuliner, agribisnis, handycraft, dll)”.

Pesantren menjadi bagian dalam pengembangan wisata agro pelangi. bahkan pihak pesantren termasuk faktor atau bagian penting dalam keberhasilan wisata ini. Namun demikian tidak hanya kolaborasi dalam pengembangan wisata ini, pesantren berencana dan berupaya untuk mengembangkan wisata berbasis pesantren. Lahan dan SDM sudah tersedia, tetapi untuk bisa dikatakan layak sebagai destinasi wisata masih harus dibangun dan dilengkapi fasilitas dan sarana prasarana pendukung. Rencana ini disampaikan oleh pengasuh pesantren:

“Pesantren berencana membangun wisata berbasis pesantren terdiri dari: edukasi pengolahan kopi, agrowisata, dan mengenalkan pesantren kepada masyarakat. Masyarakat akan termotivasi untuk datang dan belajar di pesantren, sebesar motivasi dan keinginan mereka untuk berwisata. Pesantren akan menunjukkan bahwa datang ke pesantren menyenangkan dan nyaman”.

Di bawah ini gambaran destinasi wisata Agro Pelangi kolaborasi pemerintah, masyarakat desa, dan Ulama (pesantren):



Gambar 29: Pemotongan Pita dalam Peresmian Wisata Agro Pelangi



Gambar 30: Atraksi dan Fasilitas pada Wisata Agro Pelangi

c. Peternakan dan Perikanan

Unit usaha peternakan dan perikanan sebagaimana dijelaskan sebelumnya sebagai mata rantai dari pengolahan kopi BIKLA. Kotoran dari peternakan dan perikanan dimanfaatkan untuk pupuk tanaman kopi. Dan kulit kopi dimanfaatkan untuk pakan ternak. Usaha di bidang peternakan dan perikanan dimulai tahun 2023 dengan keuntungan Rp.75.000.000,-. Di bawah ini gambaran unit usaha peternakan pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember:



Gambar 31: Peternakan Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember

d. Handicraft

Produk kerajinan menjadi satu produk pendukung pada pengembangan koperasi pesantren Ihya'us Sunnah. Keuntungan yang diperoleh setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2021 mencapai 45 juta, tahun 2022: 60 juta, dan tahun 2023: 81 juta.¹⁴ Jangkauan pemasaran produknya ke Jawa Timur, Jakarta, dan Malaysia.



Gambar 32: Contoh Handycraft Pesantren Ihya'us Sunnah

B. UMKM Berbasis Pesantren melalui Program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur

1. Karakteristik Program Eko-Tren OPOP Jawa Timur dalam Pengembangan Ekonomi Pesantren

¹⁴ kopontren pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, "Laporan Keuangan Koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah," 2024.

Program OPOP (*One Pesantren One Product*) merupakan salah satu program pengembangan ekonomi pesantren. Sebelum secara detail dijelaskan tentang program OPOP di pesantren Ihya'us Sunnah, akan dipaparkan gambaran umum tentang karakteristik bisnis berbasis wilayah dan program Eko-Tren OPOP Jawa Timur secara umum. Karakter bisnis pesantren berbasis wilayah dapat dipetakan menjadi lima kelompok. Pertama, pesantren di wilayah Jawa (bagian barat) memiliki jumlah paling banyak di Indonesia akan tetapi rata-rata jumlah santrinya di bawah Jatim. Pesantren mayoritas memiliki bisnis, dan beberapa diantaranya telah mandiri. Kedua, pesantren di wilayah Jawa Tengah rata-rata memiliki unit bisnis tetapi belum dikelola optimal dan skala bisnisnya masih kecil. Ketiga, pesantren di wilayah Jawa Timur jumlahnya cukup banyak (nomor dua di Indonesia), dan mayoritas adalah pesantren tua sebagai patron di Indonesia dengan jumlah santri mukim terbanyak di Indonesia. Dengan adanya upaya akselerasi ekonomi pesantren melalui *capacity building* yang dilakukan provinsi Jawa Timur, bisnis pesantren mulai tertata dengan baik dan telah terbentuk holding wilayah.

Keempat pesantren di wilayah Sumatera telah mengarah pada upaya membentuk ekosistem kewirausahaan khususnya dalam memanfaatkan potensi perkebunan. Kelima, pesantren di Kawasan Timur Indonesia memiliki ekosistem dan semangat kewirausahaan tinggi. Potensi yang dimiliki wilayah timur cukup besar namun belum dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis pesantren. Sebagai wilayah yang memiliki peluang dan potensi cukup besar terutama jumlah pesantren dengan santri terbanyak di Indonesia Pemerintah Jawa Timur berupaya mendukung pengembangan bisnis pesantren melalui program OPOP.¹⁵

OPOP merupakan suatu program dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat berbasis pondok pesantren. Pelaksanaannya melalui pemberdayaan pesantren, santri, dan alumni pesantren. Program ini dilakukan sebagai bentuk ikhtiar untuk menciptakan pemberdayaan ekonomi inovatif

¹⁵ Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, Syarifudin Syarifudin, dan Fira Nurafini, "Integrasi keuangan sosial (ZISWAF) dan bisnis pesantren dalam pemberdayaan sosial-ekonomi masyarakat di Jawa Timur," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2023): 154–65. Dapat dilihat juga pada <https://opop.jatimprov.go.id/2021>

pesantren, mewujudkan model *santripreneur*, serta menjadikan produk unggulan pesantren dapat diterima di pasar.

Program OPOP diluncurkan pertama pada hari Rabu, 7 Agustus 2019 oleh Khofifah Indar Parawansa Gubernur Jawa Timur, bertepatan dengan puncak hari koperasi Jatim ke 72. Tujuan dari program ini adalah meningkatnya kesejahteraan dan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan pesantren, santri, alumni dan masyarakat di sekitar pesantren. Dibangun dengan semangat “rembuk nyekrup”, Eko-Tren OPOP Jawa Timur menjalin sinergi antara perangkat daerah, pelaku bisnis, komunitas, akademisi dan media. Dengan tagline yang dimiliki “pesantren berdaya, masyarakat sejahtera”.¹⁶

Khofifah menyampaikan dalam sambutannya pada video profil Eko-Tren OPOP Jawa Timur yang dipublikasikan pada media sosial sebagai bentuk syiar program pengembangan ekonomi pesantren, ia menyampaikan:

“Jawa Timur merupakan gudangnya pesantren, tentunya juga menjadi gudangnya santri. Kekuatan dakwah pesantren, lembaga pendidikan, dan geliat ekonomi yang semakin berkembang menjadi satu potensi yang cukup besar. Keyakinan besar atas keberhasilan ekonomi pesantren, salah satunya jika masyarakat dan pemerintah siap untuk menjadikan produk pesantren sebagai bagian dari referensi pelaku UMKM di negara ini.¹⁷ Referensi dalam Al-Qur’an Surat At-Taubah ayat 41 yang berbunyi:

أَنْفِرُوا خِفَافًا وَثِقَالًا وَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۚ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Berangkatlah kamu baik dalam keadaan merasa ringan maupun berat, dan berjihadlah kamu dengan harta dan dirimu di jalan Allah. Yang demikian itu adalah lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui” (Q.S: At-Taubah 41).

Untuk saat ini pesantren harus berjihad *bil māl*, *jihad bil hāl*, *jihad bil kitābah*, salah satunya melalui OPOP yang menggabungkan 3 pilar menjadi satu

¹⁶ “Pemprov Jawa Timur Luncurkan Program One Pesantren One Product (OPOP), Apa Itu? - Idealoka,” *Idealoka - Share Your Idea* (blog), 9 Agustus 2019, <https://www.idealoka.com/2019/08/09/pemprov-jawa-timur-luncurkan-program-one-pesantren-one-product-opop-apa-itu/>.

¹⁷ Pemprov Jatim, Diskop UKM Prov Jatim, dan OPOP Jatim, *Katalog Produk OPOP 2021* (Surabaya, 2021).

kesatuan mengantarkan kemandirian dan keberdayaan pesantren, alumni, santri, dan masyarakat.¹⁸

Kolaborasi dan sinergitas dapat dilakukan melalui lima fasilitas yaitu: sumber daya manusia; aspek kelembagaan dan usaha; sumber daya produksi; sumber daya pemasaran; dan pembiayaan. Adanya kolaborasi yang baik nantinya akan mendorong peningkatan koperasi, UKM dan IKM Jawa Timur, khususnya yang berbasis pesantren. Fokus program OPOP adalah mewujudkan kemandirian pesantren, santri, dan masyarakat sekitar pesantren.

Sebagaimana diungkapkan oleh Sekjend OPOP Mohammad Ghofirin, bahwa walaupun Jawa Barat telah lebih dulu meluncurkan program OPOP dibandingkan Jawa Timur, tetapi ide dan kajian tentang OPOP telah lama dibahas di Jawa Timur. Bahkan jauh sebelum diluncurkan, pemerintah Jawa Timur telah membangun ekosistem OPOP. Penyiapan ekosistem ini dilakukan oleh pemerintah dan akademisi dari Universitas Nahdhatul Ulama (UNU) Surabaya dan Institut Teknologi Surabaya (ITS). Harapannya ribuan pesantren di Jawa Timur dapat memiliki produk unggulan.¹⁹ Di samping itu pada tahun 2022 provinsi Jawa Timur mendapatkan penghargaan dari Menteri PAN-RB RI atas program “Eko-Tren” pengembangan ekonomi masyarakat berbasis pesantren. Nama Eko-Tren biasa disebut dengan OPOP Eko-Tren atau OPOP.

¹⁸ *NEW PROFIL OPOP JATIM* 2023, 2023, <https://www.youtube.com/watch?v=QicAruII0HU>.

¹⁹ Mohammad Ghofirin, *Sejarah OPOP Jawa Timur*, 2022.



Gambar 33: Penghargaan Penghargaan Menteri Pan-RB Propinsi Jawa Timur

Salah satu latar belakang lahirnya program OPOP adalah pandemi covid 19.²⁰ Masa pandemi, UMKM mengalami banyak masalah mulai dari penurunan omset penjualan, sampai pada pernyataan bangkrut. Pesantren menjadi satu peluang karena memiliki *captive market* yang dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian di sekitar pesantren. Komponen yang menjadikan UMKM berbasis pesantren bisa tumbuh adalah: jumlah santri yang cukup banyak, jaringan santri (orang tua dan keluarga santri), fanatisme yang dibangun sebagai kekuatan emosional, jumlah pesantren di Jawa Timur yang cukup banyak, alumni pesantren dengan profesi apapun memiliki ikatan dan hubungan emosional yang sangat kuat dengan kiai dan pesantren. Kekuatan ini yang menjadi potensi besar dalam kebangkitan UMKM berbasis pesantren. Mata rantai bisnis berbasis pesantren dapat dibangun dengan kokoh tidak hanya berorientasi profit tetapi juga sosial.

Kolaborasi antar pihak dibutuhkan karena masih banyak UKM, IKM, dan koperasi khususnya yang berada di pesantren masih belum mapan. Setiap pihak memiliki peran dan fungsinya masing masing. Akademisi berperan dalam

²⁰ Humas UNUSA, "Ditengah Pandemi Covid-19, UMKM Berbasis Pesantren Akan Bangkit," UNUSA (blog), 15 Desember 2020, <https://unusa.ac.id/2020/12/15/ditengah-pandemi-covid-19-umkm-berbasis-pesantren-akan-bangkit/>.

mendampingi SDM, perusahaan e-commerce dalam pendampingan akses pasar, lembaga keuangan pada bidang permodalan, dan peran serta fungsi pihak lain akan dijelaskan secara detail pada bagian membangun jejaring pada program OPOP Jawa Timur.

Pemerintah Jawa Timur menerbitkan peraturan sebagai salah satu upaya pengembangan program OPOP yaitu peraturan gubernur No.62 tahun 2020. Peraturan ini diterbitkan dengan pertimbangan:²¹

- a. Perlu adanya kesempatan berusaha dan bekerja dalam meningkatkan kesejahteraan melalui program pemberdayaan ekonomi masyarakat;
- b. Potensi yang cukup besar dimiliki oleh pesantren, santri, dan alumni dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat;
- c. Sesuai pasal 46 UU No 18 tahun 2019, pesantren memberi kewenangan kepada Pemda untuk mendukung dan memfasilitasi dalam melaksanakan fungsi pemberdayaan masyarakat.

Menurut peraturan tersebut OPOP adalah suatu program peningkatan kesejahteraan masyarakat berbasis pesantren melalui pemberdayaan santri, pesantren, dan alumni pondok pesantren. Pelaksana pengembangan program OPOP adalah tim yang disebut tim penguatan dan pelaksanaan program.²² OPOP juga disebut sebagai suatu Gerakan kewirausahaan sosial yang memiliki tujuan pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat berbasis pesantren melalui pemberdayaan santri, masyarakat pesantren, dan alumni pesantren.²³ Program Eko-Tren OPOP Jawa Timur memiliki 12 tujuan²⁴ dan tiga pilar. Adapun tiga pilar/pondasi Eko-Tren OPOP Jawa Timur adalah pesantrenpreneur, santripreneur, dan sosiopreneur:²⁵

²¹ Gubernur Jawa Timur, "Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 62 Tahun 2020 Tentang One Pesantren One Product" (Surabaya: Berita Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2020 nomor 62 Seri E, Oktober 2020).

²² "Peraturan Gubernur Jatim No. 62 Tahun 2020 Tentang OPOP.Pdf," T.T.

²³ Novie Dkk., "East Java OPOP."

²⁴ Pengelola Program OPOP Jawa Timur, "dokumen profil OPOP Jawa Timur," 2020, <https://opop.jatimprov.go.id/>.

²⁵ Pengelola Program OPOP Jawa Timur.



Gambar 34: Tiga Pilar OPOP Jawa Timur



Gambar 35: Pemaknaan Tiga Pilar OPOP Jawa Timur

a. *Santripreneur*

Program pemberdayaan santri yang memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan dan kreatifitas dalam membuat produk inovatif yang memiliki karakteristik khusus yang berorientasi pada kemanfaatan dan keuntungan sesuai Syariah. Pemberdayaan melalui vokasional skill dan laboratorium kewirausahaan. Membentuk santri yang berjiwa pengusaha Islami. Program santripreneur dilakukan dalam bentuk ekstrakurikuler PSW (Program Santri Wirausaha). Ada tujuh tahap dalam program santripreneur yaitu: sosialisasi, seleksi, pondok KWU (magang pada pondok kewirausahaan), akses permodalan, mentoring, monitoring evaluasi, dan pameran produk (santripreneur expo).

Catatan penting dalam pelaksanaan program santripreneur bahwa segala bentuk pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang diberikan kepada santri dijalankan tanpa merubah dan mengganggu tujuan utama santri, yaitu belajar (mengaji) di pesantren. Sifat program *santripreneur* menambah, bukan mengurangi, menguatkan santri dalam belajar agama, bukan melemahkan. Berbagai kegiatan santripreneur dalam kurun waktu 2019-2022, meliputi: webinar *santripreneurship*, santri OPOP camp, Bhakti SMK OPOP, Kompetisi Inovasi Bisnis Santripreneur, Pelatihan Santri OPOP Digital, *Santripreneur Award*, dan *Santripreneur Expo*.

b. *Pesantrenpreneur*

Program pemberdayaan ekonomi pesantren berbasis koperasi (Kopontren) yang bertujuan menghasilkan produk halal yang memiliki keunggulan dan siap diterima di pasar lokal, nasional, maupun internasional. Dalam mewujudkan kemandirian pesantren melalui konsep pesantrenpreneur, ada lima aspek yang menjadi fokusnya yaitu: kelembagaan (tata kelola organisasi dan tata laksana), pengembangan SDM, produksi (produktivitas dan daya produksi), pemasaran (jaringan kerjasama, kemitraan dan penguatan promosi produk pesantren), dan permodalan (skema hibah, pembiayaan, dan kemitraan).

Konsep pesantrenpreneur hadir sebagai wujud kebangkitan institusi nonformal yaitu pesantren yang menyadari pentingnya keterlibatan lembaga ini dalam ekosistem aspek ekonomi. Istilah ini salah satu yang mempopulerkan adalah

program OPOP. Kata pesantrenpreneur merupakan gabungan dari dua kata yaitu pesantren dan entrepreneur. Harapannya dalam kurun waktu 2019-2023 terdapat 1000 produk unggulan yang dihasilkan pesantren.

c. Sosiopreneur

Program pemberdayaan bagi alumni pesantren bersinergi dengan masyarakat. Program dilakukan melalui berbagai inovasi produk sosial berbasis kreatifitas secara inklusif dan teknologi digital. Sosiopreneur difokuskan pada optimalisasi peran alumni dalam pemberdayaan ekonomi. Aspek pengembangan sosiopreneur ada lima yaitu: kelembagaan, pengembangan SDM, produksi, pemasaran, dan permodalan.

Mimpi yang ingin diwujudkan melalui program sosiopreneur adalah lahirnya wirausahawan baru dari alumni pesantren yang kreatif, inovatif, dapat membaca peluang, memiliki nilai manfaat bagi lingkungan dan masyarakat. Dengan program sosiopreneur ini alumni pesantren diberikan pelatihan dan pendampingan oleh narasumber kompeten dan profesional dalam mengembangkan usaha. Dengan mengedepankan aspek inovasi sosial, alumni pesantren didorong untuk mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan. Nantinya produk/jasa yang dihasilkan dapat memberi manfaat, menjadi solusi atas tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan lingkungan.

Sosiopreneur juga membantu alumni pesantren untuk memanfaatkan teknologi digital, agar produknya bisa lebih kompetitif dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Adanya sosiopreneur sebagai salah satu pilar Eko-Tren OPOP Jawa Timur menjadi jawaban atas pandangan negatif terhadap alumni pesantren. Karena selama ini alumni pesantren diragukan kompetensinya. Mereka dianggap tidak memiliki daya saing yang baik untuk masuk ke industri.

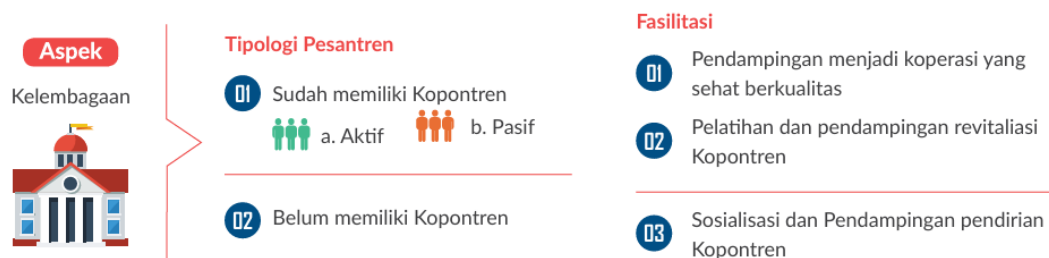
Berbagai program yang dikembangkan dalam OPOP diantaranya adalah akademi OPOP, Samsat OPOP, aplikasi marketplace OPOP Mart, Agen pos pesantren, kartu santri digital dan kartu ATM OPOP Jatim berdaya. Target pesantrenpreneur adalah 1000 pesantren. Tidak hanya memberi dana bantuan atau

hibah, tetapi program memberikan dampingan dan bimbingan serta konseling dalam mewujudkan rancangan program berbasis kearifan lokal pesantren.²⁶

Salah satu bentuk pendampingan Eko-Tren OPOP Jawa Timur dalam pengembangan ekonomi pesantren (pesantrenpreneur) melalui program Klinik OPOP Jawa Timur. Yaitu program pendampingan ekonomi pesantren dengan lima aspek fasilitasi:

a. Kelembagaan dan usaha:

Aspek kelembagaan untuk tipologi dan fasilitasi digambarkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 36: Skema Aspek Kelembagaan

Pesantren yang tergabung dalam OPOP didorong untuk mendirikan koperasi. Ada tiga kategori anggota OPOP yaitu pesantren yang memiliki koperasi (berbadan hukum dan berkembang dengan baik), koperasi belum berbadan hukum, koperasi yang hanya menyediakan kebutuhan keseharian santri. Tujuannya usaha pesantren dapat berkembang dengan baik, tidak hanya jangka pendek tetapi jangka panjang.

b. Peningkatan kualitas SDM

Tipologi dan fasilitasi dalam peningkatan kualitas SDM dijelaskan pada skema di bawah ini:



Gambar 37: Skema Aspek SDM

²⁶ Muhamad Wildan Fawaid, "Pesantren dan Ekosistem Halal Value Chain," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 166–84.

Difokuskan untuk pelatihan dan sertifikasi SDM pengelola usaha pesantren. Pengembangan kompetensi dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur.

c. Peningkatan kualitas produk:

Produk yang dihasilkan oleh pesantren harus memiliki keunggulan dan menjadi unggul baik di Tingkat lokal, nasional, bahkan internasional. Kerangka tipologi pesantren dan fasilitasi adalah sebagai berikut ini:



Gambar 38: Skema Aspek Produk

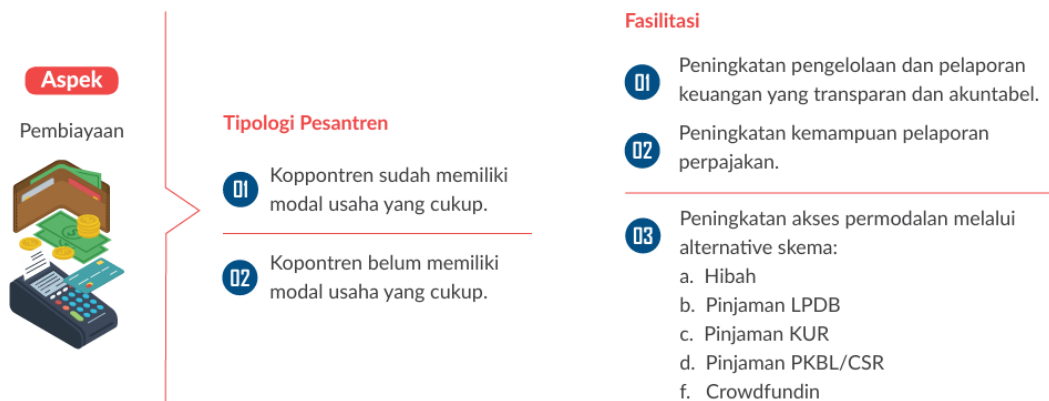
d. Akses pemasaran:

Berbagai strategi dilakukan dalam memasarkan produk pesantren baik secara offline maupun online. Pemasaran dilakukan di Jawa Timur dan luar Jawa Timur, salah satunya dalam bentuk pameran produk atau expo yang dila



Gambar 39: Skema Akses Pemasaran

e. Akses pembiayaan:



Gambar 40: Skema Akses Pembiayaan

Dari gambar di atas dapat kita pahami, bahwa pembiayaan diberikan dalam rangka mendukung pengembangan usaha pesantren baik jangka pendek maupun jangka Panjang. Pembiayaan diberikan dalam skema KUR (Kredit Usaha Rakyat), hibah, dana bergulir, LPDB, CSR, dan *crowdfunding*. Tujuan aspek pembiayaan juga untuk meningkatkan kemampuan pesantren dalam mewujudkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dan pelaporan keuangan. Serta meningkatkan kemampuan dalam pelaporan pajak.

Program klinik seri 1 dilaksanakan pada tanggal 4 Maret 2025 bersama narasumber sekjen Eko-Tren OPOP Jawa Timur (Muhammad Ghofirin). Sosialisasi program melalui media sosial dan website OPOP Jatim, berupa flyer sebagaimana dilampirkan di bawah ini:²⁷



Gambar 41: Flyer Sosialisasi Program Klinik OPOP Jawa Timur

Secara umum Aktivitas ekonomi dan bisnis pesantren menurut PD Pontren Kementerian Agama ada 11 bidang yaitu: agribisnis, koperasi UKM Ekonomi Syariah, maritim, olahraga, perkebunan, peternakan, pusat kesehatan, seni budaya,

²⁷ Opop Provinsi Jawa Timur, "KLINIK OPOP JATIM SESI 1," <https://opop.jatimprov.go.id/>, diakses 6 Maret 2025, <https://opop.jatimprov.go.id/agenda/76/klinik-opop-jatim-sesi-1>.

teknologi, vokasional, dan bidang lainnya.²⁸ Sedangkan dalam program Eko-Tren OPOP Jawa Timur kelompok unit bisnis pesantren terbagi menjadi delapan kelompok yaitu: makanan minuman, perkebunan agrikultur, fashion, peternakan, pangan organik, perikanan, kerajinan, teknologi informasi.²⁹

Perkembangan Eko-Tren OPOP Jawa Timur terhitung cukup baik. Dari data yang ada jumlah pesantren yang tergabung tahun 2019: 150, 2020: 200, 2021: 200, 2022: 200, 2023: 250, total ada 1000 pesantren.³⁰ Pesantren yang tergabung dari berbagai kabupaten dan kota di Jawa Timur, yaitu: 29 kabupaten (Bangkalan, Banyuwangi, Blitar, Bojonegoro, Bondowoso, Gresik, Jember, Jombang, Kediri, Lamongan, Lumajang, Madiun, Magetan, Malang, Mojokerto, Nganjuk, Ngawi, Pacitan, Pamekasan, Pasuruan, Ponorgo, Probolinggo, Sampang, Sidoarjo, Situbondo, Sumenep, Trenggalek, Tuban, dan Tulungagung), dan sembilan Kota (Batu, Blitar, Kediri, Madiun, Malang, Mojokerto, Pasuruan Probolinggo, dan Surabaya).

Kondisi usaha pesantren yang saat ini berjalan (existing) tergolong menjadi 5 tingkatan yaitu:³¹

- a. Bisnis rintisan: bisnis dijalankan kurang dari dua tahun, kekayaan bersih 50 juta, omset maksimal 300 juta (mikro). Pada tingkatan ini kontribusi terhadap pesantren belum begitu signifikan.
- b. Bisnis belum dikelola dengan baik: unit usaha dijalankan selama 2-3 tahun. Kekayaan bersih 50-500 juta dan omset 300 juta-2,5 M (skala kecil). Kontribusi terhadap operasional pesantren belum signifikan.
- c. Bisnis stabil: kontribusi yang diberikan bisnis pada tingkatan ini kepada pesantren antara 10-25%. Usaha telah berjalan 4-5 tahun, dengan

²⁸ Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, Syarifudin Syarifudin, dan Fira Nurafini, "Integrasi keuangan sosial (ZISWAF) dan bisnis pesantren dalam pemberdayaan sosial-ekonomi masyarakat di Jawa Timur," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2023): 154–65.

²⁹ "One Pesantren One Product," *Pusat Kajian Kebijakan Publik Bisnis Dan Industri* (blog), diakses 22 Maret 2024, <https://www.its.ac.id/kpbi/id/one-pesantren-one-product/>.

³⁰ "One Pesantren One Product."

³¹ Mohammad Ghofirin dan Rengga Satria, "Eko-Tren OPOP Jawa Timur" (Micepro Indonesia, 2022), https://opop.jatimprov.go.id/download/ebook?per_page=10.

kekayaan 500 juta-10 M dan omset maksimal 2,5-10 M (skala menengah).

- d. Bisnis berkembang: bisnis dijalankan oleh pesantren lebih dari 5 tahun, kekayaan bersih lebih dari 10 M dan omset 50M (skala bisnis). Kontribusi yang diberikan kepada pesantren 25%.
- e. Bisnis sudah mandiri: unit usaha yang mampu membiayai seluruh operasional pesantren.

Pengembangan unit usaha pada tingkatan berapapun tentunya dapat mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren. Dan juga pengentasan kemiskinan serta penurunan angka pengangguran. Pengembangannya menjadi salah satu upaya untuk memenuhi target 1000 varian produk pesantren tahun 2023.

Program OPOP menargetkan setiap pesantren memiliki satu produk unggulan sebagai representasi makna *one pesantren one product* dalam mewujudkan kemandirian pesantren.³² Harapan untuk mewujudkan kemandirian pesantren melalui program OPOP adalah sebagai bentuk mengoptimalkan kehadiran negara dalam memberi afirmasi, rekognisi, dan fasilitasi bagi pesantren dengan tradisi dan kekhasannya. Dengan terwujudnya kemandirian ekonomi pesantren, dapat memperkuat dan memudahkan dalam menjalankan fungsinya baik dalam pendidikan, dakwah, serta pemberdayaan masyarakat. Tentunya juga dapat meningkatkan kesejahteraan pesantren dan juga Masyarakat.

Sebenarnya jauh sebelum ada program OPOP Jawa timur, beberapa pesantren besar telah memiliki unit bisnis dan produk yang cukup banyak. Tetapi pemerintah provinsi tidak memiliki data yang jelas dan pasti terkait perkembangan ekonomi pesantren di wilayah Jawa Timur. Oleh karena itu dalam rangka optimalisasi pengembangan ekonomi pesantren program OPOP diresmikan, dan pelaksanaannya dirancang dengan sistematis.

Output program OPOP pesantren adalah menjadikan unit bisnis berbadan hukum koperasi. Tidak hanya mengupayakan dan mendorong lahirnya koperasi,

³² Lely Yuana, "Program OPOP Jatim Target Bina 1000 Pesantren hingga 2024 - TIMES Indonesia," diakses 22 Maret 2024, <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/402333/program-opop-jatim-target-bina-1000-pesantren-hingga-2024>.

program OPOP memberi pendampingan dalam bidang produksi, SDM, pemasaran, pembiayaan dan kelembagaan.³³

Untuk melihat sejauh mana efektifitas program OPOP dalam pengembangan ekonomi pesantren, perlu dilakukan analisis yang mendalam. Koperasi di dalam pesantren yang dimaksud di atas disebut dengan Kopontren, yaitu unit usaha yang berorientasi pada pengembangan ekonomi pesantren berdasar prinsip Syariah dan ketentuan undang-undang koperasi. Unit bisnis mengalami peningkatan setelah adanya pendampingan dari program OPOP.³⁴

Selain melalui legalitas unit bisnis pesantren (koperasi), upaya yang juga dilakukan dalam pengembangan unit bisnis pesantren adalah memasukkan materi kewirausahaan dalam kurikulum pesantren (pesantrenpreneur). Di pesantren Sidogiri misalnya memasukkan materi kewirausahaan dalam jurusan muamalat di Madrasah Aliyah. Kurikulum dikemas dalam bentuk materi dan program ekstrakurikuler yang mengintegrasikan kitab-kitab rujukan pembelajaran dengan praktek. Tidak hanya ketika menjadi santri, setelah menjadi alumni pendidikan kewirausahaan diwadahi melalui KOPONTREN dengan miniatur ekosistem bisnis Syariah. *Role model* pendidikan pesantrenpreneur menekankan pada kemandirian dan pengabdian santri.³⁵

Manfaat dirasakan tidak hanya berupa manfaat finansial tetapi juga non finansial. Manfaat finansial berupa kemandirian ekonomi yang didapatkan melalui kegiatan unit usaha. Sedangkan manfaat nonfinansial dengan menumbuhkan mental tangguh dan tidak menyerah adalah santri mampu menghadapi masalah

³³ Luluk Edahwati, Sutiyono Sutiyono, dan Rizqi Rendri Anggriawan, “Pemberdayaan Santri Al Inayah dalam Pengembangan Kopontren dari Hasil Pendampingan OPOP (One Pesantren One Product) dengan Pemanfaatan Ikan Lele menjadi Abon,” *abdimesin* 1, no. 1 (2021): 1–6.

³⁴ Rizma Fauziyah, Noor Shodiq Askandar, dan Junaidi Junaidi, “Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 Malang),” *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 3, no. 1 (2022), <http://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/viewFile/17597/13309>.

³⁵ Nurochman Assayyidi, Samsudin Samsudin, dan Moh Farhan, “Pesantrenpreneurship dalam Perspektif Pendidikan Islam,” *TA’DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 2 (2023): 162–71.

kesulitan hidup, menentukan mitra atau jaringan yang baik, dan dapat memanfaatkan waktu untuk kegiatan yang positif dan produktif.³⁶

Berdasar laporan evaluasi yang dilakukan tim Eko-Tren OPOP Jawa Timur dalam memetakan potensi dan kinerja unit bisnis pesantren didapatkan hasil 62% kopontren mengalami peningkatan kelas (57% kelas 1 ke kelas 2, 5% kelas 2 ke kelas 3), dan 38% tidak mengalami peningkatan. Penilaian kopontren berdasar pada variabel: tersedianya produk, SDM, tim pemasaran, gudang produk, penerapan IT untuk logistik, pemanfaatan marketplace sebagai media pemasaran, riset untuk standarisasi baku mutu, peningkatan kualitas kontrol, pemanfaatan jejaring, dan adanya pembiayaan. Ada empat tipologi unggulan yaitu: bahan baku makanan, prouduk makanan olahan dan kemasan, produk minuman kemasan, dan konveksi.³⁷

Sedangkan perkembangan unit bisnis pesantren setelah menjadi anggota Eko-Tren OPOP Jawa Timur dari hasil yang diperoleh oleh penelitian melalui metode wawancara terdapat 85% mengalami peningkatan omset dan pendapatan, 5% memiliki omset dan pendapatan yang sama atau tetap, dan 10% mengalami penurunan omset dan pendapatan.³⁸

2. UMKM Berbasis Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Melalui Program OPOP Jawa Timur

UMKM berbasis pesantren adalah unit usaha mikro kecil dan menengah yang dikembangkan di lingkungan pesantren dengan nilai-nilai ke-Islaman khas kepesantrenan. Khas kepesantrenan dapat terlihat dari unsur yang harus dimiliki oleh pesantren yaitu kiai, santri, pondok, masjid, dan kitab kuning. Mengoptimalkan peran pesantren tidak hanya di bidang pendidikan dan dakwah tetapi juga pemberdayaan masyarakat. Sesuai dengan UU pesantren No 18 Tahun 2019 ada tiga fungsi pesantren yaitu: pendidikan, dakwah dan pemberdayaan masyarakat.

³⁶ Avi Sunani dkk., "Pendampingan Program Santripreneur berbasis Kewirausahaan Digital pada Santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo Jawa Timur," *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 1 (2024): 125–36.

³⁷ Tim Kajian OPOP Jawa Timur, "Laporan Akhir Desain Kebijakan Pengembangan Potensi Ekonomi Pondok Pesantren Di Jawa Timur," 2022.

³⁸ Pengelola unit bisnis pesantren OPOP, wawancara 150 unit bisnis pesantren OPOP, 2023.

Koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember merupakan salah satu bentuk UMKM berbasis pesantren karena di dalam pelaksanaan dan implementasinya memenuhi beberapa unsur berikut ini:

- a. Unit usaha mikro kecil dan menengah yang dilaksanakan di pesantren dengan unsur pesantren yang harus dipenuhi (masjid, pembelajaran kitab kuning, santri, dan kiai)
- b. Fungsi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pesantren melalui unit usaha yang dijalankan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pesantren.
- c. Ada karakteristik khusus yang ditunjukkan dari UMKM berbasis pesantren dilihat dari potensi pasar yang cukup besar milik pesantren, meliputi: *captive market*, jumlah dan jaringan santri-alumni-walisantri, dan dukungan besar potensi masyarakat.
- d. Pelaksanaan UMKM berbasis pesantren memiliki manfaat akselerasi ekonomi Syariah baik sebagai suatu ilmu maupun nilai, dan menjadi konsep ekonomi kerakyatan.
- e. Keberhasilan UMKM berbasis pesantren karena beberapa faktor yaitu: doktrin agama (agama memotivasi orang untuk melakukan kegiatan ekonomi), santri dan program.

Saat ini peran dan pengaruh pesantren cukup kuat tidak hanya sekedar sebagai tempat ibadah dan mendalami ilmu agama, tetapi menjadi rujukan dan referensi penting dalam pemberdayaan masyarakat. Pengembangan UMKM berbasis pesantren sangat terlihat dalam program OPOP. Dari segi nama OPOP memiliki makna satu pesantren dengan satu produk unggulan yang dimiliki (*one pesantren one product*). Perhatian kepada pesantren dan potensi usahanya melalui program OPOP menjadi satu strategi menaikkan level UMKM berbasis pesantren. Dengan program OPOP geliat ekonomi pesantren dapat didorong dan dikembangkan sebagai rujukan UMKM di Indonesia.

UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada pesantren Ihya'us Sunnah Jember Jawa Timur diwujudkan dalam satu unit usaha unggulan yaitu olahan kopi. Pesantren ini terletak di kabupaten Jember, yaitu kabupaten penghasil

kopi terbesar di Provinsi Jawa Timur dengan luas 18.284 ha. Lereng pegunungan Argopuro Jember pada tahun 2013 memiliki lahan kopi robusta yang cukup luas. Berdasar data Dirjen Perkebunan, perkebunan kopi terletak di beberapa desa di Kecamatan Bangsalsari, salah satunya adalah Desa Tugusari. Kelompok tani di desa Tugusari memiliki jumlah anggota banyak dan lahan yang luas. Namun terbilang kurang sejahtera karena pendapatan yang tidak menentu dan sebagian besar tidak memiliki lahan sendiri. Hal ini memaksa mereka membuka lahan sendiri di tanah milik pemerintah (perhutani). Secara geografis desa Tugusari dikelilingi hutan (perkebunan kopi) dan komoditi masyarakat cenderung tidak memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi, akses informasi, mendapat modal, sarana prasarana yang dibutuhkan. Dari latar belakang tersebut Pesantren Ihya'us Sunnah berinisiatif untuk merubah kondisi ini.

Sebagaimana dijelaskan pada paparan data hasil penelitian pesantren Ihya'us Sunnah terletak di dusun Canting, Desa Tugusari, Kec. Bangsalsari Jember Jawa Timur. Posisi pesantren di daerah pelosok di bawah lereng gunung Argopuro, dengan akses jalan yang sulit dijangkau, dan jalan masuk ke wilayah pesantren penuh dengan perkebunan kopi. Pesantren yang didirikan oleh K.H. Imam Bukhori pada tahun 2002 setelah beliau lulus dari pesantren di Situbondo. Selain pendidikan madrasah diniyyah, pesantren juga memiliki sekolah formal MI pada tahun 2002, SMP dan RA pada tahun 2008 dan SMK Teknologi pertanian Alhasany tahun 2016.

Salah satu yang melatarbelakangi pendirian SMK Teknologi Pertanian adalah potensi alam berupa perkebunan dan pertanian. Harapannya potensi yang ada di desa tersebut dapat dikembangkan oleh SDM yang memiliki keahlian dan keilmuan. Selain pengembangan Pendidikan, kiai Imam Bukhori juga berjuang untuk membangun ekonomi keummatan. Perjuangan ini adalah salah satu wasiat kiainya (gurunya) yang berbunyi

“Santri saya yang pulang atau berhenti, harus ikut mengurus dan memikirkan paling tidak salah satu dari tiga: Pendidikan islam, dakwah melalui NU, dan ekonomi masyarakat. Biar alim, biar kaya tapi tidak ikut salah satu dari tiga, saya ingin tahu kesempurnaan hidupnya. Sebaliknya biar bodoh, biar miskin

tapi ikut mengurus atau cawe cawe paling tidak salah satunya dengan ikhlas, merasakan sendiri kesempurnaan hidupnya”.³⁹

Dengan niat dan tujuan memanfaatkan potensi pesantren untuk pengembangan kemandirian, tahun 2019 pesantren Ihya’us Sunnah memproduksi kopi 5 kg setiap minggu. Sebagai anggota program OPOP Eko Tren satu produk unggulan pesantren adalah kopi yang diproduksi dengan nama Kopi BIKLA, merek ini singkatan dari “Barokah Ibrahimy Kopi Lereng Argopuro”.⁴⁰

Sebagaimana dijelaskan oleh Imam Bukhori selaku pendiri usaha produksi kopi BIKLA, kata Ibrahimy diambil dari nama gurunya yaitu kiai Ibrahim pengasuh dan pendiri Pesantren Salafiyah Safi’iyyah Situbondo. Ada harapan mendapat keberkahan dari gurunya (Kiai Ibrahim). Sebelum nama ini dilaunching kiai Imam terlebih dahulu memohon ijin dan doa restu kepada pengasung Pesantren Salafiyah Syafi’iyyah Situbondo khususnya atas penggunaan kata Ibrahimy. Sedangkan penggunaan kata Lereng Argopuro, dalam rangka mempopulerkan potensi lokal yang dimiliki daerah lereng gunung Argopuro.

Dalam rangka pengembangan UMKM berbasis Pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember, beberapa langkah sistematis yang dilakukan melalui program OPOP dalam mewujudkan satu produk unggulan yaitu:

1. Mengidentifikasi potensi pesantren dengan membahas potensi pesantren diintegrasikan dengan visi, misi, nilai dan tujuan yang dimiliki melalui diskusi dengan pimpinan pesantren. Potensi yang diidentifikasi adalah sumber daya pesantren berupa keahlian yang dimiliki, potensi ekonomi lokal, potensi masyarakat sekitar pesantren. Beberapa potensi yang teridentifikasi dari pesantren adalah: potensi alam (perkebunan kopi), potensi sosial (sikap tawadhu dan kepercayaan yang tinggi masyarakat kepada kiai, luasnya jaringan kiai Bukhori), dan banyaknya petani kopi sekitar pesantren yang memiliki keterampilan berkebun kopi.

³⁹ Bukhori, “Lima Wasiat K.H.R Syamsul Arifin dalam Dokumen Pesantren Ihya’usSunnah Jember,” 2002.

⁴⁰ Imam Bukhori, profil unit usaha pesantren ihya’ussunnah Al-Hasany jember.

2. Memilih produk unggulan yaitu dengan identifikasi produk dan jasa yang memiliki daya jual yang tinggi di pasar lokal, nasional, maupun internasional. Dalam proses pemilihan produk masyarakat sekitar pesantren dilibatkan. Bahwa produk yang dipilih dipastikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Olahan kopi dengan merek BIKLA dijadikan sebagai produk unggulan pesantren yang dalam prosesnya melibatkan banyak pihak termasuk masyarakat sekitar.
3. Membuat rencana dan desain produk oleh tim khusus yang terdiri dari pesantren, pakar industri dan ahli desain dibentuk untuk menyusun rencana dan rancangan produk. Menentukan kriteria kualitas produk untuk memastikan produk memiliki standar yang dapat bersaing di pasar. Karena produk kopi BIKLA terdiri dari dua jenis, maka kemasan juga dibuat dalam dua desain kemasan seperti di bawah ini:



Gambar 42: Kemasan Kopi BIKLA Jantan



Gambar 43: Kemasan Kopi BIKLA Rempah

4. Pelatihan dan pengembangan keterampilan: pelatihan diberikan kepada pesantren dan masyarakat dalam rangka meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengembangkan produksi dan pemasaran. Pelatihan dilakukan melalui kerjasama dan dukungan lembaga profesional, agar pelaksanaannya lebih optimal. Pelatihan dan pengembangan keterampilan SDM difokuskan pada: peningkatan kualitas produk, peningkatan mutu SDM melalui pelatihan dan sertifikasi, peningkatan SDM pada desain kemasan, dan peningkatan mutu SDM pada aspek pemasaran khususnya pemasaran online.
5. Pengembangan produksi dengan infrastruktur produksi dipastikan telah memadai, seperti bahan baku, peralatan, dan fasilitas produksi. Sebagai upaya memastikan pemenuhan standar produk yang ditetapkan, sistem pengelolaan kualitas diterapkan. Peningkatan produksi melalui upgrading mesin produksi, penggunaan SOP dalam proses produksi dan pengurusan sertifikasi serta legalitas produk. Diantara sertifikat yang dimiliki untuk menjamin produksi kopi BIKLA adalah sertifikat Merek kopi BIKLA, sertifikasi halal, dan legalitas kelembagaan sebagai jaminan atas produk yang dikelola. Sebagai upaya pengembangan produk BIKLA, salah satunya adalah penambahan varian produk dengan rancangan konsep berikut ini:



Gambar 44: Rancangan Pengembangan Produk Kopi BIKLA

6. Pemasaran dan Branding: menyusun perencanaan pemasaran yang efektif meliputi: penetapan harga, strategi promosi, dan distribusi produk. Identitas merek dibangun dengan kuat untuk membedakan produk OPOP di pasaran. Upaya menciptakan pasar yang luas dan diakuinya produk tidak hanya pada tingkatan provinsi atau nasional, bahkan dipersiapkan mampu diakui secara internasional. Beberapa tahap pengembangan pemasaran tergambar di bawah ini:



Gambar 45: Pengembangan Pemasaran BIKLA

7. **Kemitraan dan Jaringan:** kemitraan dibangun antara pesantren, pemerintah, pemangku kepentingan lokal, dan sektor swasta dalam mendukung pemasaran dan distribusi produk. Memanfaatkan even-even atau festival untuk memperluas jaringan dengan pelanggan dan mempromosikan produk. Mitra kerja utama BIKLA adalah seluruh mitra dan jaringan OPOP Jawa Timur. Selain itu juga bermitra dengan PT Berlian sejati Nusantara Sidoarjo, PT Berkah Ihsan Gemilang, PT Makrifat Business Jember, PT Pancer Akademi Indonesia, dan Badan Usaha Milik NU Jember.
8. **Monitoring dan evaluasi:** sistem monitoring yang efektif diterapkan untuk melacak kinerja keuangan, produksi, dan penjualan. Evaluasi dilakukan secara rutin untuk melihat dampak dari program terhadap masyarakat, peningkatan kesejahteraan dan ekonomi lokal. Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui proses audit internal. Beberapa bagian yang diaudit adalah *top management*, *food safety team*, produksi dan QC, SDM, *purchasing*, Gudang bahan dan peoduk jadi, dan fasilitas umum.
9. **Peningkatan berkelanjutan:** beberapa hal yang diperhatikan diantaranya adalah umpan balik dari masyarakat dan pelanggan, melakukan perbaikan secara terus-menerus atas suatu produk dan proses produksi. Untuk menjaga daya saing, perlunya dorongan untuk melakukan inovasi dalam produk atau proses produksi. Peningkatan berkelanjutan terangkum dalam program investment kopi BIKLA, beberapa pengembangan dijelaskan dalam gambar di bawah ini:



Gambar 46: Program Pengembangan Investment Kopi BIKLA

10. Pengembangan komunitas: pengembangan berfokus pada produk, program pemberdayaan masyarakat bidang pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan. Program OPOP juga berfokus pada membangun ekosistem yang mendukung pengembangan pemberdayaan masyarakat dan ekonomi lokal. Kunci keberhasilan dalam pelaksanaan program OPOP adalah dengan integrasi dengan nilai-nilai dan tujuan pesantren.⁴¹

Pada program OPOP tidak hanya memberdayakan pesantren tetapi juga santri, alumni, dan masyarakat. Upaya terus dilakukan untuk tumbuh dan berkembang memberi kemanfaatan, belajar memahami perbedaan dan perkembangan agar bisa beradaptasi dan bertahan dalam kondisi apapun. Jika saat ini satu terobosan yang harus dilakukan adalah dengan teknologi dan digitalisasi, maka unit bisnis pesantren-pun harus siap dan mau menerima perubahan tersebut. Walaupun dalam kitab yang selama ini dikaji tidak ada pembahasan seperti itu, namun tetap memiliki dasar atau kaidah yang digunakan adalah:

المُحَافَظَةُ عَلَى الْقَدِيمِ الصَّالِحِ وَالْأَخْذُ بِالْجَدِيدِ الْأَصْلِحِ

Artinya: “melestarikan (menjaga) hal-hal lama yang baik dan mengadopsi hal-hal baru yang lebih baik”.

Yakni menjaga dan melestarikan nilai dan tradisi dengan adanya tuntutan perubahan budaya, cara berfikir manusia, dan peradaban. Pesantren harus dinamis karena peradaban nilai dan budaya tidak hanya berhenti di teks tetapi juga pada realitas dan relasi sosial yang ada. Sehingga nilai tidak stagnan dan berhenti di ideologi, dogma, tetapi berubah dan berkembang secara kontekstual dalam perjalanan kehidupan agar menjadi lebih baik.

Pesantren yang awalnya tidak dikenal sama sekali, karena berada di daerah pelosok lereng gunung, saat ini bahkan bisa dikenal tidak hanya di Jawa Timur tetapi di kancah internasional. Hal ini tidak lain salah satunya karena inovasi usaha

⁴¹ Muhammad Wildan Fawaid, “Pesantren dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat: Analisis Terbaru terhadap Program One Pesantren One Product (OPOP),” dalam *Prosiding AnSoPS (Annual Symposium on Pesantren Studies)*, vol. 2, 2023, 115–23, <https://proceeding.iainkediri.ac.id/index.php/ansops/article/view/50>.

kopi BIKLA. Pesantren Ihya'us Sunnah menjadi satu pesantren yang memiliki komitmen tinggi dalam mengembangkan ekonomi pesantren. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya BIKLA dimulai tahun 2019, dan diresmikan pada 6 Juni 2020. Secara legalitas BIKLA telah tersertifikasi LPPOM MUI No.0720069791291.

Unit bisnis dikembangkan dengan model koperasi, yang bergerak di sektor pangan dengan produk unggulannya kopi. Koperasi resmi didirikan pada tahun 2020, beranggotakan keluarga pesantren dan masyarakat petani kopi. Kopi sebelumnya dijual mentah atau setengah jadi, kemudian diproduksi menjadi produk jadi kemasan bubuk yang memiliki merek. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah, penjualan, dan harga.

Sebagai satu organisasi yang memiliki mimpi dan harapan dengan manajemen yang baik, koperasi pesantren Ihya'us Sunnah memiliki visi dan misi. Visi: Menyediakan produk yang berkualitas, higienis dan inovatif. Sedangkan untuk misi: Mendidik petani dari hulu hingga hilir. Ada dua produk yang diproduksi yaitu:

1. Kopi jantan original yaitu kopi robusta dengan cita rasa original asli lereng gunung Argopuro. Kopi jantan terbuat dari biji kopi yang mengalami anomali atau kelainan. Pada umumnya biji kopi terdiri dari dua keping (dikotil), tetapi kopi lanang hanya memiliki satu biji (monokotil), berbentuk bulat agak lonjong menyerupai biji kacang. Sebagaimana dijelaskan oleh kiai Imam, bahwa menurut ahli biji kopi lanang memiliki kafein dua kali lipat dari kopi biasa. Sehingga dipercaya dapat meningkatkan hormon testosteron, meningkatkan vitalitas pria secara signifikan.



Gambar 47: Desain Kemasan BIKLA Kopi Jantan

2. Kopi rempah nusantara: kopi robusta dari lereng gunung Argopuro yang dipadukan dengan berbagai jenis rempah. Rempah yang digunakan diantaranya adalah jahe, kapulaga, cengkeh, polo, kayu manis, dan sereh. Alasan penggunaan berbagai rempah di atas karena terbukti dapat membantu mencegah dan mengobati darah tinggi, stroke, diabetes, asam urat, penggumpalan darah dll. Aroma yang berbeda dari kopi rempah, sehingga menghasilkan cita rasa yang menggugah selera.



Gambar 48: Desain Kemasan BIKLA Kopi Rempah

Selain Visi Misi dalam pelaksanaan manajemen organisasi terdapat lima prinsip yaitu:

- a. Prinsip utama, yang meliputi integritas, kualitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Integritas dilakukan dalam bentuk menjaga kejujuran dan kesetiaan dalam setiap transaksi bisnis. Produk dan jasa yang disediakan memiliki kualitas tinggi, inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi untuk memberi kepuasan pada pelanggan. Karena kepuasan pelanggan dan memahami kebutuhan mereka menjadi satu prioritas utama dalam bisnis.
- b. Prinsip manajemen, dalam menjalankan organisasi penerapan prinsip manajemen menjadi satu keharusan dan dasar utama untuk mengatur strategi, pengambilan keputusan, dan koordinasi semua sumber daya dalam mewujudkan tujuan yang efektif dan efisien. Prinsip ini mencakup: perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pelaksanaan, pengendalian, pengawasan, dan pengevaluasian yang berjalan secara sinergis.
- c. Prinsip keuangan, berperan dalam memastikan pengelolaan modal dan arus kas yang sehat serta menjaga keberlanjutan usaha tetap terjaga. Ruang lingkup pelaksanaan pada prinsip ini meliputi perencanaan anggaran, investasi, dan analisa risiko keuangan.

- d. Prinsip SDM, menekankan optimalisasi sumber daya manusia, teknologi, dan struktur organisasi melalui penerapan sistem yang adaptif dan inovatif untuk meningkatkan produktivitas serta daya saing.
- e. Prinsip pemasaran, menjadi faktor penting dalam mengenali kebutuhan pasar, membangun strategi promosi, menciptakan nilai tambah produk melalui differensiasi, segmentasi pasar, dan komunikasi efektif. Capaian prinsip ini dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

Integrasi kelima prinsip ini menjadi fondasi dalam menciptakan model bisnis yang berkelanjutan dan kompetitif.

BIKLA sebagai satu produk unggulan pesantren cukup berkembang dengan pesat, karena saat ini dapat memproduksi sampai 50 ton setiap bulan dalam berbagai kemasan. Keberhasilan ini tidak menyebabkan pengasuh pesantren dan tim produksi merasa puas dan berbangga diri. Pasca keberhasilan dalam memproduksi kopi BIKLA pesantren meluncurkan pengembangan kawasan pesantren berdaya.

Program ini menjadi salah satu bentuk rasa syukur atas nikmat peningkatan unit produksi kopi BIKLA. Mereka meyakini bahwa keberhasilan yang didapat saat ini atas perjuangan keras kru kopontren, masyarakat pesantren, masyarakat sekitar pesantren dan doa anak yatim serta fakir miskin.

Berbagai kegiatan yang dilakukan dalam program pesantren berdaya adalah santunan anak yatim dan fakir miskin di lingkungan pesantren. Program ini dimaksudkan sebagai upaya peningkatan pemberdayaan pesantren baik untuk internal maupun eksternal. Ada tiga hal yang menjadi fokus pelaksanaan program yaitu:

- a. Peningkatan pendidikan dan dakwah, salah satunya melalui pengelolaan (RA, MI, SMP, SMK Vokasional pertanian, dan madrasah diniyyah berbasis pesantren)
- b. Mengembangkan ekonomi kerakyatan, melalui koperasi pesantren Ihya'us Sunnah. Ekonomi berbasis masyarakat dikembangkan, salah satunya dalam produksi kopi BIKLA senantiasa melibatkan masyarakat.

Masyarakat berpartisipasi sebagai pekerja, pemasok kopi (bahan baku), atau penjual.

- c. Mengembangkan wisata pesantren, menjadikan pesantren dan lingkungan sekitar sebagai satu destinasi yang menarik dan memberi kenyamanan.

Dalam konteks UMKM berbasis pesantren, berarti usaha dalam skema mikro, kecil dan menengah berdasar pada konsep *Islamic entrepreneurship* (kewirausahaan perspektif Islam) yang dijalankan oleh komunitas (pesantren). Basis pemilihan komunitas pesantren dilatarbelakangi harapan umat atas pentingnya kiprah pesantren di luar lingkungan pesantren. Terdapat dua pilar dalam pengembangan kewirausahaan pesantren yaitu: pesantrenpreneur dan *social entrepreneurship*. Yang pembahasannya dalam penelitian ini sebagai upaya merancang bangunan UMKM berbasis pesantren akan dikaitkan dengan pendekatan teori kewirausahaan perspetif islam (*Islamic Entrepreneurship*).

Kewirausahaan menjadi bagian integral dalam beragama, pelaksanaannya merupakan *fardhu kifayah* bagi umat Islam. Motivasi diberikan kepada muslimin untuk aktif dan berinovasi dalam berwirausaha.⁴² Empat kunci dalam pengembangan UMKM berbasis pesantren, sebagaimana desain MCDF yaitu: *conformity, accountability, sustainability, dan transferability*.⁴³ Di samping itu juga harus mempertimbangkan kemasalahatan dan risiko mengacu pada pelaksanaan nilai agama yang berprinsip pada maqashid syariah. Adanya penciptaan peluang yang dikembangkan dengan empat prinsip yaitu: integritas, loyalitas, profesionalitas, dan religiusitas

UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP di Pesantren Ihya'us Sunnah, adalah usaha yang dilakukan oleh pesantren berbasis pesantrenpreneur. Yaitu pesantren memiliki peran lebih dalam bidang ekonomi. Tidak hanya memberi materi agama, tetapi juga ilmu ekonomi. Santri dimotivasi untuk melakukan inovasi

⁴² José G. Vargas-Hernández, Mohammad Reza Noruzi, dan Narges Sariolghalam, "An exploration of the affects of Islamic culture on entrepreneurial behaviors in Muslim countries," *Asian social science* 6, no. 5 (2010): 120.

⁴³ Rinto Muhammadsyah Azhar, "The Application of Islamic Principles on Entrepreneurship Competence Development Framework," *Australian Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2024): 55–85.

dalam berwirausaha. Secara lebih spesifik dan mendetail desain UMKM berbasis pesantren akan dijelaskan menggunakan skema MCDF, yaitu:

1. *Conformity* (prinsip kesesuaian)

Usaha yang dijalankan oleh kopontren Ihya'us Sunnah dengan produk unggulan kopi BIKLA memenuhi ketentuan syariat Islam, dalam bahasa lainnya mengandung nilai “*Nizhamun rabbaniyyun*” (memiliki pengaruh yang bersifat ketuhanan). Nama BIKLA yang salah satunya berasal dari kata Ibrahimy merupakan wujud harapan mendapat keberkahan dari doa guru Kiai Imam Bukhori. Keyakinan pada Allah yang dimiliki pesantren atas beberapa hal yaitu:

- a. Lokasi usaha pesantren yang sulit dijangkau dan tidak strategis, namun usahanya tetap berkembang bahkan siap untuk go-internasional. Hal ini menandakan bahwa rejeki telah ditetapkan oleh Allah dimanapun dan kapanpun. Karena sesungguhnya segala sesuatu mutlak milik Allah, hasi apapun yang diterima merupakan ketetapan Allah.
- b. Pesantren telah melakukan ikhtiar sebagai sebuah *washilah* (jalan) dalam usahanya, dan hanya mengharap ridho Allah. Untuk hasil yang diharapkan lebih menyerahkan (pasrah) kepada Allah. Konsep ini terlihat pada manfaat atau hasil yang dirasakan oleh konsumen kopi BIKLA sebagai perantara untuk sembuh dari penyakit. Sebagaimana testimoni yang disampaikan salah satu konsumen BIKLA sebagai berikut:



Gambar 49: Testimoni Produk BIKLA

2. *Accountability* (prinsip pertanggungjawaban)

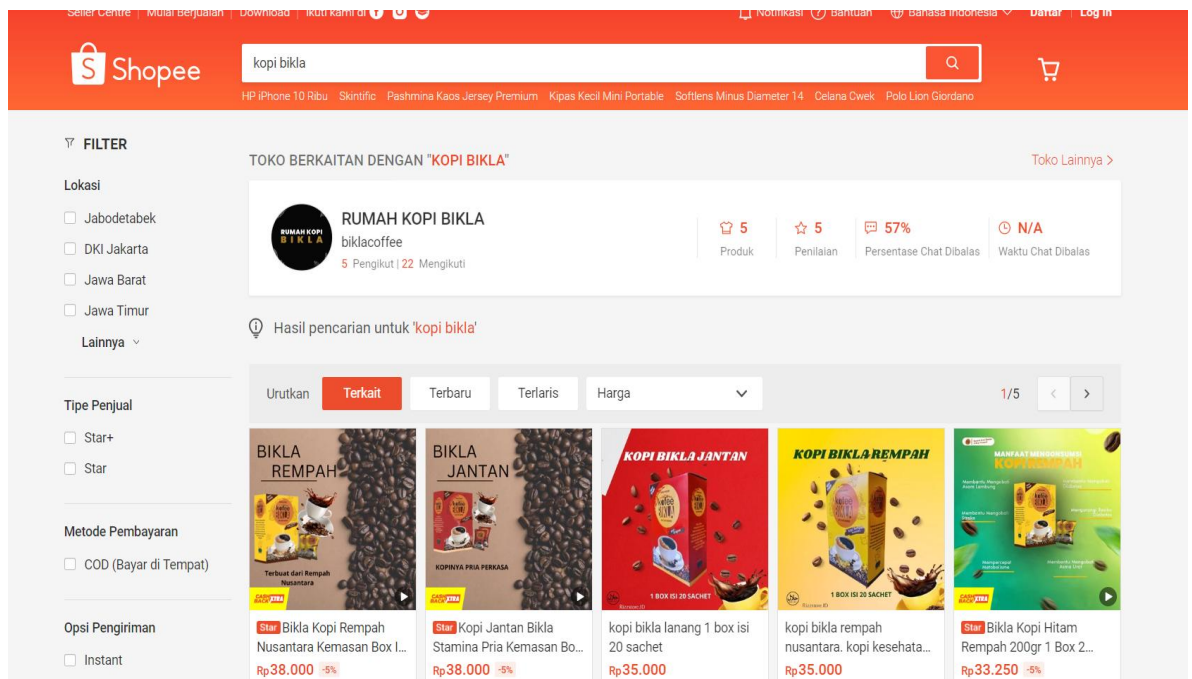
Prinsip pertanggungjawaban dalam usaha pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany tidak hanya dapat dipertanggungjawabkan secara administrasi atau hukum. Tetapi juga dalam bentuk akhlak, moral dan spriritual (*Murtabithun bil akhlaq*). Setiap aktivitas bisnis yang dilakukan dipertanggungjawabkan kepada Allah, Masyarakat (sosial), dan juga tata aturan (regulasi/ hukum) secara seimbang dan dilandasi oleh nilai Islam. Dalam pelaksanaannya akhlak sebagai fondasi utama yang berorientasi pada kemaslahatan dan keberkahan, serta memastikan bahwa kegiatan ekonomi pesantren tidak hanya mengejar profit.

Tata aturan pesantren memiliki fungsi sebagai mekanisme kontrol yang mengatur praktik bisnis agar sesuai dengan syariat Islam dan budaya pesantren, serta menjaga keberlangsungan usaha pesantren agar memberi manfaat bagi pesantren dan masyarakat sekitarnya. Pengasuh dalam hal ini adalah kiai Imam Bukhori menjadi pimpinan tertinggi dalam pengelolaan usaha. Ketaatan tim kopontren terhadap kiai/ pengasuh/ pimpinan kopontren sesuai dengan budaya dan tata aturan pesantren. Menghormati dan taat kepada kiai, apapun yang diperintahkan oleh kiai, selama tidak bertentangan dengan ajaran agama. Dalam pelaksanaannya koperasi pesantren memiliki struktur organisasi dan tim kerja yang menjalankan program kerja berdasar pada SOP yang telah ditentukan.

Kemampuan unit bisnis pesantren (KOPONTREN) Ihya'usunnah Jember dalam beradaptasi dan bereaksi atas perubahan di lingkungannya tidak diragukan lagi. Aspek atau faktor yang menunjukkan elastisitas (*Murtabithun bil akhlaq*) pesantren meliputi: kemandirian dan adaptabilitas, inovasi produk kopi BIKLA, strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya, membangun jaringan dan hubungan dengan berbagai pihak, sanggup dan siap dalam menghadapi risiko apapun.

Kopontren secara mandiri menciptakan produk kopi BIKLA dengan mengikuti trend pasar dan kebutuhan konsumen. Adaptasi dapat cepat dilakukan atas setiap perubahan di pasar mulai perubahan harga bahan baku (kopi), selera konsumen, regulasi, dan kondisi ekonomi. Merespon perubahan yang terjadi inovasi dilakukan dengan menambah varian rasa ukuran, dan bahkan kopi tanpa merek (produk BIKLA diberi label brand lain).

Kemampuan mengubah strategi pemasaran sesuai kondisi pasar dan preferensi konsumen, termasuk di dalamnya memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Berikut ini adalah contoh pemasaran kopi BIKLA melalui marketplace Shopee:



Gambar 50: Pemasaran BIKLA Melalui Shopee

Selain beradaptasi dalam memasarkan produk, Kopontren mampu mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk optimalisasi produksi. Hal ini dilakukan melalui penggunaan dokumen standar pengelolaan produksi dalam bentuk form dan SOP. Form dan SOP yang digunakan adalah proses produksi *roasted*, pengemasan, jadwal kalibrasi alat ukur, program perawatan mesin, dan kartu riwayat mesin. Tidak hanya form dan SOP dalam proses produksi saja, tetapi dalam hal keamanan pangan, SDM, pembelian, gudang, audit internal dan pemasaran juga ada form standar pelaksanaan dan SOPnya.

Tidak kalah pentingnya dalam membangun usaha pesantren Ihya'us Sunnah Jember mampu membangun hubungan baik dengan komunitas sekitar pesantren. Karena hal ini dapat membantu pesantren dalam memenuhi kebutuhan bahan baku (kopi), tenaga kerja dan pemasaran produk. Melalui hubungan yang baik, jaringan yang luas, pesantren mampu menghadapi risiko yang dihadapi. Tentunya dengan

tetap ikhtiar sekuat tenaga dan daya, keimanan yang kuat, dan kesabaran. Karena bagaimanapun kemampuan manusia tetap ada batasnya, maka harus menggunakan pendekatan langit untuk lebih optimal. Sebagaimana difirmankan oleh Allah dalam QS: Ali Imran ayat 159

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah” (Q.S: Ali Imran 159).

Ayat tersebut menjelaskan keteladanan yang kuat dalam menjalankan segala urusan, dengan tetap berpegang teguh dan bersandar kepada Allah. Karena keberhasilan usaha manusia tergantung pada ketetapan Allah, bukan atas kemampuan diri.

3. *Sustainability* (prinsip keberlanjutan)

Keberlanjutan menjadi satu prinsip yang pastinya diharapkan oleh pelaku usaha. Untuk memastikan ketercapaian harapan tersebut, pengelolaan sumber daya yang dimiliki dikelola dan disitribusikan dengan proporsional. Oleh karena itu di dalam pelaksanaannya terdapat tiga pilar berbasis *Islamic Entrepreneurship* yang saling berkaitan yaitu: kewirausahaan, sosio ekonomi/ etika, dan religio spiritual. Implementasi ketiga pilar pada kopontren Ihya’us Sunnah Alhasany dipaparkan di bawah ini:

a. Kewirausahaan

Arah pengembangan unit usaha pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany bertujuan mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren. Model usaha berbasis pesantren telah diadopsi dengan menitikberatkan pada inovasi dan keberlanjutan. Salah satu sektor unggulan yang dikembangkan adalah produksi kopi BIKLA, yang mengintegrasikan pertanian, produksi, dan pemasaran berbasis komunitas pesantren.

Beberapa langkah konkret yang telah dilakukan meliputi: penguatan manajemen usaha, inovasi produk dan pemasaran, serta kemitraan dengan pihak lain dalam rangka memperluas akses pasar dan modal. Kemitraan yang dibangun

berdasar pada prinsip *almaudhu'iyah (obyektif)*, yaitu suatu prinsip yang memposisikan semua mitra sama dan diperlakukan secara adil.

Prinsip ini diimplementasikan di kopontren Ihya'us Sunnah mengikuti wasiat ke lima yang diberikan oleh guru pengasuh kiai Bukhori yaitu K.H.R Syamsul Arifin. Bunyi wasiat ini adalah “santri saya sebenarnya umum, anak siapa saja, dalam keadaan bagaimana saja, pasti selamat dan jaya asal jujur, giat, dan ikhlas”.

Objektivitas dalam menjalankan usaha produksi kopi BIKLA dapat dilihat dari beberapa aspek. Kopontren berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui produk kopi yang berkualitas tinggi, dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip Islami. Kopontren Ihya'us Sunnah menekankan bahwa usaha mereka tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada kebermanfaatn sosial, seperti menciptakan lapangan pekerjaan dan memberikan nilai tambah kepada para petani kopi lokal. Dengan mengelola usaha secara profesional, namun tetap memegang teguh nilai-nilai agama, mereka juga berusaha untuk memberikan produk kopi yang halal dan *tayyib* (baik), serta menjaga kepercayaan konsumen atas produk yang berkualitas.

b. Sosio Ekonomi dan Etika

Pesantren menekankan pentingnya etika bisnis agar tercapai ekosistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Implementasi sosio ekonomi dan etika mencakup beberapa aspek yaitu: pemberdayaan masyarakat, kepedulian sosial, transparansi dan akuntabilitas.

Pemberdayaan masyarakat dilaksanakan dalam bentuk memberikan kesempatan kerja bagi internal pesantren dan masyarakat melalui usaha pesantren (Kopi BIKLA). Santri dan asatidz ikut terlibat aktif dalam proses produksi kopi BIKLA, masyarakat sekitar pesantren (petani kopi) menjadi mitra atau pemasok bahan baku (biji kopi), sedangkan alumni dan masyarakat berperan dalam memasarkan produk BIKLA. Kemitraan ini dibahas secara lebih detail pada pembahasan ekosistem kewirausahaan Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany.

Aspek kepedulian sosial sudah tercermin mulai perencanaan usaha, salah satunya adalah menunaikan zakat dari perolehan hasil usaha pesantren. Tidak hanya

zakat saja, kepedulian sosial oleh pesantren juga diberikan dalam bentuk beasiswa santri, santunan anak yatim, serta pembangunan infrastruktur pendidikan dan masjid. Santunan anak yatim merupakan satu bentuk syukur atas nikmat yang diberikan Allah, sehingga usaha yang dimiliki pesantren terus berkembang dengan baik. Berikut ini adalah salah satu dokumentasi kopontren Ihya'us Sunnah berbagi dengan anak yatim dan dhuafa.⁴⁴



Gambar 51: Kepedulian Sosial Kopontren Ihya'us Sunnah

c. Religio Spiritual

Pilar ketiga yang menjadi dasar dalam melaksanakan usaha pesantren adalah religio-spiritual. Nilai keislaman menjadi komponen utama dalam setiap aspek bisnis yang dijalankan dengan skema halalpreneurship. Halalpreneurship didasarkan pada *Maqasid al-Syari'ah* (lima tujuan hukum Islam) meliputi: menjaga agama (حفظ الدين), menjaga jiwa (حفظ النفس), menjaga akal (حفظ العقل), menjaga keturunan (حفظ النسل), dan menjaga harta (حفظ المال).⁴⁵

⁴⁴ “Kopontren Ihya'us Sunnah Jember Tingkatkan Ekonomi Berbasis Masyarakat,” NU Online, diakses 7 Maret 2025, <https://www.nu.or.id/daerah/kopontren-ihya-us-sunnah-jember-tingkatkan-ekonomi-berbasis-masyarakat-1XKka>.

⁴⁵ Moha Asri Abdullah dan Md Siddique E. Azam, “Halal entrepreneurship: Concept and business opportunities,” dalam *Entrepreneurship* (IntechOpen, 2020), https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=0pUtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA113&dq=Halal+Entrepreneurship&ots=0wu1g89SuP&sig=oFtxyY5FNHJXBPOgEQ6u5cwgo_I.

Orientasi usaha tidak hanya keuntungan duniawi tetapi juga ukhrawi. Pada prakteknya prinsip ini dilaksanakan melalui berbagai skema yaitu: integrasi pendidikan dan bisnis, budaya kerja Islami, memasukkan unsur atau instrumen keIslaman dalam pelaksanaan usaha pesantren. Keputusan tertinggi di pesantren khususnya berkaitan dengan pengelolaan usaha menjadi kewenangan pengasuh pesantren sekaligus pimpinan kopontren. Setiap keputusan yang ditetapkan realistis dan mempertimbangkan kemaslahatan. Salah satu contohnya kebijakan dalam penetapan harga kopi.

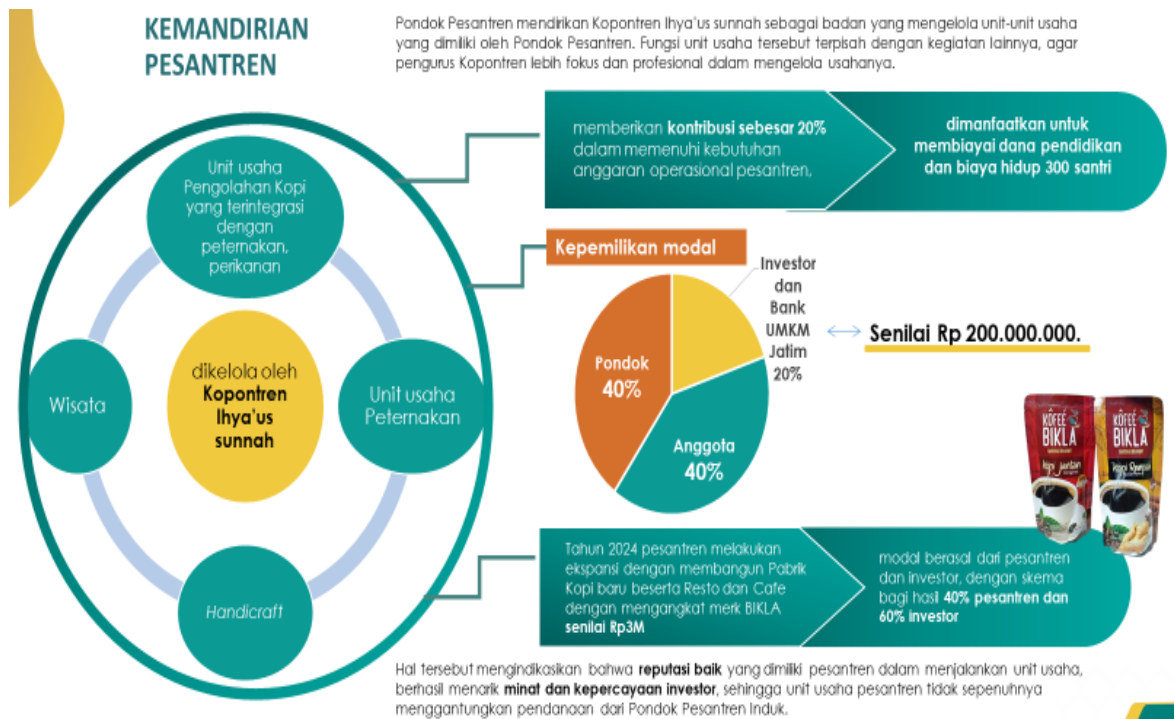
Kopi sebagai bahan baku pembuatan produk BIKLA sering mengalami fluktuasi harga. Ketika harga sangat rendah, kopontren tidak membeli harga kopi sesuai harga pasar. Tetapi membeli dengan harga di atas harga pasar sebesar Rp. 3.000/ kg, hal ini dilakukan karena orientasi kemaslahatan. Kiai Bukhori menjelaskan walaupun pembelian kopi di atas harga pasar, Kopontren tidak mengalami kerugian. Karena yang dijual bukan biji kopi, tetapi produk jadi sehingga ada nilai tambah dan harga otomatis lebih mahal daripada biji kopi. Dengan kondisi seperti ini kopontren tetap berkembang, pendapatan masyarakat juga meningkat. Sebelum ada produk BIKLA masyarakat sering mengalami kerugian, karena harga yang ditawarkan pembeli tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Untuk meminimalisir risiko dan kerugian yang dialami kopontren, dalam meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan, berbagai pelatihan diikuti dan dilakukan. Karena kompetensi yang dimiliki SDM pada kopontren Ihya'us Sunnah lebih pada penguasaan keilmuan agama. Salah satu program pelatihan yang diikuti adalah program yang dilakukan oleh OPOP Jawa Timur. Pelatihan dan upgrading terus dilakukan dalam berbagai aspek dalam rangka peningkatan manajemen.

Berbagai aspek yang telah ditetapkan oleh kopontren di antaranya adalah manajemen keuangan yang efisien (pencatatan rutin, pelaporan, dan pengawasan internal), diversifikasi sumber pendapatan, pengelolaan asset secara profesional (pengembangan unit bisnis pesantren sebagai destinasi pariwisata), transparan dan akuntabel, dan sesuai prinsip syariah. Semua aspek ini dioptimalkan untuk

mewujudkan mimpi dan harapan pesantren untuk menjadi pesantren yang mandiri khususnya dalam bidang ekonomi.

Secara singkat gambaran desain UMKM berbasis pesantren yang dikembangkan dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren Ihya'us Sunnah Jember dipaparkan dalam gambar berikut ini:



Gambar 52: Desain Kemandirian Ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Jember

C. Kontribusi Program OPOP Terhadap Kemandirian Ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember

Jember dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi terbaik di Indonesia sejak zaman Belanda. Namun, fenomena yang terjadi masyarakat yang berprofesi sebagai petani kopi merasakan kesulitan karena harga kopi yang selalu turun. Hal ini juga terjadi pada petani di desa Tugusari. Sebelum ada produk BIKLA, kopi di lokasi ini dikelola menjadi bahan setengah matang/ setengah jadi untuk diekspor ke luar negeri. Kopi tersebut diberi merek, dikirim kembali ke Indonesia dalam kemasan siap minum dengan harga yang lebih mahal.

Kiai Imam Bukhori dan keluarga pesantren merasakan keprihatinan ini, dan berusaha mencari cara untuk membantu masyarakat meningkatkan pendapatannya. Di saat beliau berupaya mencari solusi, pemerintah Jawa Timur pada tahun 2019 merancang suatu program Eko-Tren OPOP. Program ini dirancang dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat berbasis pesantren melalui pemberdayaan pesantren, santri, dan alumni.

Kedua niat mulia ini sesuai dan menjadi satu jalan untuk mewujudkan mimpi dan harapan pesantren dan juga pemerintah. Saat itu juga kiai Bukhori mendaftarkan pesantren Ihya'us Sunnah untuk mengikuti program tersebut. Salah satu bentuk kontribusi program OPOP melalui pemberian berbagai fasilitas kepada pesantren anggota OPOP. Bentuk fasilitas secara umum dikelompokkan menjadi dua yaitu bantuan materi (finansial dan sarana prasarana) dan bantuan non materia (non finansial). Bantuan materi berupa: bantuan modal usaha melalui skema dana hiba dan bantuan peralatan.

Sedangkan untuk bantuan yang bentuknya non materia diberikan dalam bentuk pelatihan, bimbingan, pendampingan, konsultasi, penyuluhan, *workshop*, advokasi, gelar produk, pengembangan kemitraan, dan kompetisi ide bisnis. Untuk pelaksanaan setiap kegiatan disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik pesantren anggota OPOP. Secara lebih spesifik berbagai bentuk fasilitas yang diberikan dalam bentuk kegiatan sebagai berikut kepada pesantren anggota OPOP termasuk di dalamnya adalah Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany yaitu:⁴⁶

1. Penguatan kelembagaan dan usaha; kegiatan ini dilakukan dalam rangka peningkatan tata kelola organisasi dan tata laksana kelembagaan dan usaha baik untuk santri, pesantren, dan alumni melalui koperasi pesantren. Ada tiga model program dalam penguatan kelembagaan dan usaha yaitu: advokasi pembinaan, pendampingan organisasi dan tata laksana, pendampingan pembuatan laporan pertanggungjawaban pengelolaan lembaga dan usaha.

⁴⁶ Pengelola Unit Bisnis Pesantren OPOP, wawancara 150 Unit Bisnis Pesantren OPOP.

2. Peningkatan kualitas sumber daya manusia; dilakukan dalam rangka peningkatan SDM yang kompeten bagi santri, pesantren, dan alumni dalam mengelola usaha. Fasilitas yang diberikan dalam bentuk: pelatihan (kewirausahaan, tata kelola kelembagaan dan usaha, dan pelayanan prima), *workshop* pengelolaan keuangan dan perpajakan, dan sertifikasi profesi.
3. Peningkatan kualitas produk; merupakan bentuk upaya bagi santri, pesantren, dan alumni untuk menghasilkan produk unggul, berdaya saing dan memiliki inovasi. Beberapa bentuk fasilitas yang diberikan adalah *workshop* (penguatan kualitas produk, desain kemasan, dan sistem jaminan halal), uji produk, bimbingan dan konsultasi HKI (Hak Kekayaan Intelektual), dan pendampingan standarisasi sertifikasi.
4. Akses pemasaran; dilakukan sebagai upaya memperluas pasar baik lokal nasional maupun internasional atas produk santri, pesantren, dan alumni pesantren, baik lokal, nasional dan/atau internasional. Fasilitas akses pemasaran diberikan dalam bentuk:
 - a. Pendampingan jaringan untuk kerjasama pemasaran;
 - b. Pendampingan kemitraan dengan (dunia usaha, antar pesantren, pihak lain dalam memasarkan produk secara *online*, *offline*, dan *off taker*);
 - c. Bimbingan promosi produk dengan beberapa cara yaitu: pameran, temu bisnis, gelar produk, galeri, dan misi dagang;
 - d. *Business to business* dan *business to customer*;
 - e. Mendampingi dalam pembentukan gerai dan aplikasi OPOP Mart;
 - f. Mendampingi dalam penyediaan prasarana pemasaran produk.
5. Akses pembiayaan: sebagai satu upaya dalam memenuhi modal dan sarana prasarana yang dibutuhkan pesantren, alumni, dan santri. Bentuk yang diberikan dalam program ini diantaranya: memberikan bantuan pembiayaan, mengembangkan kemitraan untuk memenuhi atau mengembangkan modal dan sarpras, memberi kemudahan untuk mengakses sumber permodalan dari lembaga keuangan khususnya bank syariah. Untuk menghindari duplikasi pemberian bantuan, tim OPOP membuat SOP dan melakukan koordinasi akses pembiayaan program OPOP. Salah satunya

gubernur melakukan koordinasi dengan pemerintah kabupaten dan tim OPOP.

Berdasarkan pemetaan data kepada 150 pesantren anggota OPOP, diperoleh hasil prosentase jumlah penerima fasilitas OPOP yang dipaparkan dalam diagram lingkaran berikut ini:

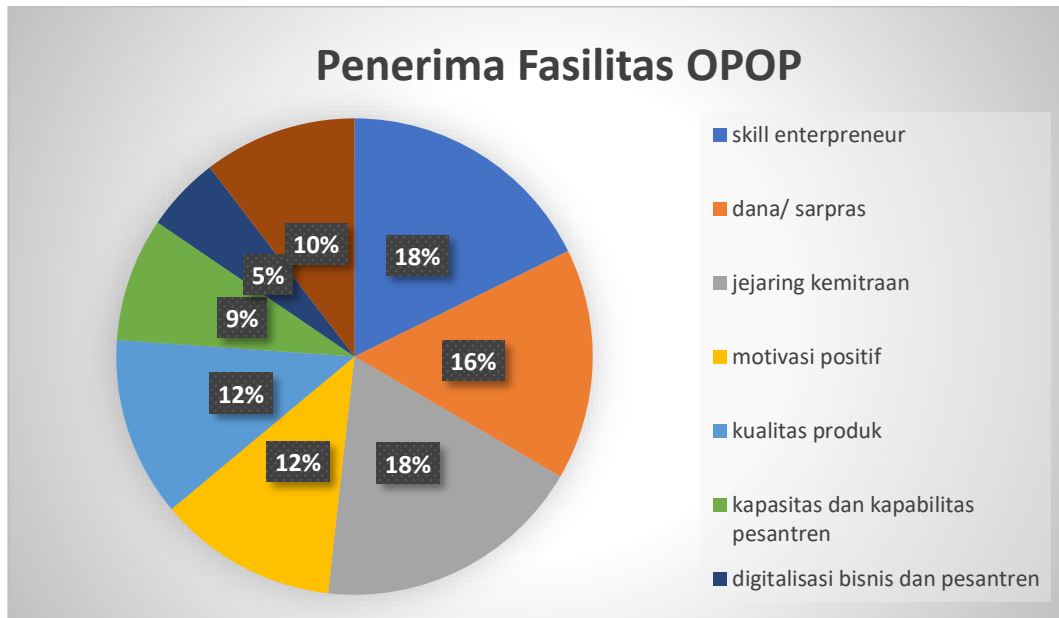


Diagram 1: Prosentase Penerima Fasilitas OPOP Jawa Timur

Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, sebagaimana pesantren anggota OPOP yang lain juga mendapatkan beberapa fasilitas. Bukhori menjelaskan bahwa pesantrennya mendaftar untuk menjadi anggota OPOP, dan mendapatkan banyak fasilitas dari program ini. Berbagai fasilitas yang diterima oleh pesantren Ihya'us Sunnah Jember diantaranya adalah:

- a. Pendirian koperasi (Koppontren) melalui fasilitas kelembagaan;
- b. Pendampingan peningkatan kualitas produk melalui kegiatan Halal dan Merek;
- c. Peningkatan kualitas pemasaran diantaranya pelatihan pemasaran digital, desain kemasan, dan kualitas merek;
- d. Peningkatan mutu SDM (tahun 2020);
- e. Akses pembiayaan melalui pemberian dana hibah sebesar 50 juta (tahun 2021), dan ini digunakan untuk pembelian alat produksi kopi BIKLA;

f. Pendampingan jejaring kemitraan.

Dengan banyaknya fasilitas yang diterima pesantren anggota OPOP, tentunya memberikan kontribusi terhadap perekonomian pesantren. Setelah dipetakan program OPOP membawa perubahan pada perekonomian pesantren. Terdapat dua kategori kondisi perekonomian pesantren pasca menjadi anggota OPOP yaitu: adanya perubahan positif (peningkatan perekonomian pesantren) dan tidak ada perubahan (kondisi ekonomi pesantren tetap antara sebelum dan setelah menjadi anggota OPOP). Dua kategori ini digambarkan dalam diagram lingkaran berikut ini:

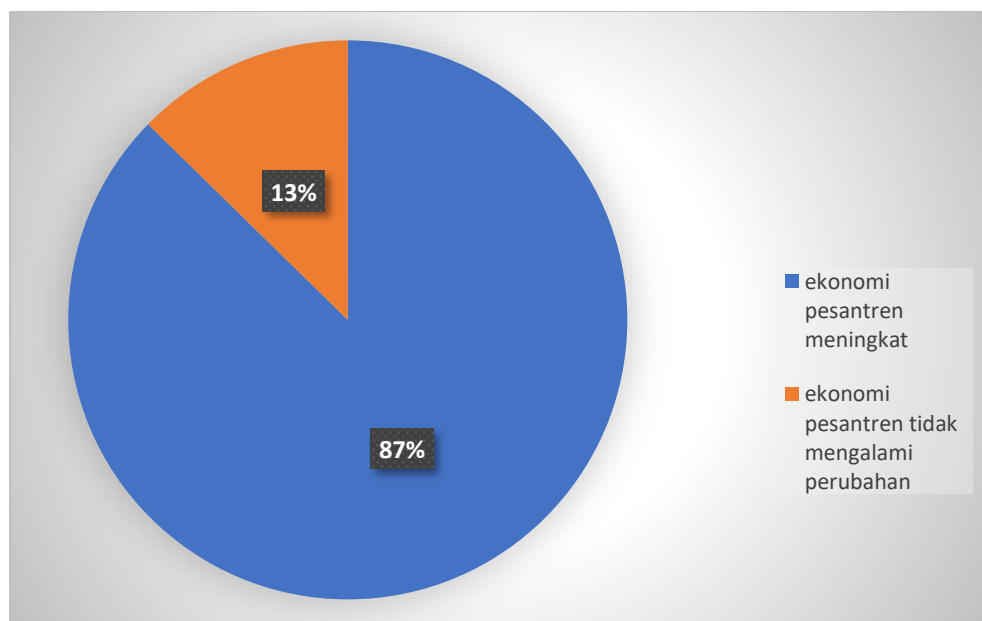


Diagram 2: Prosentase Kontribusi OPOP Jawa Timur

Data di atas merupakan hasil tabulasi dan perhitungan berdasar wawancara kepada 150 pesantren anggota OPOP. Diketahui bahwa peningkatan ekonomi pesantren melalui program OPOP terjadi pada 87% (131 pesantren), sedangkan yang menyampaikan tidak ada perubahan setelah menjadi anggota OPOP sebesar 13% (19 pesantren). Adanya program OPOP, secara umum keuangan pesantren menjadi stabil dan pesantren bisa mendapatkan ilmu kewirausahaan yang lebih baik.

Program Eko-Tren OPOP Jawa Timur memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan produktivitas dan profesionalisme pesantren dalam pengelolaan usaha serta pelayanan terhadap konsumen. Dengan sistem manajerial

yang lebih baik, pesantren mampu meningkatkan pendapatan melalui usaha yang lebih efisien dan inovatif. Selain itu, program ini turut mendorong koperasi pesantren menjadi lebih maju dan berkembang, serta memperkuat tata kelola sumber daya manusia (SDM) yang lebih tertata. Dengan adanya dukungan terhadap branding sekolah, lembaga yayasan, dan koperasi pesantren, program ini juga memberikan identitas usaha yang lebih kreatif dan inovatif bagi pesantren.

Selain aspek manajerial dan operasional, Program OPOP juga berdampak pada peningkatan kualitas produk dan pemasaran, termasuk dalam aspek legalitas, kemasan, serta strategi promosi. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kreativitas usaha pesantren di bidang ekonomi yang berdampak langsung pada kesejahteraan anggotanya. Lebih lanjut, program ini memberikan akses permodalan yang sangat membantu dalam mengembangkan usaha pesantren secara berkelanjutan. Selain itu, pesantren yang menerapkan program ini dapat mengoptimalkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari, terutama bagi pesantren yang memberikan pendidikan secara gratis.

Perubahan positif lainnya adalah terbentuknya ekosistem pemberdayaan umat yang berkelanjutan, di mana pesantren tidak hanya menjadi pusat pendidikan tetapi juga pusat ekonomi yang memberdayakan santri, alumni, serta masyarakat sekitar. Dengan keterlibatan aktif dari berbagai pihak, termasuk alumni dan wali santri, pesantren menjadi lebih mandiri secara ekonomi. Program ini juga mendorong terciptanya jejaring bisnis yang luas, memungkinkan pesantren untuk berkolaborasi dengan berbagai mitra strategis dalam pengembangan usaha dan kewirausahaan berbasis pesantren.

Terakhir, program OPOP turut berperan dalam menciptakan integritas usaha pesantren yang konsisten dan berkelanjutan, dengan manajemen yang lebih kuat dan relasi yang semakin luas. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan sumber daya alam dalam koperasi pesantren menjadi faktor utama dalam menjaga stabilitas ekonomi pesantren. Tidak hanya itu, program ini juga mempererat tali silaturahmi, meningkatkan rasa kekeluargaan, dan memperkuat kebersamaan baik di dalam pesantren maupun antara pesantren dengan masyarakat sekitar. Dengan demikian, program OPOP tidak hanya memperkuat ekonomi pesantren tetapi juga

memperkokoh peran sosial pesantren dalam membangun kesejahteraan umat secara berkelanjutan.

Selain beberapa kontribusi di atas, pencapaian program Eko-Tren OPOP Jawa Timur terbukti melalui prestasinya di Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik, memberikan bukti konkret bahwa pesantren dapat menjadi motor penggerak dalam mencapai kemandirian ekonomi serta mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran. Peningkatan volume usaha Rp. 93,7 Miliar, Samsat Eko-Tren OPOP Jawa Timur senilai Rp. 1,47 miliar, peningkatan asset Rp. 103,2 miliar dan OPOP Expo senilai Rp. 41,045 miliar, dan nilai total mencapai Rp. 239,415 miliar.

Namun memang ada sekitar 13% pesantren yang belum merasakan adanya perubahan atau dampak positif, penjelasan yang diberikan oleh kopontren bahwa usaha pesantren tetap berjalan normal dan tidak ada perubahan yang cukup signifikan. Hal ini disebabkan oleh minimnya modal yang dimiliki, keterbatasan tenaga kerja apalagi jika itu dari kalangan santri yang sewaktu waktu tentunya keluar dari pesantren, dan karena ada beberapa pesantren yang tidak bisa mengikuti program OPOP dengan optimal.

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti ke beberapa pesantren yang dibidang cukup sukses dalam kemandirian pesantren adalah: pesantren Fathul Ulum Jombang, Amanatul Ummah Mojokerto, Al Yasini Pasuruan, An-Nur 2 Malang (kopi kapiten Nusantara), pesantren Rahmatan Lil Alamin Nganjuk (handicraft), pesantren Darut Taqwa Gresik (songkok dan busana muslim), pesantren Sunan Drajat Lamongan dan Ihya'us Sunnah Jember. Namun demikian pesantren yang besar dan mandiri melalui program OPOP adalah Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember. Pesantren lain mandiri dan menjadi besar karena sebelum mendapat program OPOP telah berhasil dalam pengembangan unit bisnisnya. Di samping itu dari beberapa pesantren ini yang memiliki satu produk unggulan sebagai penciri dari program OPOP (*one pesantren one product*) adalah pesantren Ihya'us Sunnah Jember.

Cukup banyak dampak positif yang dapat dirasakan oleh pesantren, tentunya outcome atau capaian sudah terlihat hasilnya. Kopi BIKLA sebagai produk pesantren tidak hanya menjadi komoditas lokal tetapi sudah menjadi komoditi

ekspor. Kiai Bukhori menjelaskan peningkatan produksi dari 5 kg menjadi 5 ton karena pendampingan dan program OPOP. Kopi BIKLA memiliki kekhasan yaitu kopi obat yang dapat diterima dan diakui masyarakat di pasar. Tenaga kerja yang pada awalnya hanya 5-10 orang, saat ini sudah mencapai 30 orang. Tenaga kerja terdiri dari keluarga pengasuh, santri, alumni, dan masyarakat. Legalitas koperasi, dokumen-dokumen, dan peningkatan jaringan serta kemitraan terus diupayakan melalui pendampingan OPOP.

Program One Pesantren One Product (OPOP) telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan usaha dan kemandirian Pondok Pesantren Ihy'us Sunnah Al-Hasany. Melalui program ini, pesantren mampu membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan, yang tidak hanya mendukung aktivitas ekonomi pesantren, tetapi juga memberdayakan santri, alumni, dan masyarakat sekitar. Dengan adanya dukungan dari OPOP, pesantren dapat mengoptimalkan potensi ekonomi yang ada, sehingga mampu menciptakan unit usaha yang lebih produktif dan kompetitif di pasar.

Selain itu, program ini berkontribusi dalam peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan di berbagai bidang, seperti produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Dengan adanya pelatihan ini, santri dan alumni memiliki kompetensi yang lebih baik dalam menjalankan usaha serta mampu mengelola bisnis secara profesional. Peningkatan keterampilan entrepreneur yang diperoleh juga mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan, diiringi dengan etos kerja yang lebih baik, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha pesantren.

Lebih jauh, Program OPOP telah membuka akses jaringan dan kemitraan dengan berbagai perusahaan besar, memungkinkan pesantren untuk memperluas relasi bisnisnya. Dengan adanya kolaborasi ini, produk-produk pesantren, seperti BIKLA, dapat lebih dikenal dan memiliki daya saing yang lebih kuat. Selain itu, peningkatan fasilitas dan sarana produksi, seperti mesin bubuk dan roasting, memberikan nilai tambah dalam proses produksi kopi, sehingga kualitas produk yang dihasilkan dapat meningkat secara signifikan. Produk BIKLA kini telah memenuhi standar SNI, yang memungkinkan bersaing dengan produk premium dari perusahaan besar.

Di samping aspek ekonomi dan bisnis, program ini juga berperan dalam penguatan legalitas koperasi pesantren serta mendukung pelaksanaan pendidikan berbasis pesantren. Dengan adanya legalitas yang lebih terstruktur, koperasi pesantren dapat menjalankan operasionalnya dengan lebih profesional dan akuntabel. Di sisi lain, pendidikan pesantren tetap menjadi prioritas utama, dengan integrasi antara pembelajaran agama dan pengembangan keterampilan kewirausahaan. Dengan demikian, Program OPOP tidak hanya meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren, tetapi juga memperkuat peran pesantren sebagai lembaga pendidikan yang adaptif dan inovatif dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

Kopontren Ihya'us Sunnah bisa dikatakan telah mengalami peningkatan dalam kinerja usahanya. Indikator peningkatan yang terdapat pada UMKM ini adalah: peningkatan modal, omset, pendapatan, inovasi dan diversifikasi pemasaran, pengembangan produk, peningkatan mutu manajemen, dan memberi dampak terhadap pihak lain (pesantren, masyarakat dan pemerintah). Data laporan keuangan menunjukkan peningkatan pendapatan dari tahun 2021 sebesar Rp.685.000.000 menjadi Rp.1.320.000.000 pada tahun 2022. Dengan perkembangan omset sebagai berikut:

Tabel 16: Omset Kopontren Ihya'us Sunnah Jember 2021-2023⁴⁷

Tahun	Omzet (Rp M)	Biaya (Rp M)	Margin (Rp M)
2023	9,9	7,4	2,5
2022	9,6	7,2	2,4
2021	7,2	5,4	1,8

Keberhasilan kopontren Ihya'us Sunnah sebagai UMKM berbasis pesantren tidak terlepas dari potensi pesantren yang memiliki *captive market*, modal sosial, kecerdasan intelektual emosional dan spiritual, kekuatan mental dan moral, tergabung dalam holding pesantren yaitu OPOP Jawa Timur. Selain itu juga memiliki doktrin agama yang kuat sebagai satu motivasi besar untuk mandiri dan

⁴⁷ kopontren pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, "Laporan Keuangan Koperasi Pesantren Ihya'us Sunnah."

memberi kemaslahatan besar untuk umat. Satu slogan atau motto yang dimiliki adalah “Kopi BIKLA dari santri untuk negeri, dari kampung untuk dunia”

Tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi pesantren, OPOP berdampak terhadap pendidikan sebagaimana juga dijelaskan oleh kepala Dinkop UMKM Jawa Timur. Dengan adanya program OPOP lembaga pendidikan menggratiskan biaya pendidikan bagi santri, bahkan lebih dari itu. Santri mampu memiliki penghasilan sendiri melalui aktivitas ekonomi yang ada di pesantren.⁴⁸ Bahkan di pesantren Ihya’us Sunnah santri dibebaskan dari biaya syahriyah (gratis).

D. Perancangan Model Ekosistem UMKM Berbasis Pesantren Melalui Program OPOP

Dalam melaksanakan sejumlah program, baik pada fasilitasi maupun pelaksanaan tiga pilar utama, Eko-Tren OPOP Jawa Timur melibatkan berbagai pihak. Untuk selanjutnya bersama dan bersinergi membangun Eko-Tren OPOP Jawa Timur dengan kolaborasi pentahelix. Dalam kolaborasi ini Eko-Tren OPOP Jawa Timur menjadi simpul yang menghubungkan para akademisi; pelaku usaha/ praktisi; masyarakat/ komunitas; pemerintah, dan media massa. Kolaborasi setiap pihak yang mempunyai kedudukan dan peran strategis akan memperkuat ekosistem Eko-Tren OPOP Jawa Timur serta mendorong untuk menjadi organisasi yang kreatif, inovatif, mandiri, dan solutif, serta memiliki manfaat bagi masyarakat dan lingkungan secara luas.

Melalui sinergi dan kolaborasi pentahelix menjadi satu kunci keberhasilan Eko-Tren OPOP Jawa Timur. Untuk saat ini, Eko-Tren OPOP Jawa Timur telah direplikasi oleh berbagai daerah, mulai dari tingkatan kabupaten/ kota sampai pada tingkatan provinsi lain. Inovasi dan program ini tidak sulit untuk direplikasi karena melibatkan seluruh unsur dalam suatu ekosistem dan saling berkesinambungan.⁴⁹

Pesantren sebagai satu komunitas lembaga pendidikan yang memiliki distingsi dan potensi sangat besar, tentunya menjadi satu peluang bagi akselerasi pertumbuhan ekonomi Syariah di Indonesia. Karena unit usaha yang dimiliki

⁴⁸ Andromeda Qomariah, Peran OPOP dalam Pengembangan Pesantren, 2023.

⁴⁹ Andromeda Qomariah, “Peran OPOP dalam Pengembangan Pesantren,” 2023.

pesantren teridentifikasi masuk kategori UMKM, dan UMKM juga sebagai satu kelompok yang memiliki kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pola integrasi ekonomi pesantren dan UMKM inilah yang telah dijelaskan di atas sebagai konsep UMKM berbasis pesantren.

Satu upaya optimalisasi UMKM berbasis pesantren menjadi *role model* adalah melalui desain ekosistem. Untuk menjadikan desain ekosistem memiliki banyak manfaat dan dapat diadopsi oleh pesantren lain dalam akselerasi pengembangan ekonominya, maka dalam penelitian ini menjelaskan rancangan desain *role model* UMKM berbasis pesantren. *Role model* yang dijadikan sebagai rancangan desain ekosistem adalah program Eko-Tren OPOP Jawa Timur pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember.

Sebagaimana dijelaskan dalam bab dua bahwa *role model* memiliki tiga dimensi yaitu:⁵⁰

1. Memiliki karakteristik yang dapat dijadikan sebagai model (*behavioral model*) yang berhasil secara profesional dan memiliki beberapa sifat *uswatun hasanah* (teladan) *sidiq, amanah, tablig, dan fa'lonah, istiqomah, adil, humanis, lemah lembut, dan toleran.*
2. Dapat memberi contoh (*representing the possible*) menjadi panutan, memberi kontribusi melalui perannya dalam mewujudkan tujuan.
3. Mampu memberi inspirasi dan motivasi (*being inspiration and motivation*).

Dari ketiga kategori tersebut Eko-Tren OPOP Jawa Timur menjadi pilihan, karena dari dua OPOP di Indonesia yaitu Jawa Barat dan Jawa Timur, yang dijadikan sebagai inspirator dan pendamping oleh OPOP Kalimantan Selatan adalah OPOP Jawa Timur. Namun demikian untuk memberi gambaran yang lebih spesifik implementasinya pada pesantren, maka dalam penelitian ini diambil satu situs penelitian yaitu pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur. Pada dokumen Eko-Tren OPOP Jawa Timur dijelaskan model ekosistem Eko-Tren OPOP Jawa Timur sebagaimana yang telah diterapkan selama ini. Dari model ekosistem yang ada, melalui penelitian ini akan dikembangkan dan dilengkapi

⁵⁰ Robert K. Merton, "Social theory and social structure, Rev," 1957, <https://psycnet.apa.org/record/1959-00989-000>.

berbagai dimensi dengan pendekatan teori *entrepreneurial ecosystem*. Beberapa desain ekosistem Eko-Tren OPOP Jawa Timur adalah: *Pentahelix Collaboration Ecosystem* Eko-Tren OPOP Jawa Timur⁵¹, Model Ekosistem OPOP Eko Tren sistem holding pesantren, dan konsep inti plasma.⁵² Gambaran model ekosistem akan dijelaskan di bawah ini:

1. *Pentahelix Collaboration Ecosystem*

Pada model pendekatan ini mengkombinasikan lima elemen yaitu *academic, business, community, government, dan media*. Dari kelima elemen jika dipetakan dari implementasi Eko-Tren OPOP Jawa Timur pada unsur pesantrenpreneur terdapat lima aspek yaitu: *institutional, human resources, product, marketing, dan aspek (karakteristik)*.



Gambar 53: *Pentahelix Collaboration Ecosystem* Eko-Tren OPOP Jawa Timur

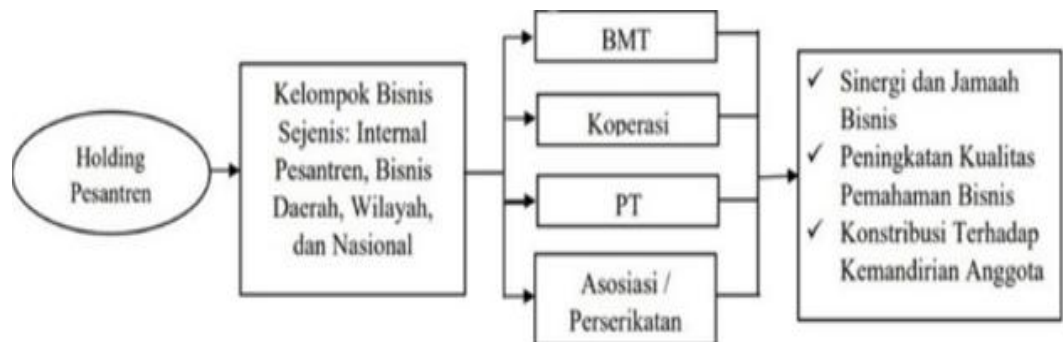
2. Ekosistem Eko-Tren OPOP Jawa Timur sistem holding pesantren

Model ekosistem sistem holding pesantren adalah pengelolaan ekonomi berbasis pesantren. Mengacu pada pembentukan lembaga atau entitas pengelola

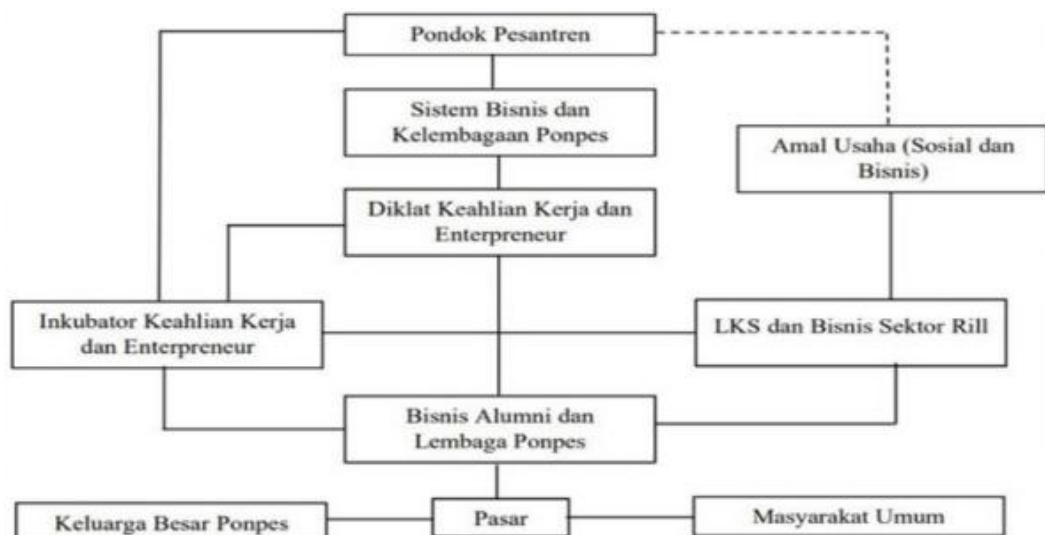
⁵¹ Renny Oktafia, M. Taufiq, dan Anisa Fitria Utami, “One Pesantren One Product: Can It Improve Economic Growth in East Java?,” *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2024): 131–52.

⁵² Tim Kajian OPOP Jawa Timur, “Laporan Akhir Desain Kebijakan Pengembangan Potensi Ekonomi Pondok Pesantren Di Jawa Timur.”

yang mengkoordinasikan berbagai unit usaha yang dimiliki pesantren. Kelompok bisnis sejenis di dalam pesantren, wilayah, dan nasional berbadan hukum BMT, Koperasi, PT, dan Asosiasi/ Perserikatan. Setiap pihak melakukan aktifitas yang berdasar pada prinsip: sinergi dan jamaah bisnis, peningkatan kualitas dan pemahaman bisnis, kontribusi terhadap kemandirian anggota. Implementasinya dengan melibatkan instansi seperti inkubator keahlian kerja dan entrepreneur, balai diklat keahlian kerja, serta keluarga besar pondok pesantren. Keterkaitan pelibatan instansi digambarkan dalam bagan di bawah ini:



Gambar 54: Ekosistem OPOP Sistem Holding Pesantren



Gambar 55: Keterlibatan Institusi dalam Ekosistem OPOP Jawa Timur

3. Ekosistem Eko-Tren OPOP Jawa Timur Konsep Inti Plasma⁵³

Pengembangan bisnis model inti plasma adalah model kemitraan antara perusahaan besar, menengah, dan kecil serta UMKM. Dalam pelaksanaannya perusahaan kecil atau UMKM berperan sebagai penyedia bahan baku (produsen). Sedangkan perusahaan besar memberi bantuan untuk mendistribusikan dan menjualnya, hal ini juga bisa diterapkan pada koperasi pesantren yang skalanya besar dan kecil.

Model ekosistem Eko-Tren OPOP Jawa Timur di atas merupakan gambaran pelaksanaan program OPOP berbasis tiga pilar yaitu: pesantrenpreneur, santripreneur, dan sosiopreneur. Penelitian ini mencoba untuk merancang *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP dengan mempertimbangkan dan berdasar pada semua data yang didapatkan dari proses penelitian. Khususnya secara lebih detail dengan mengambil satu pesantren anggota OPOP yaitu pesantren Ihya'u Sunnah Al-Hasany Jember. Selain itu juga beberapa *tools entrepreneurial ecosystem* dijadikan sebagai pendekatan dalam merancang role model ini.

Tools entrepreneurial ecosystem mempertimbangkan desain *entrepreneurial institution* terkait. Ekosistem yang dikembangkan dirancang mampu mengikuti perubahan zaman oleh karena itu perlunya dukungan inovasi teknologi dan memiliki tanggungjawab sosial. Beberapa elemen dalam membangun *role model* ekosistem adalah:

1. Output yang diharapkan dari pengembangan role model ekosistem.
2. Sumber daya potensial yang dimiliki pesantren.
3. Institusi atau lembaga potensial yang dapat terlibat dalam pengembangan ekosistem UMKM berbasis pesantren.⁵⁴
4. Elemen konstruk ekosistem level (EL): proposisi nilai ekosistem (EVP/ *Ecosystem's Value Propotition*), segmen pengguna, dan pelaku/ lembaga.

⁵³ Tim Kajian OPOP Jawa Timur.

⁵⁴ Anita Golzarjannat dkk., "A business model approach to port ecosystem," 2021, <https://oulurepo.oulu.fi/handle/10024/33027>.

5. Elemen konstruk aktor level (AL): Sumber daya, Aktivitas, Nilai tambah, Perolehan nilai, Ketergantungan, dan Risiko.⁵⁵

Selain *tools entrepreneurial ecosystem* beberapa faktor penting dalam pengembangan UMKM yaitu: peningkatan modal kerja, penguasaan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi), pemasaran dan branding: *e-commerce*, digital marketing, *customer relationship marketing*, pengembangan produk atau jasa melalui peningkatan kualitas dan diversifikasi, kemitraan dan jaringan, peningkatan manajemen baik dalam manajemen keuangan, SDM, pemasaran, produksi, dan kebijakan pemerintah terkait ekspor impor yang merupakan intervensi pemerintah dalam rangka melindungi dan mengakselerasi UMKM. Semua faktor ini akan diintegrasikan dalam membangun *role model* ekosistem UMKM berbasis pesantren.

Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember adalah salah satu peserta Eko-Tren OPOP Jawa Timur tahun 2019. Profil pesantren sebagai satu UMKM berbasis pesantren yang berbadan hukum koperasi telah dideskripsikan pada bagian sebelumnya. Dengan satu produk unggulan pesantren yaitu "Kopi BIKLA" yang memiliki harapan cukup besar melalui *tagline* "*dari santri untuk negeri, dari kampung untuk dunia*". Harapan mewujudkan mimpi tersebut nampaknya sangat sulit diwujudkan. Namun keyakinan yang dimiliki pesantren bahwa mimpi itu tidak ada yang tidak mungkin diwujudkan, ketika Allah sudah berkehendak. Pemerintah Jawa Timur sebagai satu washilah dalam mewujudkan harapan pesantren Ihya'us Sunnah Jember melalui program OPOP. Sebagaimana diungkapkan oleh Andromeda selaku kepala Dinas Koperasi Jawa Timur, pesantren tidak akan berjalan sendiri dalam mengembangkan ekonominya. Pendampingan dalam berbagai bentuk akan selalu dilakukan oleh pemerintah melalui program OPOP.⁵⁶

Berdasar analisis yang dilakukan, satu upaya yang dilakukan dalam rangka mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren adalah dengan mendesain ekosistem

⁵⁵ Madis Talmar dkk., "Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems: The Ecosystem Pie Model," *Long Range Planning* 53, no. 4 (2020): 101850.

⁵⁶ Opop Provinsi Jawa Timur, "Gagasan Gub. Khofifah Pesantren Bukan Cuma Tempat Mendalami Agama," <https://opop.jatimprov.go.id/>, diakses 11 Juli 2024, <https://opop.jatimprov.go.id/detail/865/opop-gagasan-gubernur-khofifah-pesantren-bukan-cuma-tempat-mendalami-agama>.

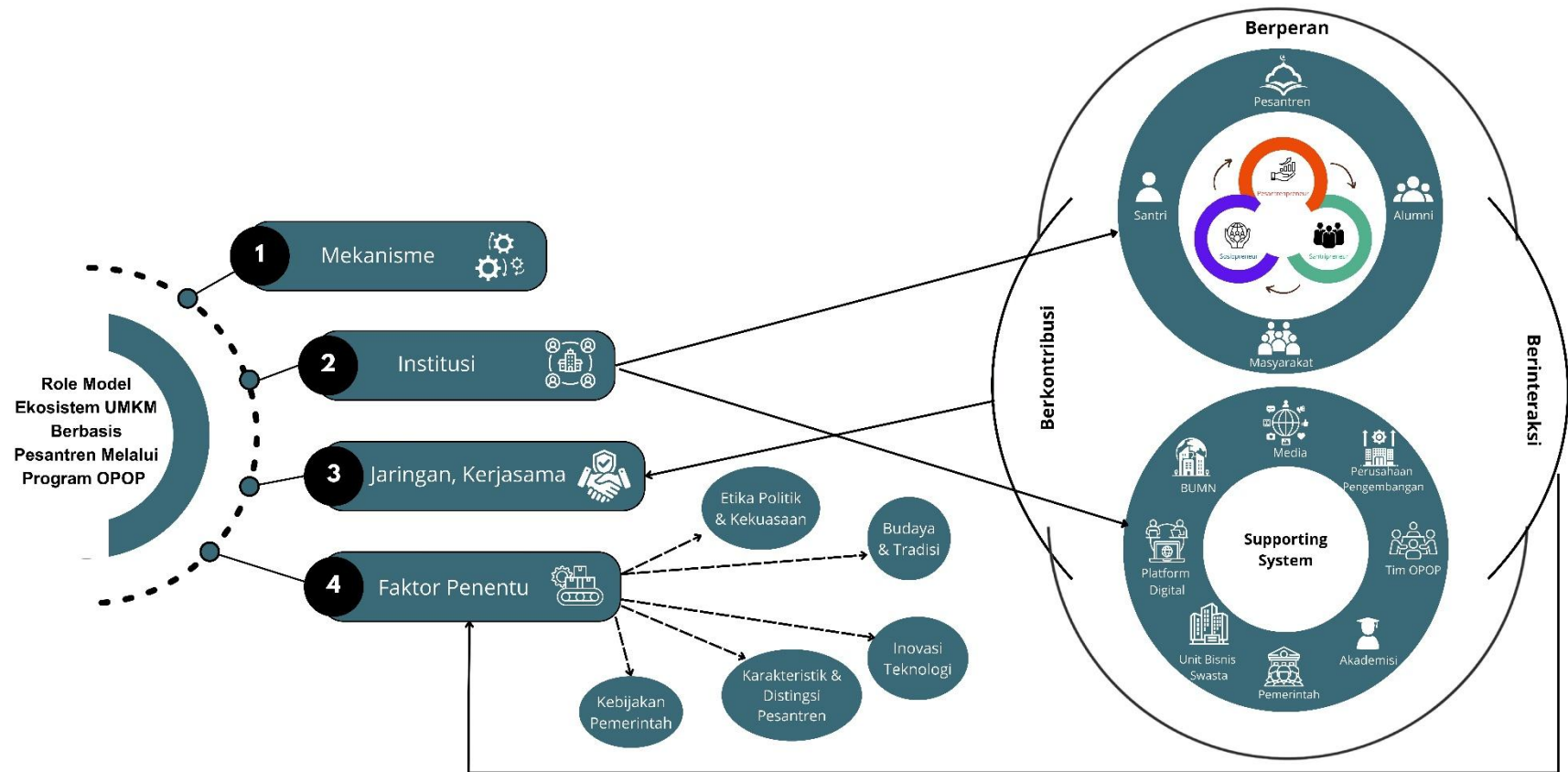
bisnis. Pengembangan ekosistem bisnis merupakan tahapan penting dalam akselerasi kemandirian ekonomi pesantren yang kokoh. Selaras dengan prinsip Eko-Tren OPOP Jawa Timur yaitu ekosistem yang dibangun nantinya bertujuan untuk memberdayakan pesantren, alumni, dan santri melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kinerja usaha.

Kemandirian menjadi ending dan outcome dalam membangun sebuah ekosistem UMKM berbasis pesantren. Pesantren mampu berdiri sendiri baik secara ekonomi maupun bidang lainnya. Keterkaitan pesantren dengan pihak lain tidak dalam artian bergantung tetapi lebih memberi kemanfaatan satu sama lain. Berbicara konsep ekosistem ekonomi Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, ada satu penelitian yang dilakukan oleh Adhim. Penelitian Adhim mendeskripsikan ekosistem pesantren berbasis potensi lokal pendekatan teori Colin yang mempertimbangkan enam elemen atau aspek yaitu: *policy* (kebijakan), *market* (pasar), *finance* (keuangan), *human capital* (SDM), *culture* (budaya), *support* (dukungan).⁵⁷ Ekosistem pesantrenpreneur pada pesantren Ihya'us Sunnah Jember ada tiga formulasi ekosistem pesantrenpreneur yaitu: pengembangan kapasitas SDM, strategi pemasaran, dan sistem produksi.⁵⁸

Rancangan role model ekosistem UMKM berbasis pesantren dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori *entrepreneurial ecosystem* yang lebih kompleks dan mutakhir. Rancangan *role model* UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember yang dihasilkan dengan harapan dapat diadopsi dan digunakan untuk mewujudkan harapan kemandirian pesantren di seluruh Indonesia, digambarkan sebagai berikut:

⁵⁷ Colin Mason dan Ross Brown, "Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship," *Final report to OECD, Paris* 30, no. 1 (2014): 77–102.

⁵⁸ Fauzan Adhim, "Ekosistem Pesantrenpreneur Berbasis Pengembangan Potensi Lokal," *Edukasi* 19, no. 2 (2021): 127–40.



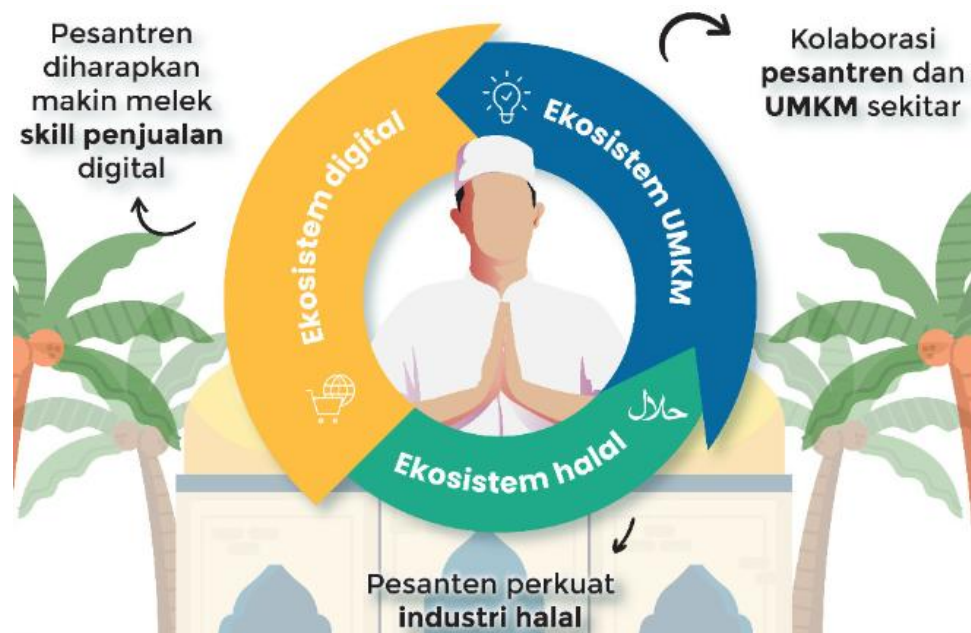
Gambar 56: Role Model UMKM Berbasis Pesantren Melalui Program OPOP

Desain *role model* di atas menggambarkan rancang bangun mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren melalui pengembangan UMKM berbasis pesantren secara umum, namun pada pemaparan dan deskripsi spesifik akan dijelaskan konsep yang fokus pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember. Terdapat empat elemen dalam ekosistem yaitu: mekanisme, institusi, jaringan atau kerjasama, dan faktor penentu.

1. Mekanisme

Pada elemen *entrepreneurial ecosystem* kategori AL (*actor level*) 2 berupa aktivitas mendeskripsikan suatu mekanisme yang digunakan oleh aktor atau pihak atau institusi untuk menghasilkan kontribusi produktif bagi ekosistem. Secara khusus, dasar untuk menciptakan nilai sebagai unit usaha adalah sistem aktivitas yang mencakup bagaimana unit usaha mengubah sumber daya menjadi nilai tambah melalui proses koordinasi di dalam dan/atau antar aktor.

Mekanisme menggambarkan teknis, strategi, cara, upaya yang dilakukan untuk mewujudkan misi kemandirian ekonomi pesantren. Beberapa langkah yang dilakukan adalah membangun holding pesantren yaitu OPOP Jawa Timur. Ide ekosistem ekonomi pesantren disosialisasikan kepada seluruh elemen internal pesantren dan antar pesantren. Pesantren yang terlibat sekitar 10-20 dalam satu ekosistem baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Setiap pesantren menghitung kebutuhan masing-masing sampai didapati bahwa ternyata antar pesantren memiliki keterikatan dan ketergantungan. Pada tahap berikutnya memetakan masing masing potensi dan kebutuhan yang dituangkan dalam pemetaan dan roadmap pengembangan. Treatmen pemerintah atau lembaga lain, disesuaikan dengan peta jalan (*roadmap*) yang disusun oleh masing masing pesantren. Dalam pelaksanaannya terdapat tiga ekosistem pendukung yaitu digital, UMKM, dan industri halal. Pesantren dijadikan sebagai pelopor dan pendukung utama ekosistem halal value chain dengan dukungan ekosistem digital yang baik.



Gambar 57: Tiga Ekosistem Pendukung Ekosistem OPOP⁵⁹

Optimalisasi manajemen dalam peningkatan produksi kopi BIKLA menggunakan sistem kendali berupa SOP (Standar Operasional Prosedur) dan pendampingan oleh kepala bagian produksi secara intens. Sedangkan untuk sistem pemasaran memanfaatkan kekuatan alumni dan simpatisan dengan skema multi level marketing. Karena ekosistem yang dibangun dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren memiliki empat unsur yaitu: kelembagaan, SDM, produksim dan pemasaran. Dalam teori Isenberg, sebagaimana dijelaskan dalam bab dua bahwa dalam ekosistem kewirausahaan terdapat enam sistem yaitu kebijakan, pasar, keuangan, SDM, budaya, dan dukungan.

2. Institusi

Pelaku atau institusi pada teori entrepreneurial sebagai *Ecosystem Level* nomor tiga (EL 3) dalam membangun ekosistem dapat meliputi Organisasi, lembaga, komunitas, dan individu adalah agen utama yang terlibat dalam penciptaan ekosistem tertentu. 'Aktor' sebagai sebuah konstruk yang mewakili entitas yang secara hukum independen, tetapi secara ekonomi saling bergantung

⁵⁹ Opop Provinsi Jawa Timur, "Tiga Ekosistem Pendukung Kemandirian Pesantren," <https://opop.jatimprov.go.id/>, diakses 26 Oktober 2024, <https://opop.jatimprov.go.id/detail/458/tiga-ekosistem-pendukung-kemandirian-pesantren>.

antar pihak yang terlibat dalam melakukan kegiatan produktif. Kontribusi produktif yang diberikan oleh para aktor tingkatan pentingnya tidak sama. Dalam analisis ekosistem, pada aktor yang menyediakan pelengkap berbeda dari sudut pandang EVP harus difokuskan.

Institusi unsur, pihak, atau lembaga yang memiliki peran, saling berinteraksi dan berkontribusi dalam ekosistem. Proses produksi BIKLA melibatkan beberapa institusi sebagaimana tertuang dalam gambar di bawah ini:



Gambar 58: Intisuti dalam Proses Produksi Kopi BIKLA

Bahan baku pembuatan kopi BIKLA diambil langsung dari petani kopi Desa Tugusari. Proses produksi dilakukan di pesantren Ihya'us Sunnah oleh pegawai yang terdiri dari santri, alumni, dan masyarakat. Kemitraan kopontren dengan petani kopi di Desa Tugusari telah berlangsung cukup lama (dari awal pendirian kopontren. Pola kemitraan yang dibangun antara kopontren dengan petani dengan pendekatan pola kerja sama operasional agribisnis (KOA) dan pola kemitraan dagang umum yaitu pola kemitraan berdasar pada kesepakatan bersama. Pola kemitraan KOA dilaksanakan dengan skema pihak pesantren menyediakan bantuan modal, benih, pupuk, teknologi, manajemen (pembinaan dan penyuluhan secara teknis), menampung hasil panen (kopi). Penyuluhan diberikan oleh pesantren bekerja sama dengan LMDH Lereng Gunung Argopuro dan pemerintah Kab. Jember. Sedangkan petani kopi sebagai pihak penyedia lahan, sarana dan tenaga kerja. Jenis pola kemitraan kedua yaitu pola kemitraan dagang umum dimana pihak kopontren memasarkan hasil produksi, sedangkan petani kopi sebagai penyedia bahan baku kopi. Kinerja petani tergantung pada beberapa faktor diantaranya adalah kesepakatan, komitmen, bimbingan Teknis, tingkat keterlibatan dan

partisipasi, usia produktif, tingkat Pendidikan, pengetahuan, dan keterampilan, kemampuan dan penguasaan penggunaan teknologi.

Tidak hanya kerjasama dalam proses produksi, kemitraan kopontren Ihya'us Sunnah terus ditingkatkan dan dikembangkan, sebagaimana tergambar di bawah ini:



Gambar 59: Kemitraan dan Kerjasama Kopontren Ihya'us Sunnah Jember

Secara lebih spesifik dan menyeluruh beberapa institusi, peran dan kontribusinya yang ada dalam ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP akan dipaparkan di bawah ini:

Tabel 17: Peran dan Kontribusi Institusi dalam Ekosistem UMKM Berbasis Pesantren

No	Institusi Atau Pihak	Peran dan Kontribusi
1.	Pesantren	<ul style="list-style-type: none"> • Peran: subyek utama dalam ekosistem UMKM berbasis pesantren yang menjalankan fungsi dan perannya dalam pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. • Pesantrenpreneur: kelembagaan, SDM, produksi dan marketing, akselerasi pemberdayaan ekonomi masyarakat, membimbing masyarakat dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan • Pesantren Ihya'us Sunnah sebagai anggota OPOP melalui koperasi pesantren memproduksi kopi BIKLA sebagai satu produk unggulan.
2	Santri	<ul style="list-style-type: none"> • Santri: SDM, pengembangan kemandirian ekonomi pesantren • Santripreneur: Keterlibatan aktif tidak hanya sebagai obyek dalam suatu program, peran aktif santri dalam pengembangan pemberdayaan ekonomi pesantren melalui ilmu pengetahuan bidang kewirausahaan yang telah dimiliki. Keterampilan santri dalam berdagang menjadi sangat penting dalam pemasaran luas produk pesantren. Meningkatkan potensi kemandirian ekonomi santri dan juga pesantren.
3	Alumni	<ul style="list-style-type: none"> • Peran: mentor, pembimbing, investor, mitra pesantren dalam pengembangan ekonomi pesantren sebagai duta produk pesantren. • Peran alumni melalui skema sosiopreneur difokuskan pada optimalisasi peran alumni dalam pemberdayaan ekonomi pesantren, pesantren dapat bergantung dengan keberadaan alumni di tengah masyarakat karena alumni dapat memberikan pengaruh langsung terhadap persepsi masyarakat. • Membuka jaringan dan peluang pasar, pengembang SDM dan kapasitas usaha, dan memberikan inspirasi dan motivasi. • Alumni pesantren Ihya'us Sunnah terlibat aktif dalam proses produksi dan pendistribusian produk kopi BIKLA. Alumni menjadi reseller produk kopi BIKLA, pembangunan pondokan tersebut diinisiasi dan disokong sepenuhnya oleh para <i>reseller</i> atau para pemasar kopi yang diproduksi oleh Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah. Rupanya, Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah memang telah membangun jaringan

		<p>pemasaran untuk kopi yang diproduksi di seluruh wilayah di Indonesia. Jumlahnya mencapai ribuan <i>reseller</i>. Dalam sebulan, omzet dari penjualan kopi bisa mencapai lebih dari Rp 600 juta. Dan, rupanya sebagian keuntungan dari para <i>reseller</i> tersebut disisihkan untuk membangun asrama santri.</p>
4	<p>Pemerintah (Pemprov, Pemda, Dinkom UMKM, Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat aturan dan kebijakan, memberi bantuan berupa materi dan non materi • Dalam pelaksanaan program OPOP dilakukan koordinasi untuk menghindari duplikasi pembayaran yang dilakukan oleh Gubernur di Kabupaten/kota di wilayah Provinsi. • Pemenuhan fasilitas OPOP dilaksanakan oleh Perangkat Daerah sesuai tugas dan fungsi masing-masing dan dikoordinasikan oleh Tim OPOP. Dalam pelaksanaan fasilitas, Perangkat Daerah dapat melibatkan tenaga ahli, rektisi, dan/atau pelaku usaha sesuai keahliannya. • Dalam penyelenggaraan program OPOP, Pemerintah provinsi membentuk OPOP <i>training centre</i>. OPOP <i>training centre</i> berfungsi sebagai inkubator wirausaha yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha bagi peserta OPOP agar dapat berkembang menjadi usaha yang Tangguh dan/atau menghasilkan produk yang unggul, berdaya saing, inovatif, dan kompetitif. OPOP <i>training centre</i> ditetapkan dengan keputusan Gubernur. Dalam pelaksanaan program OPOP, Pembiayaan pelaksanaan program OPOP bersumber dari dua pembiayaan yaitu : anggaran pendapatan dan belanja daerah, sumber dana lainnya yang sah dan tidak mengikat. • Mempopulerkan produk pesantren kopi BIKLA melalui publikasi profil yang divisualisasikan dalam bentuk video
5	<p>Tim OPOP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan kemandirian ekonomi pesantren melalui tiga pilar: santripreneur, pesantrenpreneur, dan sosiopreneur. Inisiator konsep setiap pesantren mengembangkan satu produk unggulan sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi lokal, program orchestra karena melibatkan banyak pihak dalam pelaksanaannya.

		<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan potensi dan keahlian lokal pesantren untuk menciptakan nilai tambah ekonomi dalam pengembangan ekonomi lokal,
6	Akademisi (ITS, UNUSA, <i>International Council Of Small Business</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pihak akademisi di bidang penelitian, pendampingan dan penyusun rekomendasi kebijakan, • OPOP Training Center UNUSA • ITS: Desain Kemasan produk OPOP
7	Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat: pengelola dan penerima manfaat • Kerjasama dengan masyarakat dengan dua prinsip yaitu <i>ta'awun dan syuro</i>. • Pesantren meoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat. Untuk pesantren Ihya'us Sunnah Jember memanfaatkan kopi lereng Argopuro, sebagai satu potensi yang dimiliki masyarakat. • Masyarakat diedukasi untuk dapat menghargai produk yang dihasilkan, memproduksi biji kopi dengan optimal sehingga tidak terjerat sistem ijon.
8	BUMN	<ul style="list-style-type: none"> • Akses permodalan: menjadi suatu hal penting untuk turut mengangkat kemampuan UMKM di Pesantren. Berbagai skema dapat digulirkan untuk memperkuat permodalan usaha di Pesantren, mulai skema hibah, pinjaman dana bergulir, CSR, pembiayaan perbankan dan non perbankan, hingga kerjasama antar entitas bisnis berbasis Pondok Pesantren. • Ketersediaan informasi yang sempurna terkait produk dan layanan usaha
9	Platform digital	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi OPOP Mart • Platform E-commerce: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada • Media Sosial: Instagram, Facebook, youtube, dan TikTok • Platform Pembayaran Digital QRIS, OVO, GoPay, Dana, LinkAja • Platform Logistik dan Pengiriman Barang JNE, J&T, TIKI, Sicepat, • Platform Kolaborasi dan Komunitas Digital: WhatsApp, Telegram, atau Facebook Groups
10	Perusahaan pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembang teknologi: Membuat inovasi produk dan kemasan dengan sentuhan teknologi. • Pahlawan Digital UMKM (buzzer, influencer, dan follower) syaratnya pemantik, pemberdaya, memiliki brand yang kuat, dan secara keseluruhan mampu

		<p>mengagregasi UMKM untuk berlabuh ke platform digital ataupun ke pasar internasional (ekspor).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melahirkan para inovator muda yang kemudian akan menciptakan berbagai bentuk usaha startup berbasis UMKM pesantren. Hal ini dapat dilakukan melalui empat langkah yaitu: peningkatan sumber daya manusia, mendorong peran serta stakeholder untuk mempercepat transformasi digital, mengintervensi perbaikan proses bisnis ke dalam beberapa program, • Perluasan akses pasar yang salah satunya mendorong agar pelaku UMKM bisa menjadi vendor pengadaan barang dan jasa pemerintah, • Mengembangkan OPOP Academy (ajang untuk menjaring pelaku usaha berbasis pesantren) kerjasama dengan permprov, (Commerce, context, content, connection)
11	Unit bisnis (swasta)	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra serta mentor bagi kopontren • Kegiatan bisnis eksklusif yang disediakan pengusaha swasta melalui fungsi penelitian dan pengembangan unit usaha
12	Media	<ul style="list-style-type: none"> • Peran: mediator, penghubung, motivator dan inspirator • Media berfungsi sebagai sarana untuk mensosialisasikan program OPOP, memberikan informasi edukatif, mempromosikan produk pesantren, menjadi penghubung pesantren dengan pihak eksternal untuk memperkuat pelaksanaan program, memberi laporan sebagai bahan evaluasi dan monitoring atas perkembangan ekonomi pesantren melalui program OPOP, • Dengan informasi positif yang dilaporkan melalui media dapat memotivasi pesantren lain untuk mengembangkan ekonomi.

Dua belas pihak atau institusi masing masing berperan, berinteraksi dan berkontribusi. Berperan adalah menjalankan tugas dan fungsi tertentu dalam sebuah sistem atau institusi. Mengambil tanggungjawab sesuai dengan peran yang ditetapkan untuk mencapai tujuan dan menyelesaikan masalah. Ketika peran setiap institusi sudah ditetapkan, mereka akan saling berinteraksi. Berinteraksi merupakan suatu proses saling bertukar ide, informasi, dan tindakan antara dua atau lebih

individu atau kelompok. Makna berinteraksi yaitu ada hubungan timbal balik atau komunikasi yang terjadi untuk mencapai kesepakatan dan pemahaman serta tujuan bersama. Dalam interaksi yang mereka lakukan tentunya ada kontribusi yang diberikan setiap pihak. Saling memberi sesuatu seperti: waktu, tenaga, ide, dan sumber daya apapun yang dimiliki untuk saling mendukung dalam mencapai tujuan tertentu. Berkontribusi meliputi peran aktif setiap institusi untuk memberi dampak positif dalam program kemandirian ekonomi pesantren melalui program OPOP.

Institusi atau aktor menjadi sumber daya sebagai dasar penciptaan nilai spesifikasi dan spesialisasi perusahaan. Aktor (pelaku) memiliki peran dan nilai tambah dalam suatu ekosistem, karena sumber daya dapat dimiliki atau didapatkan oleh aktor dari aktor lain dalam ekosistem tersebut. Hal ini tidak berarti bahwa setiap aktor harus memiliki sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan nilai. Sebaliknya, beberapa sumber daya yang digunakan dapat diperoleh dari aktor lain dalam ekosistem.

3. Jaringan atau kerjasama

Jaringan atau kerjasama dalam ekosistem berdasar pada kemitraan dan hubungan antar berbagai pihak (12 institusi) yang bekerjasama secara sinergis dalam mencapai tujuan bersama yaitu kemandirian ekonomi pesantren. Ekosistem yang dimaknai sebagai suatu lingkungan atau sistem yang di dalamnya ada entitas, organisasi dan institusi yang saling terhubung berperan, berinteraksi, dan berkontribusi dalam menciptakan nilai manfaat dan maslahat.

Sebagai hasil dari kegiatannya, setiap aktor berkontribusi pada ekosistem dalam bentuk komponen produktif (yang kemungkinan besar memiliki keunggulan komparatif dibandingkan dengan aktor lainnya). Kontribusi individu sebagai 'nilai tambah' aktor, yang merupakan modal pada sisi penawaran untuk mencapai EVP. Beberapa nilai tambah secara unik dapat menjadi pelengkap yang diperlukan dalam komposisi EVP (*Ecosystem Value Propotion*). Sementara yang lain meningkatkan nilai tetapi bukan yang diperlukan agar EVP dapat tercapai. Bentuk dan karakteristik jaringan dan kerjasama yaitu

- a. Kolaborasi dan sinergi: menggabungkan kekuatan, sumber daya, dan kemampuan dalam menciptakan kemaslahatan yang jauh lebih besar dibandingkan ketika sendiri.
- b. Pertukaran sumber daya: menciptakan keunggulan kompetitif, dan akselerasi inovasi berbasis kemaslahatan.
- c. Pembentukan nilai tambah: mendapatkan nilai lebih dan solusi yang lebih baik karena kontribusi dari pihak lain.
- d. Keanekaragaman peran dan spesialisasi: karena peran dan keahlian yang berbeda (produsen, penyedia teknologi, pemangku kepentingan, dll), maka akan semakin memperkuat keberlanjutan ekonomi pesantren.
- e. Jaringan dan kerjasama yang kuat lebih menjamin keberlangsungan ekosistem, bahkan ketika mengalami permasalahan. Adaptasi terbangun dengan cepat dan tepat.

Penguatan jaringan dan sinkronisasi di setiap elemen dalam ekosistem OPOP meyakinkan terwujudnya harapan program yaitu setiap pesantren memiliki satu produk unggulan dalam rangka kemandirian ekonomi pesantren. Karena bisa dikatakan bahwa OPOP merupakan program baru, yang masih membutuhkan banyak penyempurnaan.

Meskipun ekosistem menciptakan dan memberikan nilai pengguna akhir melalui interaksi jaringan, namun dalam mengambil nilai, setiap aktor yang tertanam dalam ekosistem mencari keuntungan untuk dirinya sendiri. Dalam pemodelan ekosistem, 'penangkapan/ perolehan nilai' merepresentasikan bagaimana, jenis, dan seberapa besar nilai yang diciptakan oleh ekosistem ditangkap oleh aktor tertentu. Kesempatan untuk memperoleh nilai adalah motivasi utama untuk bergabung dengan ekosistem dan agar para pelaku berkomitmen pada ekosistem, mereka harus menganggap 'bagian' mereka adil. Selain keuntungan finansial langsung, para pelaku dapat memperoleh nilai dengan memanfaatkan ekosistem untuk pertumbuhan, reputasi, efisiensi yang lebih tinggi, atau sumber daya tambahan.

4. Faktor Penentu/ Domain:

Faktor penentu atau suatu domain menjadi sangat penting dalam keberhasilan implementasi model ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP. Karena setiap faktor ini menjadi penentu yang memastikan ekosistem dapat berjalan dengan efektif, berkelanjutan, dan mampu mencapai tujuan terwujudnya kemandirian ekonomi pesantren. Beberapa faktor penting sebagai penentu keberhasilan program OPOP yaitu:

a. Etika Politik dan Kekuasaan

Etika politik dan kekuasaan memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan ekonomi pesantren melalui skema UMKM program OPOP. Faktor ini dapat berupa kebijakan pemerintah yang kondusif yaitu dukungan dan transparansi regulasi diantaranya dengan memberi keleluasaan bagi pengembangan potensi ekonomi pesantren. Dukungan tersebut diberikan dalam bentuk kemudahan izin usaha dan bantuan baik material maupun nonmaterial. Bantuan berupa penetapan alokasi anggaran dan program pelatihan khusus dalam rangka pengembangan ekonomi pesantren. Pemimpin atau penguasa yang memiliki pengaruh besar dan relasi politik yang kuat dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi pesantren dengan memperluas jaringan dengan jangkauan pemasaran produk. Diantara yang dapat dilakukan adalah penggunaan produk pesantren dalam event kenegaraan baik tingkat daerah, nasional, maupun internasional. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas dan kepercayaan publik terhadap produk pesantren. Ketika masyarakat melihat pemerintah memberi dukungan kepada pesantren dengan tulus tanpa adanya kepentingan politik, masyarakatpun akan cenderung percaya, mendukung, dan tertarik menggunakan produk pesantren.

b. Budaya dan Tradisi

Budaya dan tradisi pesantren memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam membangun UMKM berbasis pesantren dalam mewujudkan kemandirian ekonomi. Karena budaya pesantren menekankan pada *sam'an waṭo'atan*, kerja keras, kesederhanaan, disiplin, berpegang pada nilai keagamaan, kejujuran, dan amanah yang diajarkan untuk membentuk SDM menjalankan bisnis dengan integritas tinggi. Tradisi kebersamaan dan gotong royong menciptakan sinergi kuat

dan positif, kolaborasi pengasuh, asaridz, santri, dan masyarakat sekitar pesantren memudahkan pengelolaan UMKM pesantren. Kearifan lokal dan tradisi pesantren yang khas dapat menjadi daya tarik produk pesantren yang berpotensi menjadi ciri khas atau keunikan produk pesantren. Khususnya bagi segmen pasar yang menghargai produk dengan muatan nilai budaya dan agama. Produk pesantren yang dapat menjangkau pasar khusus yaitu pasar produk halal dan produk dengan label pesantren lebih dapat dipercaya dan diterima oleh masyarakat. Tradisi yang ditanamkan di pesantren dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menciptakan produk.

Masyarakat desa Tugusari kecamatan Bangsalsari mayoritas berasal dari suku Madura. Dengan karakter dan budaya mereka yang unik dan sangat khas. Mereka sangat menghormati dan mempercayai kiai. Begitu juga dengan masyarakat yang tinggal di sekitar Pesantren Ihya'us Sunnah Jember. Beberapa tradisi dan budaya yang dapat ditemui di desa Tugusari adalah: tradisi bersih desa, mayoritas penduduknya petani, tradisi gotong royong, tradisi nyadran, menghormati dan menghargai alam dan adat setempat, tradisi keislaman yang kental dan kuat. Salah satunya adalah tradisi keislaman yang dibangun melalui hubungan baik masyarakat dengan Pesantren Ihya'us Sunnah Jember.

Masyarakat sering terlibat dalam kegiatan pesantren diantaranya: pengajian rutin, peringatan Hari Besar Islam, ziarah kubur, kegiatan sosial dan santunan. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial dan santunan tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi mereka juga terlibat secara aktif sebagai donatur. Pesantren mendampingi masyarakat tidak hanya ajaran agama saja, dalam menjaga tradisi budaya lokal juga dilakukan. Dengan pendekatan yang bijak pesantren membantu masyarakat memadukan antara nilai budaya dan agama. Dalam peningkatan skill kewirausahaan dan ekonomi masyarakat, pesantren bekerjasama dengan lembaga profesional memberi pendampingan pelatihan kepada masyarakat. Besarnya pengaruh pesantren pada tradisi budaya masyarakat, menjadikan hubungan sosial ekonomi mereka cukup baik. Hal ini yang menjadi salah satu faktor produk kopi BIKLA terus berkembang.

c. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP. Beberapa pengaruhnya adalah:

- 1) Teknologi membantu memudahkan pesantren berkolaborasi dengan pihak eksternal, pada poin ini berkaitan secara langsung dengan faktor jaringan pada faktor kedua ekosistem.
- 2) Peningkatan kualitas dan differensiasi produk;
- 3) Inovasi dalam formulasi produk dan pengemasan untuk meningkatkan daya tarik;
- 4) Otomatisasi produksi, efektifitas dan efisiensi produksi dalam rangka menghemat biaya operasional;
- 5) Pemanfaatan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas;
- 6) Penggunaan fasilitas pembayaran digital untuk memudahkan pesantren pelanggan, dan meningkatkan akses finansial.
- 7) Pemanfaatan teknologi pada riset pasar melalui pengamatan tren di media sosial, hal ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam mengembangkan produk baru agar sesuai dengan selera konsumen.
- 8) Peningkatan mutu SDM melalui pelatihan dan pendampingan secara online.

Pesantren Ihya'us Sunnah Jember cukup terbuka terhadap perubahan teknologi yang ada, khususnya dalam pengembangan unit usaha produksi kopi BIKLA. Hal ini terbukti dengan beberapa pelatihan penguasaan teknologi yang diikuti oleh karyawan kopontren. Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas, efisiensi produksi dan pemasaran produk. Penerapan inovasi teknologi dilakukan dalam beberapa kegiatan. Pertama penggunaan peralatan dan mesin modern dalam pengolahan kopi. Karena dapat meningkatkan produktivitas, konsistensi rasa produk dan tentunya untuk meningkatkan daya saing produk kopi BIKLA di pasar.

Kedua dalam pemanfaatan dan penerapan teknologi pertanian. Untuk memastikan hasil panen yang berkualitas dan meminimalisir risiko gagal panen,

pesantren dan masyarakat menggunakan teknologi pertanian yang lebih modern tetapi tetap memperhatikan ukuran dan standar yang tepat. Karena harus mempertimbangkan produksi jangka Panjang dengan menjaga ekosistem yang ada. Ketiga, digitalisasi promosi dalam rangka memasarkan produk. Pesantren memasarkan produk BIKLA dengan memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* (shopee). Keempat, penggunaan sistem manajemen produksi dalam menjaga efektifitas dan efisiensi produksi. Penggunaan sistem manajemen dapat memudahkan dalam pengaturan ketersediaan bahan baku dan hasil produksi.

d. Karakteristik Dan Distingsi Pesantren

Distingsi dan karakteristik yang dimiliki setiap pesantren menjadi fondasi yang kuat dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren. UMKM berbasis pesantren memiliki posisi dan model yang unik di pasar, karena tidak hanya semata mata berorientasi keuntungan dunia, tetapi membawa nilai kebaikan, kemanfaatan, dan keberkahan untuk pesantren dan masyarakat. Beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai ciri khas, karakteristik, dan distingsi pesantren yang menjadi daya saing unit usaha atau produk pesantren diantaranya adalah:

1) Sosok dan kepemimpinan kiai:

Motto kepemimpinan pesantren adalah asah asih asuh (peduli, mengingatkan, dan mencintai). Kiai berperan dalam memberikan doktrin dan keyakinan kepada masyarakat pesantren dengan pola pengasuhan yang berbeda beda. Kiai adalah figur pemimpin di pesantren yang mencerminkan profil pesantren itu sendiri. Dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren kepemimpinan kiai dapat menjadi motivator dalam pengelolaan unit bisnis dengan cara memberi keputusan dan kebijakan, mengontrol pelaksanaan unit bisnis secara efektif dan efisien.

Kiai Bukhori (pengasuh Pesantren Ihya'us Sunnah Jember) dikenal dengan sosok kharismatik yang berpegang teguh pada prinsip *manhaj salaf* (tradisi Islam murni). Kiai sebagai figur dan sosok yang inspiratif dalam menjalankan kehidupan sehari hari dengan sederhana, dan berakhlakul karimah. Kiai terlibat secara langsung dalam

pengelolaan koperasi pesantren sebagai investor (menanamkan modal), pimpinan kopontren yang memberi ide, gagasan, dan kebijakan dalam pengelolaan yang baik. Dengan figur kiai yang dikenal baik dapat mempengaruhi dan mencakup pasar yang lebih luas, tentunya dengan besarnya kepercayaan masyarakat mampu meningkatkan unit usaha pesantren.

2) Model Pendidikan, pembinaan, dan pengasuhan di pesantren:

Tradisional, modern, dan kombinasi. Pola pendidikan di pesantren Ihya'us Sunnah Jember mengintegrasikan pendidikan agama pada madrasah diniyyah, pendidikan formal di sekolah dan keterampilan praktis di koperasi pesantren. Pendidikan berbasis kitab kuning sebagai pilar utama yang fokus pada kajian al-Qur'an, hadits, fikih, dan akidah. Selain itu pesantren membekali santri dengan keterampilan wirausaha seperti produksi dan pemasaran kopi BIKLA.

3) Ketersediaan SDM (alumni dan santri) yang kompeten di bidang ekonomi, memiliki nilai dan etika pesantren.

Pesantren ihya'us Sunnah memiliki SDM yang baik dan terampil dalam praktik pengamalan ilmu agama, dan pengelolaan koperasi pesantren. Santri disiapkan untuk menjadi SDM yang tidak hanya menguasai ilmu agama tetapi juga mampu mengelola usaha. Pendampingan dan pelatihan selalu dilakukan untuk meningkatkan kualitas SDM. Peningkatan mutu SDM tidak hanya karena pelatihan, tetapi karena juga didasari dan dibekali akhlakul karimah sebagai akhlak yang diajarkan pesantren.

4) Kearifan lokal, ciri khas budaya lokal, potensi lokal yang melekat pada produk pesantren.

Pesantren ihya'us Sunnah Jember menghormati dan menghargai kearifan lokal masyarakat, bahkan menjadikannya sebagai potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan ekonomi pesantren. Berbagai kegiatan pesantren melibatkan masyarakat, tradisi masyarakat yang sudah ada tetap dijaga dengan baik dan disesuaikan

dengan nilai keislaman. Secara lebih mendalam pembahasan tentang kearifan lokal dipaparkan pada tradisi dan budaya sebagai faktor penentu keberhasilan ekonomi pesantren.

5) Basis komunitas yang solid dan memiliki loyalitas terhadap pesantren.

Pesantren Ihya'us Sunnah memiliki basis komunitas yang cukup kuat, pesantren dengan amaliyah Nahdhatul Ulama ini tidak hanya aktif mendidik dan melayani santri, tetapi juga sebagai pusat kegiatan keagamaan, sosial dan ekonomi masyarakat desa Tugusari. Pengajian rutin, majlis ta'lim, dan program lainnya semakin besar berbasis komunitas yang dimiliki menjadi satu potensi yang dapat berperan dalam pengembangan ekonomi pesantren. Simbiosis mutualisme pesantren dengan berbagai komunitas dapat memperkuat ikatan sosial. Semakin kuat ikatan tersebut, akan semakin meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap pesantren.

6) Ketersediaan modal dan semua faktor produksi di pesantren.

Akses faktor produksi Pesantren Ihya'us Sunnah Jember dalam pengembangan produksi kopi BIKLA sangat penting. Dan faktor produksi yang dimiliki pesantren adalah lahan pertanian, teknologi pengolahan, dan jaringan distribusi. Lahan pertanian milik pesantren atau milik pemerintah yang dimanfaatkan oleh pesantren dimanfaatkan untuk budidaya tanaman kopi. Hal ini memungkinkan pesantren memaksimalkan ketersediaan bahan baku sendiri dan menjaga kualitas produksi kopi. Untuk teknologi pengolahan, pesantren mengadopsi teknologi pengolahan modern seperti: mesin roasting kopi, mesin roasting rempah, mesin grinding, mesin mixing, mesin sealer, dan mesin packaging (sachet). Sedangkan jaringan distribusi produk kopi BIKLA memanfaatkan jaringan alumni dan keluarga pesantren, masyarakat lokal, jaringan pesantren di bawah OPOP Jawa Timur, dan media online.

e. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah berperan penting dalam mendukung keberhasilan UMKM berbasis pesantren. Peran dan bentuk peran pemerintah melalui penataan kelembagaan, peraturan yang melegitimasi dan menjadi pedoman pelaksanaan.

- 1) Kebijakan dan dukungan regulasi: kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi pesantren seperti peraturan yang mempermudah pendirian usaha, sertifikasi halal, regulasi yang sederhana dan tidak melalui birokrasi yang sulit. Secara konkrit sebagai wujud kepedulian pemerintah terhadap pengembangan ekonomi pesantren di Jawa Timur, dengan diterbitkannya Peraturan Gubernur No.62 Tahun 2020 tentang *One Pesantren One Product*.
- 2) Akses pendanaan: pemerintah memberi akses pendanaan melalui skema subsidi, hibah, dan pembiayaan berbunga rendah (KUR). Dengan kemudahan akses finansial pesantren dapat meningkatkan kapasitas produksi dan jangkauan pemasarannya. Kopontren Ihya'us Sunnah dalam meningkatkan kapasitas produksi dan jangkauan pemasaran yang lebih luas menambah pabrik dan gudang di lokasi yang lebih strategis dan representatif.



Gambar 60: Gudang Pabrik Kopi BIKLA 1 (Tampak Depan)



Gambar 61: Gudang Pabrik Kopi BIKLA 1 (Tampak Dalam)



Gambar 62: Desain Gudang Pabrik BIKLA 2

3) Pemberian bantuan non finansial

Pelatihan dan pendampingan diberikan oleh pemerintah kepada pesantren anggota OPOP bekerjasama dengan UNUSA, ITS, dan beberapa lembaga atau komunitas. Dalam program OPOP pesantren tidak hanya diberi bantuan, tetapi diberi pendampingan dalam peningkatan mutu SDM, produksi, pemasaran, dan pengelolaan kelembagaan. Penyediaan fasilitas digital untuk memasarkan produk pesantren, yaitu melalui aplikasi OPOP Mart, dan katalog produk OPOP pada website OPOP Jawa Timur.



Gambar 63: Tampilan Aplikasi OPOP Mart



Gambar 64: Pemasaran Kopi BIKLA Melalui Katalog Website OPOP

4) Jaringan Pasar Melalui Program Kemitraan

Memfasilitasi kerjasama pesantren dengan lembaga pemerintah, sektor swasta dan BUMN untuk memasarkan produk pesantren. Memberi kesempatan pesantren untuk mendisplay produk pada event-event yang diadakan oleh pemerintah. Salah satunya event tahunan yang dilakukan oleh pemprov Jawa Timur, tim OPOP, dan kerjasama dengan lembaga pemerintah lainnya.



Gambar 65: Pembukaan OPOP Expo 2023



Gambar 66: Salah Satu Display Stand Produk Pesantren pada OPOP Expo 2023 di Masjid Al-Akbar Surabaya



Gambar 67: Keterlibatan OJK dalam OPOP Expo 2023

5) Standarisasi dan sertifikasi produk

Peningkatan mutu dan kualitas produk pesantren salah satunya melalui program sertifikasi dan produk terstandar. Pemerintah berupaya mendampingi kopontren untuk menghasilkan produk yang dapat diterima tidak hanya di tingkat nasional tetapi juga di pasar internasional. Jaminan produk kopi BIKLA untuk bisa diterima di

pasar adalah telah memiliki: ijin usaha dari tahun 2020, NIB BIKLA Coffee, NPWP Koperasi, dan P-IRT BIKLA. Memiliki standar yang ditetapkan dalam beberapa hal yaitu: standar pengendalian, keamanan pangan, SDM, pembelian, produksi, pengelolaan gudang, audit internal, marketing dan standar manajemen secara keseluruhan. Adapun untuk peningkatan mutu dan kualitas beberapa sertifikat yang telah dimiliki adalah: sertifikat HACCP, sertifikat halal, sertifikat Merk, dan sertifikat penyuluhan keamanan pangan pegawai kopontren.

6) *Branding* dan promosi produk pesantren

Program branding atau kampanye produk dilakukan dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk pesantren yang tertanam sebagai brand image. BIKLA mengkampanyekan produk kopi dengan slogan “Kopi Pesantren Untuk Negeri dari Kampung Untuk Dunia”



Gambar 68: Icon Kopi BIKLA

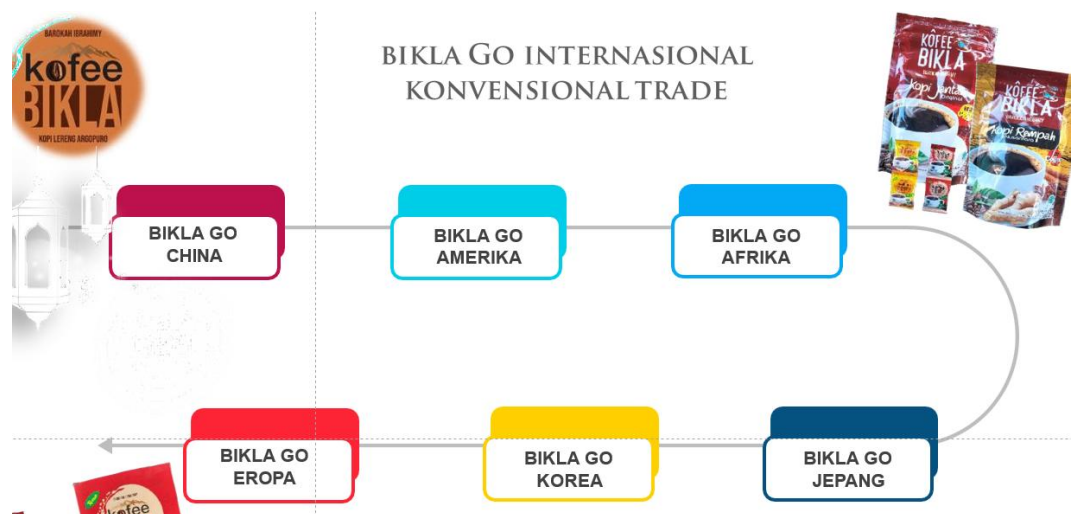
Pada pemasaran kopi BIKLA secara Offline kopontren Ihya'us Sunnah berkerjasama dengan beberapa mitra yaitu: PT Berlian Sejati Nusantara (BSI) Sidoarjo, PT Berkah Ihsan Gemilng (BIG), PT Makrifat Business Jember, PT Pancer Akademi Indonesia (Bekasi), dan Badan Usaha Milik NU (BUMNU

Jember).⁶⁰ Sedangkan pemasaran online secara lebih optimal telah dirancang seperti gambar berikut ini:



Gambar 69: Rancangan Pemasaran Kopi BIKLA Secara Digital

Harapannya BIKLA tidak hanya dikenal di Indonesia tetapi di seluruh dunia seperti motto yang dimiliki “Kopi Pesantren Untuk Negeri, Dari Kampung Untuk Dunia”. Harapan tersebut tertuang dalam konsep di bawah ini:



Gambar 70: BIKLA Go Internasional

⁶⁰ Pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember, “Masterplan Investment BIKLA.”

Di sisi lain pengembangan produksi kopi BIKLA yang dilakukan melalui peningkatan *market share* dideskripsikan dalam bagan di bawah ini:



Gambar 71: Pengembangan Market Share Distribusi Kopi BIKLA

Ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP menjadi satu bentuk harapan baru untuk mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren Ihya'us Sunnah Jember. Tidak hanya pesantren ini saja, tetapi seluruh pesantren di Indonesia dapat menggunakan *role model* ekosistem yang sama, tentunya dengan karakteristik dan distingsi masing masing.

Kemampuan *role model* ekosistem UMKM mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren (sebagai EVP), sebagaimana dijelaskan dalam teori

entrepreneurial ecosystem salah satunya adalah faktor risiko. Risiko apapun dapat diatasi selama faktor tersebut teridentifikasi. Dalam pembahasan penelitian ini risiko dijelaskan dengan mendeskripsikan beberapa tantangan dan hambatan dalam pengembangan kemandirian ekonomi pesantren.

Hambatan yang dimiliki setiap pesantren dapat menjadi penghalang dalam optimalisasi pemberdayaan ekonomi dan mewujudkan kesejahteraan. Beberapa hambatan dan tantangan kopontren Ihya'us Sunnah dalam produksi kopi BIKLA yang harus dihadapi dan diatasi.

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan ekonomi pesantren adalah rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam aspek produksi yang berkualitas dan terstandar, pemasaran yang lebih inovatif dan kreatif, serta pengelolaan keuangan yang sesuai dengan standar. Beberapa kendala ini dapat diatasi melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan yang berkelanjutan. Selain itu, pesantren juga menghadapi permasalahan dalam pengelolaan limbah produksi. Identifikasi jenis limbah dan pemanfaatannya sebagai aset yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi langkah strategis yang perlu diterapkan.

Di sisi lain, ketersediaan bahan baku turut menjadi tantangan, terutama ketika petani mengalami gagal panen kopi yang berdampak pada berkurangnya pasokan bahan baku bagi industri pesantren. Untuk mengatasi hal ini, pesantren bekerja sama dengan lembaga pendamping guna mengidentifikasi faktor penyebab gagal panen dan mencari solusi yang tepat. Upaya kolaboratif ini tidak hanya berdampak positif bagi petani, tetapi juga bagi pesantren, masyarakat, dan pemerintah dalam menciptakan ekosistem pertanian yang lebih tangguh.

Namun, tidak semua kiai atau pengasuh pesantren memiliki pemahaman yang sama mengenai pentingnya kerja sama dan kemitraan dalam bentuk ekosistem ekonomi. Masih banyak pesantren yang lebih fokus pada pendalaman ilmu agama secara eksklusif dan belum menyentuh aspek pengembangan ekonomi. Hal ini diperparah dengan masih kurang optimalnya pemanfaatan dana hibah atau bantuan dari pemerintah yang seharusnya dapat mendukung kemandirian ekonomi pesantren. Selain itu, keterbatasan informasi yang dimiliki pesantren

mengakibatkan akses pasar yang sempit, sehingga produk-produk unggulan pesantren belum mampu bersaing secara luas.

Kepercayaan masyarakat terhadap pesantren dalam hal kemandirian ekonomi juga masih rendah. Banyak yang masih beranggapan bahwa peran utama pesantren hanya sebatas pendidikan dan dakwah, sehingga belum sepenuhnya yakin terhadap potensi produk pesantren. Akibatnya, minat masyarakat untuk menggunakan produk pesantren atau menjalin kerja sama dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren masih terbatas. Selain itu, perbedaan pola pikir dan pandangan di kalangan internal pesantren, baik dari masyarakat sekitar maupun keluarga pesantren itu sendiri, turut menjadi faktor yang menghambat pengembangan pesantren ke arah yang lebih maju dan berdaya saing.

Agar *Ecosystem Value Propotition* dapat terwujud, para aktor perlu mencapai tingkat kesepakatan, keselarasan, dan komitmen yang memadai tentang kontribusi mereka masing-masing. Sumber risiko potensial di sini adalah keengganan aktor tertentu untuk berkontribusi, misalnya, karena insentif yang tidak memadai seperti rendahnya rasio perlehan nilai terhadap biaya yang ditanggung oleh pelaku. Atau ketergantungan yang rendah dari seorang aktor terhadap ekosistem, dan akibatnya upaya yang rendah untuk mencapai keberhasilan ekosistem.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Simpulan

Ada tiga kesimpulan yang akan dijelaskan sebagai jawaban atau rumusan masalah penelitian, yaitu:

1. UMKM berbasis pesantren pada pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur melalui program OPOP (*One Pesantren One Product*) diwujudkan dalam sebuah ekosistem kewirausahaan terpadu yang mengintegrasikan potensi sumber daya alam, sosial, dan spiritual pesantren dengan prinsip pemberdayaan ekonomi berkelanjutan berbasis syariah. Model ini menggabungkan pola pesantrenpreneur (penguatan unit usaha pesantren berbadan hukum koperasi), santripreneur (penguatan karakter dan keterampilan kewirausahaan santri), serta sosiopreneur (pemberdayaan alumni dan masyarakat sekitar) dalam pengembangan produk unggulan yaitu BIKLA. BIKLA merupakan merek produk olahan kopi yang diproses dan dipasarkan dengan standar profesional berbasis nilai-nilai Islam. Program OPOP memfasilitasi pesantren melalui pendampingan kelembagaan, pengembangan SDM, akses pasar, pembiayaan dan legalitas, sehingga mampu mendorong transformasi pesantren dari pusat Pendidikan keagamaan menjadi pusat pengembangan ekonomi masyarakat berdaya saing tinggi. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan pesantren, tetapi juga menjadi solusi nyata atas problematika kemiskinan dan ketimpangan sosial di sekitar pesantren melalui model bisnis sosial berbasis nilai maqashid syariah dan kearifan lokal.
2. Kontribusi program OPOP terhadap kemandirian ekonomi pesantren yang tergabung dalam program OPOP Jawa Timur menunjukkan 87% ekonomi pesantren meningkat, dan 13% ekonomi pesantren tidak ada perubahan. Adapun program OPOP pada Pesantren Ihya'us Sunnah memberika dampak positif

terhadap perkembangan dan kemandirian ekonomi pesantren. Secara lebih spesifik beberapa dampak yang dirasakan oleh pesantren Ihya'us Sunnah adalah: peningkatan usaha dari sisi produksi (dari 5 kg menjadi 50 ton per hari) dan kualitas produk kopi terstandar SNI, peningkatan mutu dan jumlah tenaga kerja (dari 5-10 orang menjadi 30 orang, peningkatan fasilitas dan sarana prasarana yang dimiliki, peningkatan jaringan, kemitraan dan relasi bisnis, peningkatan legalitas kelembagaan koperasi pesantren, dan BIKLA telah siap menjadi komoditi ekspor ke New Zealand, Jeddah, Malaysia.

3. Role model ekosistem UMKM di Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember, terdiri dari empat elemen utama yakni, mekanisme, institusi, jaringan, dan faktor penentu. Mekanisme mencakup strategi dan upaya konkret dalam mencapai kemandirian ekonomi. Institusi melibatkan dua belas pihak, termasuk pesantren, santri, alumni, pemerintah, dan sektor swasta, yang berkolaborasi dan berkontribusi secara sinergis. Jaringan kerja sama yang dibangun melalui kolaborasi dan pertukaran sumber daya menguatkan keberlanjutan ekosistem. Faktor penentu, seperti etika, politik, budaya, inovasi teknologi, serta karakteristik pesantren, turut memengaruhi dinamika dan keberhasilan ekosistem ini.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis pesantren melalui program OPOP Jawa Timur pada Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember tidak hanya berkontribusi dalam membentuk model bisnis syariah yang berkelanjutan, tetapi juga menghadirkan role model ekosistem kewirausahaan sosial yang relevan untuk direplikasi di pesantren lain. Implikasi praktis dari temuan ini mempertegas pentingnya kolaborasi antara, pesantren, pemerintah, masyarakat, dunia usaha, dan aktor lain dalam menciptakan sinergi pemberdayaan ekonomi yang berbasis nilai *maqashid syariah*. Selain itu, model ini mendorong transformasi peran pesantren dari Lembaga pendidikan agama menjadi pusat pertumbuhan ekonomi keummatan, sekaligus memperkuat literasi

kewirausahaan santri dan alumni. Implikasi teoretisnya, penelitian ini menegaskan bahwa ekosistem UMKM berbasis pesantren dapat menjadi instrument strategis dalam mendorong inklusi ekonomi syariah di Tingkat akar rumput, serta memberikan fondasi untuk pengembangan model pemberdayaan ekonomi pesantren dalam kerangka kebijakan ekononomi nasional berbasis kearifan lokal.

Penelitian ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan. Dua keterbatasan dalam penelitian ini adalah: keterbatasan konteks sosial (spasial) dan Keterbatasan waktu observasi dan dinamika aktiviras ekosistem. Keterbatasan konteks sosial (spasial) karena penelitian ini sebagai studi kasus tunggal, hasil penelitian dan rancangan model yang dihasilkan bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi secara langsung ke seluruh pesantren lain tanpa penyesuaian terhadap karakteristik lokal, budaya, dan kapasitas kelembagaan masing masing.

Keterbatas kedua, bahwa dinamika ekosistem UMKM berbasis pesantren memerlukan pengamatan jangka Panjang untuk memahami pola kolaborasi, inovasi, dan dampaknya secara berkelanjutan. Penelitian ini dibatasi oleh rentang waktu tertentu (waktu studi), sehingga belum mengeksplorasi perkembangan model secara longitudinal, terutama konteks adaptasi terhadap perubahan pasar atau kebijakan

C. **Saran**

1. Peneliti berikutnya

- a. Peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian dengan beberapa pembahasan;
- b. Penelitian pada pesantren lain yang tergabung pada program OPOP Jawa Timur, Jawa Barat, dan Kalimantan Selatan;
- c. Penelitian untuk menguji *role model* penelitian ini, diterapkan pada beberapa pesantren yang lain (pesantren OPOP atau pesantren yang tergabung dalam *holding* pesantren non OPOP);
- d. Menyempurnakan rancangan *role model* ekosistem dari hasil penelitian ini.

2. Tim OPOP

- a. Penguatan setiap pihak yang terlibat dalam ekosistem OPOP;

- b. Menambah pihak lain yang memungkinkan untuk masuk dalam ekosistem OPOP;
- c. Secara berkala melakukan *sharig discussion* dengan praktisi, akademisi, dan pesantren untuk peningkatan peran program OPOP bagi semua pihak;
- d. Program OPOP tetap ada dan berkembang, tidak tergantung pada politik dan kekuasaan.

3. Pesantren di Indonesia

- a. Mencoba menerapkan *role model* ekosistem yang dijelaskan dalam penelitian ini untuk mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren;
- b. Mengidentifikasi beberapa aspek yang menjadi masalah atau risiko dari ketidak berhasilan penerapan *role model* ekosistem
- c. Merekomendasikan kepada pemerintah setempat (lokasi pesantren) untuk membuat program serupa dalam rangka pengembangan ekonomi pesantren.
- d. Secara bertahap mengevaluasi kinerja pertumbuhan ekonomi pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Moha Asri, dan Md Siddique E. Azam. “*Halal Entrepreneurship: Concept And Business Opportunities.*” Dalam *Entrepreneurship*. IntechOpen, (2020).
- Abdullah, Muhammad Al Faruq, dan Fathihani Fathihani. “*Memfaatkan Whatsapp Business Sebagai Sarana Penunjang Digital Marketing Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Tanjung Duren.*” *Andhara* 1, no. 2 (2021): 28–35.
- Acs, Z J, L Szerb, dan E Autio. “*National Systems of Entrepreneurship.*” Dalam *Global Entrepreneurship and Development Index 2014*, oleh Zoltan J. Acs, László Szerb, dan Erkko Autio, 13–26. SpringerBriefs in Economics. (Cham: Springer International Publishing, 2015). https://doi.org/10.1007/978-3-319-14932-5_2.
- Adhim, Fauzan. “*Ekosistem Pesantrenpreneur Berbasis Pengembangan Potensi Lokal.*” *Edukasi* 19, no. 2 (2021): 127–40.
- Affandi, Azhar, Akhmad Sobarna Sarwani, Heri Erlangga, A. Onny Siagian, Agus Purwanto, A. Amin Effendy, dan G. Juhaeri. “*Optimization Of MSMES Empowerment In Facing Competition In The Global Market During The COVID-19 Pandemic Time.*” *Systematic Reviews in Pharmacy* 11, no. 11 (2020): 1506–15.
- Ahluwalia, Larasati, Dhiona Ayu Nani, dan Tri Darma Rosmala Sari. “*Peningkatan Produktivitas Umkm Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu.*” *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* 3, no. 1 (2022): 38–42.
- Al Bukhari, Abu Abdillah Muhammad Bin Ismail *Shahih al-Bukhori, Juz 3 dan 8*. (Beirut: Dar at Thouq an Najat, 1422).
- Al Hasyim, M. Musa. “*Creative Industry Development in Pesantren Tebuireng.*” *Shirkah: Journal of Economics and Business* 4, no. 3 (2019).
- Al Mustafa, Muhammad. *Santripreneur: Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Life Skill Di Pondok Pesantren*. 1 ed. (Tasikmalaya: Rumah Cemerlang, 2023).
- Alaassar, Ahmad, Anne-Laure Mention, dan Tor Helge Aas. “*Ecosystem Dynamics: Exploring the Interplay within Fintech Entrepreneurial Ecosystems.*” *Small Business Economics* 58, no. 4 (April 2022): 2157–82. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00505-5>.
- Al-Omari, Hadeel Marwan Tawfiq. “*Effects of Islamic Entrepreneurship Mind Programming on Entrepreneurial Performance in Jordan.*” Master’s Thesis,

- Princess Sumaya University for Technology (Jordan), 2018. <https://search.proquest.com/openview/6a1495f39b2ebe0e569a8ad6ab736cd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>.
- Al-Sayyidi, Hazim Ismail, *Abqariyyah Muhammad SAW al-'asykariyah* (Mesir: Dar ar-Raudhah, (2007)).
- al-Zamakhsyari, *al-Kasysyaf an Haqa'iq al-tanzil wa Uyun al-Aqawil fi Wujuh al-Takwil.*, 3 (Beirut Libanon: Dar Al-Marefah, (2009)).
- Anas, Mohammad. “Kiai Dan Kemandirian Ekonomi Pesantren.” *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 10, no. 1 (2020): 68–98.
- Andromeda Qomariah. *Peran OPOP dalam Pengembangan Pesantren*, (2023).
- Anggraeni, Wilfarda Charismanur, Wulan Puspita Ningtiyas, dan Nurdiyah Nurdiyah. “Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia.” *Journal of Government and Politics (JGOP)* 3, no. 1 (2021): 47–65.
- Aning Kesuma Putri, Eka Fitriyanti, dan Ayu Wulandari. “Empowerment Ekonomi Pesantren.” *E-Dimas* 12, no. 1 (1 Maret 2021): 191–96. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i1.6184>.
- Anugerah, Fajrin Novi, dan Ida Nuraini. “Peran UMKM dalam menanggulangi kemiskinan di Provinsi Jawa Timur.” *Jurnal Ilmu Ekonomi* 5, no. 1 (2021): 27–41.
- Aprijon, Aprijon. “Kewirausahaan dan Pandangan Islam.” *Menara Riau* 12, no. 1 (2013): 1–11.
- Apud, Sammali bin Adam, dan Ferdiansyah Irawan. “Kyai Leadership in Internalizing Nationalism Values at Pesantren.” *Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 2 (1 Desember 2020): 153–64. <https://doi.org/10.15575/jpi.v6i2.9687>.
- Arianto, Bambang. “Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19.” *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 6, no. 2 (2020): 233–47.
- Ariyani, Luthfina. “Memetakan Kebijakan Internasionalisasi UMKM Indonesia.” *Trade Policy Journal* 1, no. 1 (2022): 13–18.
- Asrohah, Hanun. “Pelebagaan Pesantren: Asal-usul dan Perkembangan Pesantren di Jawa Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren.” Disertasi. Jakarta: Perpustakaan UIN, 2000.
- Asrulla, Risnita, M. Syahran Jailani, dan Firdaus Jeka. “Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320–32.
- Assayyidi, Nurochman, Samsudin Samsudin, dan Moh Farhan. “Pesantrenpreneurship dalam Perspektif Pendidikan Islam.” *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 2 (2023): 162–71.
- Audretsch, David B., dan Maksim Belitski. “Entrepreneurial Ecosystems in Cities: Establishing the Framework Conditions.” *The Journal of Technology*

- Transfer 42, no. 5 (Oktober 2017): 1030–51. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>.
- Aulia, Danisya Ersadianis, Ahmad Nur Faizal, dan Moch Ilham Noer Sunan. “*Asset Based Community Development: Upaya Badan Amil Zakat Nasional Dalam Mendayagunakan Potensi Lokal Desa Menuju Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.*” *Jurnal Multidisiplin West Science* 2, no. 07 (2023): 558–67.
- Avrizal, Haryadi Haryadi, dan Syurya Hidayat. “*Analisis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Pondok Pesantren Di Kota Jambi.*” *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16, no. 2 (2021): 391–408.
- Azhar, Rinto Muhammadsyah. “*The Application of Islamic Principles on Entrepreneurship Competence Development Framework.*” *Australian Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2024): 55–85.
- Aziz, Rifqi. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Pemimpin, Pesaing, Pengikut, Nicher (Suatu Literature Review).*” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 418–41.
- Azizah, Siti Nur, dan Yeny Fitriyani. “*Model Pengembangan Ekonomi Pesantren Berbasis Kearifan Lokal: Studi Kasus Ponpes Sidogiri.*” Dalam *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 68–76, 2018. <https://journal.uin.ac.id/CIMAE/article/view/11936>.
- Bakhri, Saiful. “*Dinamika Ekonomi Dalam Perspektif Pesantren.*” *Tasharruf: Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 2 (2020): 40–50.
- Bakhri, Saiful. “*Pemberdayaan Ekonomi Ummat Melalui Pemberdayaan Ekonomi Pesantren.*” *Jurnal Tarbawi* 7, no. 1 (2019). <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/tarbawi/article/view/3333>.
- Balasubramanian, A. “*Ecosystem and its Components.*” *Centre for Advanced Studies in Earth Science: (University of Mysore, India* 28 (2008)).
- Barantum. “*5 Contoh Strategi Digital Marketing Yang Bisa Anda Jalankan.*” Barantum, 29 Agustus 2023. <https://www.barantum.com/blog/contoh-digital-marketing/>.
- Bawono, Anton. “*Creative Economic Development of Pesantren.*” *Shirkah: Journal of Economics and Business* 3, no. 1 (2019).
- Beekun, Rafik Issa. *Islamic Business Ethics*. (Virginia USA: The International Institute Of Islamic Thought, 1997).
- Bergenholtz, Carsten, dan Christian Waldstrøm. “*Inter-Organizational Network Studies—A Literature Review.*” *Industry & Innovation* 18, no. 6 (Agustus 2011): 539–62. <https://doi.org/10.1080/13662716.2011.591966>.
- Brown, Ross, dan Colin Mason. “*Looking inside the Spiky Bits: A Critical Review and Conceptualisation of Entrepreneurial Ecosystems.*” *Small Business*

- Economics 49, no. 1 (Juni 2017): 11–30. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7>.
- Bruns, K., N. Bosma, M. Sanders, dan M. Schramm. “*Searching for the Existence of Entrepreneurial Ecosystems: A Regional Cross-Section Growth Regression Approach.*” *Small Business Economics* 49, no. 1 (Juni 2017): 31–54. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9866-6>.
- Budiarto, Rachmawan, Susetyo Hario Putero, Hempri Suyatna, Puji Astuti, Harwin Saptoadi, M. Munif Ridwan, dan Bambang Susilo. *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM Press, 2018.
- Bukhori. “*Lima Wasiat K.H.R Syamsul Arifin dalam Dokumen Pesantren Ihya’usSunnah Jember,*” 2002.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Kencana, 2011).
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana, 2007).
- Chapra, Muhammad Umer. “*Islamic And Economic Development.*” The International Institute Of Islamic Thought, 1993.
- Creswell, John W, Achmad Fawaid, dan Rianayati Kusmini Pancasari. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Terj)*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. 3 ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017).
- Denzin, Norman K, dan Yvonna S Lincoln. *Handbook Of Qualitative Research*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).
- Dima, Enike Tje Yustin, dan Maria Aprilia Sintia Waja. “*Peran Umkm Dalam Menjaga Stabilitas Perekonomian Masyarakat Akibat Pandemi Covid-19 Di Kota Atambua Kabupaten Belu (Studi kasus home industri pembuatan stik berbahan dasar daun kelor).*” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan (JPM-IKP)* 5, no. 1 (2022): 9–13.
- Djazimah, Siti. “*Potensi Ekonomi Pesantren.*” *Jurnal penelitian agama* 13 (2004): 427.
- Djodi, Wahyu Setiawan, dan Taufiqur Rahman. “*Model Penguatan Kemandirian Ekonomi Pesantren Melalui Pengembangan Potensi Produk Halal di Pesantren An-Nasyiin Pamekasan.*” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 4, no. 2 (2023): 176–92.
- Dokumen Masterplan Investment BIKLA, 2023.
- Dokumen Pesantren: “*Laporan Keuangan Koperasi Pesantren Ihya’us Sunnah,*” 2024.
- Dokumen Pesantren: *Struktur Organisasi Pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany Jember,*” 2024.

- Edahwati, Luluk, Sutyono Sutyono, dan Rizqi Rendri Anggriawan. “Pemberdayaan Santri Al Inayah dalam Pengembangan Kopontren dari Hasil Pendampingan OPOP (One Pesantren One Product) dengan Pemanfaatan Ikan Lele menjadi Abon.” *abdimesin* 1, no. 1 (2021): 1–6.
- Encep Saefullah, Nani Rohaeni, dan Tabroni Tabroni. *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Disunting oleh Hadi Kurniawanto dan Dina Lalia Wati. Eureka Media Aksara. (Eureka Media Aksara, 2022).
- Faiza, Nurlaili Adkhi Rizfa, Syarifudin Syarifudin, dan Fira Nurafini. “Integrasi Keuangan Sosial (ZISWAF) Dan Bisnis Pesantren Dalam Pemberdayaan Sosial-Ekonomi Masyarakat Di Jawa Timur.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2023): 154–65.
- Fatah, Muchamad Iqbal, Nur Asnawi, Segaf Segaf, dan Parmujianto Parmujianto. “Case Study At KSPPS BMT UGT Nusantara Indonesia An Analysis Of Using Mobile Applications To Increase Fee-Based Income.” *Enrichment: Journal of Management* 13, no. 2 (2023): 1182–91.
- Fathoni, Muhammad Anwar, dan Ade Nur Rohim. “Peran pesantren dalam pemberdayaan ekonomi umat di Indonesia.” Dalam *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 133–40, 2019. <https://journal.uin.ac.id/CIMAE/article/view/12766>.
- Fatwa, Jarkom. *Sekilas Nahdlatut Tujjar*. 1 ed. (Surabaya: LKiS Pelangi Aksara, 2004).
- Fauroni, R. Lukman, dan Mujahid Quraisy. “Pesantren Agility in Community Economic Development.” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10, no. 2 (2019): 155–68.
- Fauziyah, Rizma, Noor Shodiq Askandar, dan Junaidi Junaidi. “Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 Malang).” *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 3, no. 1 (2022). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/viewFile/17597/13309>.
- Fawaid, Muhamad Wildan. “Pesantren dan Ekosistem Halal Value Chain.” *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 166–84.
- Fawaid, Muhamad Wildan. “Pesantren dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat: Analisis Terbaru terhadap Program One Pesantren One Product (OPOP).” Dalam *Prosiding AnSoPS (Annual Symposium on Pesantren Studies)*, 2:115–23, 2023. <https://proceeding.iainkediri.ac.id/index.php/ansops/article/view/50>.
- Feld, Brad. *Startup Communities: Building An Entrepreneurial Ecosystem In Your City*. John Wiley & Sons, 2020.

- Fuadi, Debi S., Ade Sadikin Akhyadi, dan Iip Saripah. “*Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial.*” *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 5, no. 1 (2021): 1–13.
- Gaichas, Sarah K. “*A context for ecosystem-based fishery management: developing concepts of ecosystems and sustainability.*” *Marine Policy* 32, no. 3 (2008): 393–401.
- Geertz, Clifford. *The religion of Java*. (University of Chicago Press, 1976).
- Ghofirin, Mohammad, dan Rengga Satria. “*Eko-Tren OPOP Jawa Timur.*” Micepro Indonesia, 2022. https://opop.jatimprov.go.id/download/ebook?per_page=10.
- Ghufron, Moh Idil, Achmad Febrianto, Saifuddin Saifuddin, Siti Ruqayyah, dan Fathudin Fathudin. “*Pelaku UMKM di Pondok Pesantren: Tinjauan Fenomenologis Terhadap Pandemi Effect.*” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 1027–39.
- Ghufron, Moh Idil, dan Kholid Ishomuddin. “*Kosmara: Konsep Pengembangan Ekonomi Pesantren dan Pengendalian Pola Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Nurul Jadid.*” *Al-Ulum Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke Islaman* 8, no. 1 (2021): 113–27.
- Golzarjannat, Anita, Petri Ahokangas, Marja Matinmikko-Blue, dan Seppo Yrjölä. “*A business model approach to port ecosystem.*” 2021. <https://oulurepo.oulu.fi/handle/10024/33027>.
- Gubernur Jawa Timur. “*Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 62 Tahun 2020 Tentang One Pesantren One Product.*” (Surabaya: Berita Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2020 nomor 62 Seri E, Oktober 2020).
- Gümüşay, Ali Aslan. “*Entrepreneurship from an Islamic Perspective.*” *Journal of Business Ethics* 130, no. 1 (Agustus 2015): 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>.
- Hakim, Ahmad Fauzul, Mukhlis Muhammad Nur, dan Ichsan Ichsan. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren.*” *el-Amwal* 5, no. 2 (2022): 1–16.
- Hamidi, A. Luthfi dan Siti Marpuah, “*Development of the Clean and Healthy Living Behavior Improvement Model (PHBS) with a Teori Lawrence Green Approach to Santri in Islamic Boarding Schools.*” *Advances in Humanities and Contemporary Studies* 5, no. 1 (2024): 1–9.
- Handayani, Eka, Putri Pradnyawidya Sari, dan Maulia Jayantina Islami. “*Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19.*” *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 10, no. 2 (2021): 113–19.
- Handoyo, Sofik, Ivan Yudianto, dan Fury Khristianty Fitriyah. “*Critical Success Factors for the Internationalisation of Small–Medium Enterprises in Indonesia.*” Disunting oleh Iman Rahimi. *Cogent Business & Management*

8, no. 1 (1 Januari 2021): 1923358.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1923358>.

Haratua, Armando, dan Chandra Wijaya. “*Membangun Ekosistem Kewirausahaan untuk Usaha Mikro dan Kecil Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur.*” *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 18, no. 2 (2020): 36–47.

Hariharan, Amritha, Silpa Thomas, dan P. K. Viswanathan. “*Impact Of COVID-19 On The Performance Of Micro, Small And Medium Enterprises (Msmes) In India—A Case Study In Kerala.*” *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 2021, 14797–816.

Harindiarsyah, Bachtiar Ridho Virgi, dan Firman Setiawan. “*Analisa Aktor Dan Faktor Pada Penerapan Ekosistem Kewirausahaan Pondok Pesantren (Studi Kasus Ponpes Nurul Amanah Bangkalan).*” *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 4, no. 2 (2021): 87–100.

Harisatun Niswa. “*Cashless Payment: Potret E-Money Di Pesantren.*” *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 8, no. 2 (1 September 2021): 141–51.
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v8i2.4148>.

Hart, Michael H., *100 Tokoh paling Berpengaruh Di Dunia* (Jakarta: Noura Books (PT Mizan Publika), 2019).

Heryana, Ade, dan U. E. Unggul. “*Informan dan pemilihan informan dalam penelitian kualitatif.*” *Universitas Esa Unggul* 25, no. 15 (2018).

Hidayah, Nurul, “*Kaderisasi Kepemimpinan Pesantren Terhadap Putra Kiyai Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Iman Bulus Purworejo,*” *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 1, no. 2 (2018): 143–65.

Hidayat, Asep, Surya Lesmana, dan Zahra Latifah. “*Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional.*” *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 6 (2022): 6707–14.

Himarosa, Reli Adi, Krisdiyanto Krisdiyanto, Primadian Adhi Wardana, Nur Rachman Maulana, dan Fajar Sofyantoro. “*Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Marketing Berbasis Teknologi Informasi: Empowering Msmes Through Information Technology-Based Marketing Innovation.*” *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 7, no. 6 (2022): 774–81.

<https://hebitren.id/kegiatan/>

<https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/cerita-sukses-program-opop-dari-kopi-bikla-jember>

<https://opop.jatimprov.go.id/>

<https://opop.jatimprov.go.id/agenda/76/klinik-opop-jatim-sesi-1>.

<https://opop.jatimprov.go.id/detail/458/tiga-ekosistem-pendukung-kemandirian-pesantren>.

- <https://opop.jatimprov.go.id/detail/865/opop-gagasan-gubernur-khofifah-pesantren-bukan-cuma-tempat-mendalami-agama>.
- <https://regional.kompas.com/read/2022/08/11/150510378/resmikan-opop-kalsel-expo-di-banjarbaru-wapres-harapkan-pesantren-jadi>.
- <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20620>.
- <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/402333/program-opop-jatim-target-bina-1000-pesantren-hingga-2024>.
- <https://unusa.ac.id/2020/12/15/ditengah-pandemi-covid-19-umkm-berbasis-pesantren-akan-bangkit/>.
- <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5080/menko-airlangga-dukung-kemandirian-ekonomi-berbasis-pondok-pesantren>.
- <https://www.idealoka.com/2019/08/09/pemprov-jawa-timur-luncurkan-program-one-pesantren-one-product-opop-apa-itu/>.
- <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/02/06/dorong-pesantren-menjadi-bagian-ekosistem-industri-halal>.
- <https://www.nu.or.id/daerah/kopontren-ihya-us-sunnah-jember-tingkatkan-ekonomi-berbasis-masyarakat-1XKka>.
- Huda, Fatkur. *“Implementasi Syirkah Dalam Bisnis Islam; Konstruksi Nilai Ta’awun.”* Dinamika Ke-Ilmuan Islam Di Masa Pandemi, 2022.
- Huda, Shofiah Nurul, dan Fira Afrina. *“Rasulullaah Sebagai Role Model Bagi Pendidik (Kajian Terhadap Al-Qur’an Surah Al-Ahzab Ayat 21).”* Fitrah: Journal of Islamic Education 1, no. 1 (2020): 72–88.
- Husaini, Usman. *Metodologi Penelitian Sosial*. 2 ed. Cet 3. (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).
- Husna, Ridha Amalia, Nur Diana, dan Ita Athia. *“Pengaruh Keterampilan Digital dan Inspirasi Role Model Terhadap Niat Mahasiswa Menjadi Entrepreneur.”* E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen 13, no. 01 (2024): 680–87.
- Ilahi, Mohammad Takdir, *“Kiai: Figur Elite Pesantren,”* IBDA: Jurnal Kajian Islam Dan Budaya 12, no. 2 (2014): 137–48.
- Ilham, Moh, dan Novie Andriani Zakariya. *“Analisis Kebijakan Kementerian Agama RI Terkait Impelementasi Program Kewirausahaan di Pesantren Indonesia.”* Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah 4, no. 1 (t.t.): 27–42.
- Imam Bukhori. *Profil Unit Usaha Pesantren Ihya’ussunnah Al Hasany Jember*, 2024.

- Imam Suprayogo dan Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. 1 ed. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).
- Indonesia, Badan Pusat Statistik. “*Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi - Tabel Statistik*.” Diakses 25 Maret 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-industri-skala-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi.html>.
- Indonesia, Badan Pusat Statistik. “*Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2023*.” Diakses 12 Juli 2024. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/07/17/2016/profil-kemiskinan-di-indonesia-maret-2023.html>.
- Isenberg, Daniel J. “*How to start an entrepreneurial revolution*.” Harvard business review 88, no. 6 (2010): 40–50.
- Ishaq, Fizza, dan Ansar Abbass. “*Characteristics of Islamic Entrepreneurship: Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Pakistan*.” Business & Social Sciences Journal 5, no. 2 (2020).
- Jaelani, Aan, “*Maqashid syariah dan pengembangan kewirausahaan berkelanjutan di Indonesia*,” 2019,
- Kadeni, Ninik Sriyani. “*Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*.” Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya 8, no. 2 (2020): 191–200.
- Kaharuddin, Kaharuddin. “*Kualitatif: ciri dan karakter sebagai metodologi*.” Equilibrium: Jurnal Pendidikan 9, no. 1 (2021): 1–8.
- Kayed, Rasem N., dan M. Kabir Hassan. “*Islamic Entrepreneurship: A Case Study Of Saudi Arabia*.” Journal of Developmental Entrepreneurship 15, no. 04 (Desember 2010): 379–413. <https://doi.org/10.1142/S1084946710001634>.
- Kementerian Agama RI. “*Perkuat Kemandirian, Kemenag Kembali Latih UMKM Pesantren*.” <https://kemenag.go.id>. Diakses 16 Mei 2024. <https://kemenag.go.id/nasional/perkuat-kemandirian-kemenag-kembali-latih-umkm-pesantren-ryrrsz>.
- Kementerian Agama RI. “*Qur’an Kemenag*,” t.t., <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/5?from=2&to=2>.
- Kementerian Agama RI. “*Satu Data - Kementerian Agama RI*.” Diakses 12 Juli 2024. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-pondok-pesantren,-guru,-dan-santri-menurut-provinsi>.
- Kementerian Agama RI, “*UU Nomor 18 tahun 2019 tentang Pesantren*,” Pub. L. No. UU No 18 tahun 2019 (2019).
- Kementerian Agama RI, “*UU Nomor 30 tahun 2020 tentang Pendirian dan Penyelenggaraan Pesantren*,” Pub. L. No. UU No 30 tahun 2020 (2020).

- Kopontren pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Jember. “*dokumen struktur organisasi, tugas dan wewenang pengurus koperasi pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Jember,*” 2024.
- Kusuma, Melia, Devi Narulitasari, dan Yulfan Arif Nurohman. “*Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Disolo Raya.*” *Among Makarti* 14, no. 2 (2022).
- Lal, B. Suresh, Phalguni Sachdeva, dan Mittal T. Simran. “*Impact of Covid-19 on micro small and medium enterprises (MSMEs): An overview.*” *International Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 12 (2020): 5–12.
- Laura Hardilawati, Wan. “*Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19.*” *jurnal akuntansi dan ekonomika* 10, no. 1 (2020): 89–98.
- Locke, Edwin A. “*Self-efficacy: The exercise of control.*” *Personnel psychology* 50, no. 3 (1997): 801.
- Lucky, Esuh Ossai Igwe, “*Nurturing entrepreneurship development in the 21st century: the practical approaches,*” *International Journal of Humanities and Social Science* 1, no. 9 (2011): 219–27.
- Ma'arif, Alia Replica, Teguh Soedarto, dan Mirza Andrian Syah. “*Pengembangan Sumber Daya Manusia Petani Kopi Melalui Kemitraan dengan Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany, Kab. Jember.*” *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 10, no. 2 (2024): 2104–14.
- Mack, Elizabeth, dan Heike Mayer. “*The Evolutionary Dynamics of Entrepreneurial Ecosystems.*” *Urban Studies* 53, no. 10 (Agustus 2016): 2118–33. <https://doi.org/10.1177/0042098015586547>.
- Madjid, Nurcholis. *Bilik-bilik pesantren: sebuah potret perjalanan.* (Paramadina, 1997).
- Mahfud, Mahfud. “*Program One Pesantren-One Product in the perspective of social entrepreneurship.*” *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 4, no. 1 (2021): 1207–12.
- Makki, Mustaqim. “*Peningkatan ekonomi pesantren melalui budidaya vanili dengan sistem agrikultur di Kabupaten Bondowoso.*” *Jurnal Istiqro* 6, no. 1 (2020): 40–57.
- Malecki, Edward J. “*Entrepreneurship and Entrepreneurial Ecosystems.*” *Geography Compass* 12, no. 3 (2018): e12359. <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>.
- Mas' ud, Abdurrahman. “*Tārikh al-Ma'had al-Turāthī wa Thaqafātuhi.*” *Studia Islamika* 7, no. 1 (2000). h
- Maskur, Abu. “*Kontekstualisasi Keteladanan Sosial Rasulullah Di Zaman Kiwari.*” *Jurnal An-Nufus* 2, no. 1 (2020): 39–57.

- Mason, Colin M. “Public Policy Support for the Informal Venture Capital Market in Europe: A Critical Review.” *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* 27, no. 5 (Oktober 2009): 536–56. <https://doi.org/10.1177/0266242609338754>.
- Mason, Colin, dan Ross Brown. “Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship.” Final report to OECD, Paris 30, no. 1 (2014): 77–102.
- Merton, Robert K. “Social theory and social structure, Rev,” 1957. <https://psycnet.apa.org/record/1959-00989-000>.
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage, 1994.
- Misbah, Ahmad. “Ekonomi Kerakyatan Berbasis Pesantren.” *Jurnal Al-Iqtishod* 5, no. 1 (2021): 1–15.
- Morgenroth, Thekla, Michelle K. Ryan, dan Kim Peters. “The Motivational Theory of Role Modeling: How Role Models Influence Role Aspirants’ Goals.” *Review of General Psychology* 19, no. 4 (Desember 2015): 465–83. <https://doi.org/10.1037/gpr0000059>.
- Muhadjir, Noeng. *Metodologi Penelitian*. VI. (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2011).
- Muhtadi, Ridan, Firman Ardiansyah, Sakinah Sakinah, dan Fitriyana Agustin. “Waqf Forestry Integration Model with Islamic Boarding School in Optimizing the OPOP (One Pesantren One Product) Program.” Dalam *Annual Conference on Islamic Economy and Law*, 1:185–97, 2022.
- Mulyaningsih, Yani. *Pengembangan ekosistem kewirausahaan UMKM di Indonesia*. (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021).
- Munawir, Ahmad Warson, *Kamus Arab Indonesia al-Munawwir*. “Yogyakarta: PP.” Al-Munawwir, 1975.
- Murtadlo, Muhamad. “Pengembangan Ekonomi Pesantren Butuh Terobosan Baru,” 2021. <https://osf.io/3n46e/download>.
- Mustaan, Abdul Gufronul. “Gaya Kepemimpinan Kiai Dalam Membangun Kemandirian Ekonomi Pesantren.” *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2020): 30–46.
- Nadzir, Mohammad. “Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 37–56.
- Neck, Heidi M., G. Dale Meyer, Boyd Cohen, dan Andrew C. Corbett. “An Entrepreneurial System View of New Venture Creation.” *Journal of Small Business Management* 42, no. 2 (April 2004): 190–208. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00105.x>.
- New Profil Opop Jatim 2023, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=QicAruII0HU>.
- Nicotra, Melita, Marco Romano, Manlio Del Giudice, dan Carmela Elita Schillaci. “The Causal Relation between Entrepreneurial Ecosystem and

- Productive Entrepreneurship: A Measurement Framework.*” The Journal of Technology Transfer 43, no. 3 (Juni 2018): 640–73. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9628-2>.
- Nkusi, Alain C., James A. Cunningham, Richard Nyur, dan Steven Pattinson. “*The role of the entrepreneurial university in building an entrepreneurial ecosystem in a post conflict economy: An exploratory study of Rwanda.*” Thunderbird International Business Review 62, no. 5 (2020): 549–63.
- Novie, Muhafidhah, Ayu Lucy Larassaty, Laily Muzdalifah, Sharifah Ageng Pratiwi, dan Elsa Rosyidah. “*East Java OPOP: Increasing the Growth of SMEs in Islamic Boarding Schools during the COVID-19 Pandemic.*” 2021.
- Observasi geografis Pesantren Ihya’us Sunnah di desa Tugusari.” Desa Tugusari Kec.Bangsalsari Jember, 2024.
- Observasi potensi pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany dan desa tugusari Jember.” Jember, 2023 2024.
- Oktafia, Renny, M. Taufiq, dan Anisa Fitria Utami. “*One Pesantren One Product: Can It Improve Economic Growth in East Java?*” IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam 13, no. 1 (2024): 131–52.
- Pemprov Jatim, Diskop UKM Prov Jatim, dan OPOP Jatim. Katalog Produk OPOP 2021. Surabaya, 2021.
- Peraturan gubernur jatim No. 62 tahun 2020 tentang OPOP.pdf,” t.t.
- Persada, Shakti Satya. “*LKPJ Gubernur Jabar Ata 2020.*” LKPJ Gubernur Jabar Ata 2020. Diakses 11 Juli 2024. <http://lkipj.jabarprov.go.id/post/one-pesantren-one-product-opop-pesantren-juara-umat-sejahtera>.
- Pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany Jember. “Dokumen desain pesantren Unggulan,” 2023.
- Philips D.C dan Burbules N.C, *Postpositivism and Educational Research* (Lanham: MD: Rowman & Littlefield, 2000).
- Pusat Kajian Kebijakan Publik Bisnis dan Industri. “*One Pesantren One Product.*” Diakses 22 Maret 2024. <https://www.its.ac.id/kpbi/id/one-pesantren-one-product/>.
- Puspitasari, Novi. “*The Coffee Business Management with Islamic Symbols: Total Motivation Model and Shari’ah Enterprise Theory Approach.*” Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi 12, no. 1 (2022): 24–35.
- Putri, Aning Kesuma, Eka Fitriyanti, dan Ayu Wulandari. “*Empowerment Ekonomi Pesantren.*” E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat 12, no. 1 (2021): 191–96.
- Putri, Zora Febriena Dwithia Hidayat, dan Ranitya Ganindha. “*Pengembangan Potensi Produksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Pondok Pesantren melalui Pendampingan Hak Kekayaan Intelektual.*” Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, 2022, 67–83.

- Rafiki, Ahmad, dan Kalsom Abdul Wahab. “*Islamic values and principles in the organization: A review of literature.*” *Asian Social Science* 10, no. 9 (2014): 1.
- Rahmawati, Fina, dan Sri Walyoto. “*Optimalisasi Hebitren dan Potensi UMKM Halal dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Pondok Pesantren: Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Hikmah Dusun Hargosari Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.*” *Social Science Studies* 2, no. 3 (2022): 240–57.
- Rasyid, Hamdan. “*Peran pesantren dalam pengembangan ekonomi islam.*” Dalam kertas kerja dalam seminar ekonomi Outlook, 1–10, 2012. <https://www.academia.edu/download/32490927/Peran-Pesantren-dalam-Pengembangan-Ekonomi-Islam.pdf>.
- Ratten, Vanessa. “*Entrepreneurial ecosystems.*” *Thunderbird International Business Review*. Wiley Online Library, 2020.
- Ratten, Vanessa. “*Entrepreneurial Ecosystems: Future Research Trends.*” *Thunderbird International Business Review* 62, no. 5 (September 2020): 623–28. <https://doi.org/10.1002/tie.22163>.
- Riadi, Luthfi, Achmad Febrianto, dan Saifuddin Saifuddin. “*Pengembangan Ekonomi Pesantren Berbasis Kearifan Lokal.*” *Jurnal Islam Nusantara* 5, no. 2 (2021): 78–89.
- Ridwan Maksum, Irfan, Amy Yayuk Sri Rahayu, dan Dhian Kusumawardhani. “*A social Enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia.*” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6, no. 3 (2020): 50.
- Rifayanti, Rina, Adella Saputri, Ade Karunia Arake, dan Widya Astuti. “*Peran role model dalam membentuk perilaku pro-lingkungan.*” *Psikostudia: Jurnal Psikologi* 7, no. 2 (2018): 12–23.
- Riyadi, Sugeng dan Ahmad Luthfi Hamidi, “*Epistemologi Dakwah Perspektif Kh. Chariri Shofa,*” *Nizham Journal of Islamic Studies* 9, no. 01 (2021): 38–55.
- Rohaenah, Ike Nilawati, Andewi Suhartini, dan Nur Wadjah Ahmad. “*Teologi Konsep Uswah Hasanah Rosulullah.*” *Jurnal Ilmiah Falsafah: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 50–66.
- Rokhim, Rofikoh, Sari Wahyuni, Permata Wulandari, dan Fajar Ayu Pinagara. “*Analyzing key success factors of local economic development in several remote areas in Indonesia.*” *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* 11, no. 4 (2017): 438–55.
- Rosita, Rahmi. “*Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia.*” *Jurnal Lentera Bisnis* 9, no. 2 (2020): 109–20.
- Rosyada, Mohammad, dan Anah Wigiawati. “*Strategi survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di tengah pandemi COVID-19 (studi kasus pada ‘Batik Pesisir’ Pekalongan).*” *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 4, no. 2 (2020). <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/2424>.

- Saekhotin, Sayyidah, dan Nurul Anam. “*Improvisasi Pesantren Sebagai Subkultur Di Indonesia.*” *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 12 (2017).
- Safri, Edi, Rehani Rehani, Tabrani Tabrani, Rizal Safarudin, dan Ibrahim Ibrahim. “*Kewirausahaan Dalam Perspektif Hadits.*” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 10090–100.
- Sani, Asrul, Ninuk Wiliani, Agus Budiyantra, dan Nur Nawaningtyas. “*Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi terhadap Model Penerimaan Teknologi diantara UMKM.*” *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)* 5, no. 2 (2020): 151–58.
- Saputro, Muhamad Rikza, dan Sukiman Sukiman. “*Model integrasi pesantren dalam pemberdayaan umat melalui program entrepreneurship untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.*” *JPII (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 10, no. 2 (2024): 587–94.
- Septiawati, Rohma, Fista Sujaya, dan Saipul Rachman. “*Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Marketing Bagi Umkm Di Pondok Pesantren Yatim Piatu Dan Dhuafa Al Matsuroh Karawang.*” *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang* 2, no. 1 (2022): 1958–71.
- Setia, Adi. “*Al-Ghazali on the proprieties of earning and living: insights and excerpts from his Kitab Adab al-kasb wal-ma’ash for reviving economies for communities.*” *Islamic Sciences* 11, no. 1 (2013): 19.
- Setiawan, Wawan Lulus. “*Program One Pesantren One Product dapat menjadi pendekatan akselerasi bisnis di pesantren pada masa pandemi COVID-19.*” *E-Coops-Day Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2020): 55–60.
- Shaikh, Salman Ahmed. “*Determining Conformity to Islamic Ethical Principles in Economic Practices: A Case of Pakistan.*” *SSRN Electronic Journal*, 2010. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1530391>.
- Shihab, M Quraish, *Tafsir Al-Mishbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an*, vol. 11 (Jakarta: Lentera Hati, (2012)).
- Sias, Rycho Nur Nirbita. “*Kewirausahaan Perspektif Hadis: Studi Takhrij dan Syarah.*” *Dalam Gunung Djati Conference Series*, 9:34–46, 2022. <http://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/676>.
- Silvana, Maya, dan Deni Lubis. “*Faktor yang Memengaruhi Kemandirian Ekonomi Pesantren (Studi Pesantren Al-Ittifaq Bandung).*” *AL-MUZARA’AH* 9, no. 2 (2021): 129–46.
- Sipahi, Esra. “*COVID 19 and MSMEs: A revival framework.*” *Research Journal in Advanced Humanities* 1, no. 2 (2020): 7–21.
- Soediro, Achmad, Muhammad Farhan, dan Fardinant Adhitama. “*Strategi Hutang Aman Dan Syariah Serta Cerdas Dalam Menyikapi Pinjol (Pinjaman*

- Online*.” *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2023): 195–205.
- Solichin, Mohammad Muchlis. “*Kemandirian pesantren di era reformasi*.” *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam* 9, no. 1 (2012). <https://ejournal.iainmadura.ac.id/nuansa/article/view/27>.
- Spigel, Ben, Fumi Kitagawa, dan Colin Mason. “*A Manifesto for Researching Entrepreneurial Ecosystems*.” *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit* 35, no. 5 (Agustus 2020): 482–95. <https://doi.org/10.1177/0269094220959052>.
- Spigel, Ben. “*The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems*.” *Entrepreneurship Theory and Practice* 41, no. 1 (Januari 2017): 49–72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>.
- Stam, Erik, dan Andrew Van De Ven. “*Entrepreneurial Ecosystem Elements*.” *Small Business Economics* 56, no. 2 (Februari 2021): 809–32. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>.
- Stam, Erik. “*Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique*.” *European Planning Studies* 23, no. 9 (2 September 2015): 1759–69. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>.
- Suddahazai, Imran H. Khan, dan Sheikh Faizal Ahmad Manjoo. “*Developing Pedagogical Methodologies in Teaching Islamic Economics*.” *Dalam Teaching and Research Methods for Islamic Economics and Finance*, 112–36. Routledge, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi, Studi Kasus*. 2 ed. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sukardi, Dina Haryati, Dwi Nurahman, dan Muhadi Muhadi. “*Optimalisasi Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Melalui UMKM*.” *Jurnal Pengabdian UMKM* 1, no. 1 (2022): 52–56.
- Sunani, Avi, Wahyu Fahrul Ridho, Muhammad Muharrom Al Haromainy, Fania Imelda Safitri, dan Lintang Putri Permatasari. “*Pendampingan Program Santripreneur berbasis Kewirausahaan Digital pada Santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo Jawa Timur*.” *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 1 (2024): 125–36.
- Sundaram, M., dan N. T. Neelakanta. “*Challenges and prospects of micro, small and medium enterprises (msmes) in India at post covid-19*.” *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal* 12, no. 4 (2022): 256–64.

- Suriani, Nidia, dan M. Syahran Jailani. “Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan.” *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.
- Susetyo, Benny. *Teologi Ekonomi: Partisipasi Kaum Awam Dalam Pembangunan Menuju Kemandirian Ekonomi*. Malang: Averroes Press, 2006.
- Suwanto, Suwanto, dan Indra Gunawan. “Ekosistem Pesantren Dalam Mewujudkan Manajemen Halal Supply Chain Menuju Madani Society 5.0.” *Mabny: Journal of Sharia Management and Business* 1, no. 02 (2021): 116–28.
- Syahputra, Angga, Ismaulina Ismaulina, Khalish Khairina, Zulfikar Zulfikar, dan Heny Rofizar. “Pendekatan Ekonomi Syariah Bagi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren.” *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2022): 118–32.
- Talmar, Madis, Bob Walrave, Ksenia S. Podoyntsyna, Jan Holmström, dan A. Georges L. Romme. “Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems: The Ecosystem Pie Model.” *Long Range Planning* 53, no. 4 (2020): 101850.
- Tan, Leonard Yuh Chaur. “Enculturation,” 2014.
- Tanjung, Ami Nullah Marlis, M. Radiansyah, dan M. Guffar Harahap. “Peningkatan SDI (Sumber Daya Insani) Dalam Keberhasilan UMKM di Era 5.0.” *TSURAYAA: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 20–25.
- Tim Kajian OPOP Jawa Timur. “Laporan Akhir Desain Kebijakan Pengembangan Potensi Ekonomi Pondok Pesantren Di Jawa Timur,” 2022.
- Tim penyusun UU Pesantren. “UU No 8 tahun 2019 tentang Pesantren,” 2020.
- Tok, M. Evren, dan Joseph Jon Kaminski. “Islam, Entrepreneurship, and Embeddedness.” *Thunderbird International Business Review* 61, no. 5 (September 2019): 697–705. <https://doi.org/10.1002/tie.21970>.
- Ulum, Miftahul, Nurul Widyawati IR, dan Abdul Wadud. “Islamic Boarding School-Based Economic Empowerment in Jember District The One Islamic Boarding School One Product (OPOP) Program.” *Jurnal Syntax Admiration* 4, no. 11 (2023). <https://www.jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/783>.
- Umar, H. Nasaruddin. *Rethinking pesantren*. Elex Media Komputindo, 2014.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2019 Tentang Pesantren.
- Uno, Hamzah B. “Paradigma Penelitian.” E-Prosiding Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo, 2020. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/PSI/article/viewFile/395/358>.

- Van Rijnsoever, Frank J. “*Meeting, mating, and intermediating: How incubators can overcome weak network problems in entrepreneurial ecosystems.*” *Research policy* 49, no. 1 (2020): 103884.
- Vargas-Hernández, José G., Mohammad Reza Noruzi, dan Narges Sariolghalam. “*An exploration of the affects of Islamic culture on entrepreneurial behaviors in Muslim countries.*” *Asian social science* 6, no. 5 (2010): 120.
- Vinatra, Satriaji. “*Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat.*” *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023): 01–08.
- W.Lawrence Neuman. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approches*. Seven Edition. United States Of America: Pearson Education Limited, 2014.
- Wahidah, Anna Zahrotul, Anna Widayani, Shanti Ike Wardani, Ika Rachmawati, dan Nunuk Latifah. “*Prosedur Penyaluran Bantuan Sosial di Era Pandemi Covid-19 pada Dinas Sosial Kabupaten Blitar.*” *Competence: Journal of Management Studies* 16, no. 1 (2022): 51–63.
- Wardani, Renata Dian Kusuma, Teguh Soedarto, dan Mirza Andrian Syah. “*Analysis of the Influence of The 7P Marketing Mix on Customer Satisfaction of Bikla Coffee, Jember District.*” *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo* 26, no. 1 (2024): 59–70.
- Wijayanti, Ratna. “*Membangun Entrepreneurship Islami dalam Perspektif Hadits.*” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 13, no. 1 (2018): 35–50.
- Yuliana, Rizki, dan Azhari Akmal Tarigan. “*Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Se-Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren:(Studi Kasus Kemenag Sumatera Utara).*” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 242–50.
- Zaheer, Akbar, dan Alessandro Usai. “*The Social Network Approach In Strategy Research: Theoretical Challenges And Methodological Issues.*” *Dalam Research Methodology in Strategy and Management*, 1:67–86. Bingley: Emerald (MCB UP), 2004. [https://doi.org/10.1016/S1479-8387\(04\)01103-8](https://doi.org/10.1016/S1479-8387(04)01103-8).
- Zamakhsyari, Dhofier. “*Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, cet. I.” Jakarta: PT Matahari Bhakti, 2000.
- Ziemek, Manfred. *Pesantren: traditionelle islamische Bildung und sozialer Wandel in Indonesien*. Verlag für interkulturelle Kommunikation, 1986. <https://ixtheo.de/Record/1082151033>.
- Zimmer, Catherine. “*Entrepreneurship through social networks.*” *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA 3 (1986): 23.

RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

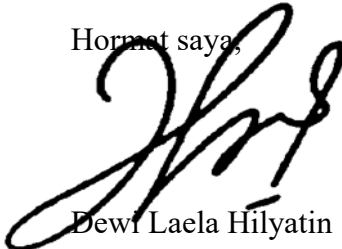
1. Nama : Dewi Laela Hilyatin
2. Tempat / Tgl lahir : Banyumas/ 12-11-1985
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Warga Negara : Indonesia
6. Pekerjaan : PNS
7. Alamat : RT 03/06 Dukuhwaluh Kembaran Banyumas
8. Email : dewilaelahilyatin@uinsaizu.ac.id
9. No. HP : 085726179644

B. PENDIDIKAN FORMAL

1. SD/MI : SDN 02 Purwanegara Purwokerto Utara
2. SMP/MTs : MTsN Tambak Beras Jombang Jawa Timur
3. SMA/SMK/MA : MAKN MAN 1 Surakarta
4. S1 : FE UIN Maliki Malang
5. S2 : Keuangan Perbankan Syariah UIN SU-KA
Yogyakarta

Demikian biodata penulis semoga dapat menjadi perhatian dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat saya,



Dewi Laela Hilyatin



TIM PENGUATAN DAN PENGEMBANGAN
ONE PESANTREN ONE PRODUCT
PROVINSI JAWA TIMUR

Jl. Raya Bandara Juanda No. 22, Telepon 031-8671330 Sidoarjo
Website: www.opop.jatimprov.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 181/OPOP/Adm/III/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Ghofirin, S.Pd., M.Pd.
Jabatan : Sekretaris Tim Penguatan dan Pengembangan
One Pesantren One Product Provinsi Jawa Timur
Alamat Kantor : Jl. Raya Bandara Juanda No. 22. Sidoarjo, Jawa Timur

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Peneliti : Dewi Laela Hilyatin
Institusi : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto

Telah melaksanakan penelitian ilmiah dengan judul:

“*ROLE MODEL* EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN Studi Kasus Pada Program OPOP (*One Pesantren One Product*) Pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur”

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu tahun 2022 hingga 2024 dalam rangka pengembangan kajian akademis dan implementasi penguatan ekosistem UMKM berbasis pesantren melalui Program One Pesantren One Product (OPOP) Jawa Timur khususnya di pesantren Ihya’us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur.

Kami mengapresiasi kontribusi penelitian ini dalam mendukung pengembangan dan inovasi model pemberdayaan ekonomi pesantren di Jawa Timur. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan program OPOP dan ekonomi umat di lingkungan pesantren secara berkelanjutan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 April 2025
Sekretaris OPOP Jawa Timur



MOHAMMAD GHOFIRIN, S.Pd., M.Pd.



KOPERASI PONDOK PESANTREN

"IHYA'US SUNNAH AL HASANY"

BADAN HUKUM AHU-1097.AH.02.01 Thn. 2010

SUMBERCANTING - TUGUSARI – BANGSALSARI - JEMBER

Jl. H.Hasan No 09 Sumbercanting Email.koprasiihyaussunnah@gmail.com Kode Pos.68154

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 067/KOP.IHSAN/IV/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : K.H. Imam Bukhori
Jabatan : Pengasuh Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al-Hasany
Alamat : Jl H. Hasan No 09 Sumber Canting, Tugusari
Bangsalsari, Jember

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Peneliti : Dewi Laela Hilyatin
Institusi : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto

Telah melaksanakan penelitian ilmiah dengan judul:

**“ROLE MODEL EKOSISTEM UMKM BERBASIS PESANTREN
Studi Kasus Pada Program OPOP (One Pesantren One Product) Pesantren
Ihya'us Sunnah Al-Hasany Jember Jawa Timur”**

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan persetujuan dan pendampingan dari pihak pesantren pada rentang waktu **tahun 2023 sampai 2024**. Kami mendukung sepenuhnya proses akademik yang dilakukan peneliti sebagai upaya memperkuat kajian pengembangan ekonomi pesantren melalui program OPOP.

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

Jember, 24 April 2025

Ketua Kopontren Ihya'us Sunnah Al Hasany



Imam Bukhori, M.Pd

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Identitas informan

Nama :
Alamat :
Jabatan :

B. Daftar pertanyaan

Pertanyaan untuk Kyai (Pemilik)

1. Apa visi dan misi dari koperasi pesantren dalam pengembangan produk kopi BIKLA?
2. Bagaimana peran koperasi pesantren dalam mendukung perekonomian pesantren?
3. Sejak kapan pesantren mulai berfokus pada produksi kopi BIKLA?
4. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam mengelola koperasi pesantren ini?
5. Bagaimana sistem pembagian hasil atau keuntungan bagi anggota koperasi?
6. Apa strategi koperasi untuk menjaga keberlanjutan usaha kopi BIKLA di masa depan?
7. Sejauh mana keterlibatan santri dalam produksi kopi?
8. Bagaimana Kyai melihat perkembangan minat santri terhadap usaha kopi ini?
9. Apa harapan Kyai terkait perkembangan produk kopi BIKLA di pasar lokal maupun nasional?
10. Bagaimana Kyai memandang peran teknologi dalam memajukan produksi kopi di pesantren?

Pertanyaan untuk Alumni

1. Bagaimana pengalaman Anda selama menjadi bagian dari proses produksi kopi di pesantren?
2. Seberapa besar dampak pengalaman di koperasi pesantren dalam karier Anda setelah lulus?
3. Apakah koperasi pesantren memberikan pelatihan khusus terkait proses produksi kopi?
4. Bagaimana kualitas kopi BIKLA dibandingkan dengan kopi lain yang pernah Anda temui?

5. Menurut Anda, apa saja yang dapat diperbaiki dalam proses produksi kopi di pesantren?
6. Apakah Anda melihat peluang untuk bekerja sama dengan koperasi setelah lulus dari pesantren?
7. Bagaimana Anda memandang masa depan produk kopi BIKLA di pasar yang lebih luas?
8. Seberapa besar pengaruh koperasi terhadap pengembangan kemampuan kewirausahaan Anda?
9. Apakah ada alumni lain yang terus berkontribusi terhadap koperasi pesantren?
10. Apa saja nilai atau keterampilan yang menurut Anda penting dari pengalaman di koperasi ini?

Pertanyaan untuk Santri

1. Apa yang membuat Anda tertarik bergabung dalam proses produksi kopi di pesantren?
2. Apa peran Anda dalam proses produksi kopi BIKLA?
3. Seberapa besar pengaruh keterlibatan Anda dalam koperasi terhadap pemahaman kewirausahaan Anda?
4. Apa saja keterampilan baru yang Anda pelajari melalui proses produksi kopi?
5. Bagaimana Anda melihat peran koperasi dalam mendukung pendidikan di pesantren?
6. Apakah koperasi pesantren memberikan pelatihan khusus terkait teknologi produksi kopi?
7. Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam bekerja di produksi kopi ini?
8. Bagaimana Anda membayangkan masa depan usaha kopi pesantren setelah Anda lulus?
9. Apa pendapat Anda tentang kualitas kopi BIKLA?
10. Menurut Anda, apa yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan penjualan kopi BIKLA?

Pertanyaan untuk Petani

1. Bagaimana hubungan kerja sama Anda dengan koperasi pesantren terkait penyediaan biji kopi?
2. Apakah koperasi pesantren memberikan dukungan atau pelatihan kepada petani?

3. Bagaimana koperasi membantu Anda dalam proses distribusi atau pemasaran hasil kopi?
4. Apa keuntungan utama bagi petani yang bekerja sama dengan koperasi pesantren ini?
5. Apakah Anda merasakan adanya perubahan dalam pengelolaan produksi kopi sejak bekerja sama dengan koperasi pesantren?
6. Bagaimana kualitas biji kopi yang dihasilkan untuk memenuhi standar kopi BIKLA?
7. Apakah Anda memiliki masukan tentang cara meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi?
8. Bagaimana koperasi pesantren mengakomodasi kebutuhan petani kopi setempat?
9. Apakah ada peran teknologi dalam mendukung proses bertani dan produksi kopi Anda?
10. Apa harapan Anda terhadap keberlanjutan kerja sama dengan koperasi pesantren di masa mendatang?

Pertanyaan untuk Pemerintah

1. Bagaimana pemerintah mendukung pengembangan koperasi pesantren dalam sektor pertanian, khususnya kopi?
2. Apa program pemerintah yang dapat membantu koperasi pesantren dalam meningkatkan produksi dan kualitas kopi?
3. Apakah ada bantuan teknis atau finansial yang disediakan pemerintah bagi koperasi pesantren?
4. Bagaimana pemerintah memfasilitasi akses koperasi pesantren ke pasar lokal dan nasional?
5. Apa saja kebijakan pemerintah yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi pesantren melalui koperasi?
6. Bagaimana pemerintah melihat potensi kopi pesantren BIKLA sebagai produk unggulan daerah?
7. Apakah pemerintah memberikan pelatihan terkait teknologi pertanian dan pengolahan kopi bagi koperasi pesantren?
8. Bagaimana pemerintah mendukung branding dan pemasaran kopi BIKLA ke pasar yang lebih luas?
9. Apakah ada rencana pemerintah untuk memberikan sertifikasi atau penghargaan bagi produk-produk unggulan pesantren seperti kopi BIKLA?

10. Bagaimana pemerintah memastikan keberlanjutan kerja sama dengan koperasi pesantren untuk pengembangan produk kopi?

Pertanyaan untuk Lembaga Mitra (Bank, Perusahaan Swasta, dll)

1. Apa motivasi lembaga Anda dalam menjalin kerja sama dengan koperasi pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany?
2. Bantuan apa yang diberikan lembaga Anda kepada koperasi pesantren untuk mendukung produksi kopi BIKLA?
3. Apakah lembaga Anda memberikan pelatihan manajemen usaha atau kewirausahaan bagi pengurus koperasi pesantren?
4. Bagaimana lembaga Anda melihat peluang kopi BIKLA di pasar lokal dan internasional?
5. Apakah lembaga Anda terlibat dalam memberikan pendampingan teknologi atau inovasi dalam proses produksi kopi?
6. Bagaimana lembaga Anda mendukung pemasaran dan branding kopi BIKLA agar lebih dikenal luas?
7. Apa manfaat kerja sama bagi lembaga Anda dari segi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)?
8. Bagaimana lembaga Anda membantu koperasi pesantren dalam aspek permodalan atau pembiayaan usaha?
9. Apa tantangan yang dihadapi dalam bekerja sama dengan koperasi pesantren terkait produksi kopi BIKLA?
10. Apakah ada rencana kolaborasi lebih lanjut antara lembaga Anda dan koperasi pesantren untuk memperluas produksi dan pemasaran?

Pertanyaan untuk Dinas Pertanian atau Perkebunan

1. Bagaimana dinas mendukung koperasi pesantren dalam memperoleh bibit kopi unggul dan peralatan produksi?
2. Apakah ada pelatihan atau penyuluhan yang diberikan kepada koperasi pesantren tentang teknik budidaya kopi?
3. Bagaimana dinas membantu koperasi dalam pengelolaan lahan kopi yang efisien?
4. Apakah dinas pertanian memiliki program khusus untuk mendukung produksi kopi pesantren di wilayah Jember?

5. Bagaimana dinas melihat peran koperasi pesantren dalam meningkatkan produksi kopi lokal?
6. Apakah dinas perkebunan menyediakan akses informasi terkait standar mutu kopi yang bisa diakses oleh koperasi pesantren?
7. Bagaimana dinas mendukung koperasi dalam mengatasi hama dan penyakit pada tanaman kopi?
8. Apakah ada bantuan alat atau teknologi yang dapat membantu koperasi dalam meningkatkan hasil produksi kopi BIKLA?
9. Bagaimana dinas mendorong koperasi pesantren untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dalam proses produksi kopi?
10. Apa harapan dinas terhadap perkembangan produk kopi BIKLA sebagai perwakilan hasil pertanian lokal Jember?