

Pesantren dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat: Analisis Terbaru terhadap Program *One Pesantren One Product* (OPOP)

Muhamad Wildan Fawa'id
Institut Agama Islam Negeri Kediri
e-mail: wildanfawaid@iainkediri.ac.id

Abstrak:

Transformasi pesantren menjadi agen pemberdayaan masyarakat mencerminkan kebutuhan akan pendekatan holistik dalam menanggapi isu-isu sosial dan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menilik tantangan, hambatan dalam pelaksanaan program *One Pesantren One Product* (OPOP) yang galakkan sejak tahun 2019 di sejumlah pesantren. Dalam perjalanannya ternyata tidak mudah membangun program OPOP untuk kemandirian pesantren, apalagi untuk pesantren yang baru memulai sebuah usaha. Berbeda dengan pesantren yang sebelum adanya program ini sudah memprogramkan kewirausahaan untuk santrinya. Metode penelitian deskriptif analitik, penelitian ini memberi sebuah jawaban bahwa peran pimpinan pondok pesantren sebagai pimpinan pusat sangat penting untuk keberhasilan program ini, pimpinan pondok pesantren perlu punya pikiran terbuka, dan berwawasan luas. Kerjasama antar pesantren juga bagian yang tak terpisahkan sebagai bentuk saling *support* demi kesejahteraan dan kemandirian pesantren. Disisi lain banyak orang yang menganggap pesantren bukanlah industri maupun Perusahaan, pesantren adalah lembaga pendidikan yang tugasnya hanya mensyiarkan agama Islam demi membentengi umat di akhir zaman

Kata Kunci: Pesantren, One Pesantren One Product (OPOP)

Abstract:

The transformation of Islamic boarding school into agents of community empowerment reflects the need for a holistic approach in responding to social and economic issues. This study aims to examine the challenges, obstacles in the implementation of the One Islamic Boarding School One Product (OPOP) program which has been promoted since 2019 in a few Islamic boarding schools. In its journey, it was not easy to build an OPOP program for the independence of Islamic boarding school, especially for boarding school that are just starting a business. In contrast to boarding school which before the existence of this program had programmed entrepreneurship for its students. Descriptive analytical research method, this study gives an answer that the role of Islamic boarding school leaders as central leaders is very important for the success of this program, Islamic boarding school leaders need to have an open mind and be broad-minded. Cooperation between boarding schools is also an inseparable part as a form of mutual support for the welfare and independence of Islamic boarding school. On the other hand, many people consider boarding school not an industry or a company, Islamic boarding school are educational institutions whose only job is to spread Islam to fortify the ummah in the last days.

Keywords: Islamic Boarding School, One Islamic Boarding School One Product (OPOP)

A. PENDAHULUAN

Pesantren, sebagai institusi pendidikan Islam tradisional di Indonesia, memiliki peran signifikan dalam membentuk karakter, moral, dan kehidupan spiritual masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi pergeseran paradigma dalam peran pesantren, dari sekadar lembaga pendidikan agama menuju pusat pemberdayaan masyarakat. Salah satu inisiatif yang mencolok dalam upaya ini adalah Program *One Pesantren One Product* (OPOP). Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terbaru terhadap program OPOP dan memahami sejauh mana kontribusinya dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Pesantren telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia selama berabad-abad. Awalnya berfokus pada pendidikan agama, pesantren kemudian berevolusi menjadi pusat pendidikan yang memasukkan aspek akademis dan keterampilan praktis. Seiring perkembangan zaman, peran pesantren semakin berkembang untuk menanggapi berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat.

Transformasi pesantren menjadi agen pemberdayaan masyarakat mencerminkan kebutuhan akan pendekatan holistik dalam menanggapi isu-isu sosial dan ekonomi. Pesantren, sebagai pusat pendidikan dan pembinaan karakter, memiliki potensi untuk membimbing masyarakat dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Program *One Pesantren One Product* (OPOP) adalah inisiatif yang menarik di mana setiap pesantren mengembangkan satu produk unggulan sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi lokal. Konsep ini berfokus pada pemanfaatan potensi dan keahlian lokal pesantren untuk menciptakan nilai tambah ekonomi.

Masyarakat di sekitar pesantren seringkali menghadapi tantangan ekonomi yang serius, seperti pengangguran, ketidaksetaraan akses terhadap sumber daya, dan kurangnya peluang kewirausahaan. OPOP menjadi respon inovatif terhadap tantangan-tantangan ini dengan memberikan peran lebih besar bagi pesantren dalam pengembangan ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menganalisis program OPOP dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Fokusnya termasuk menilai sejauh mana program ini telah mencapai tujuannya dalam meningkatkan ekonomi masyarakat setempat, menciptakan lapangan kerja, dan menggerakkan roda perekonomian lokal.

Dalam mengamati pengaruh program OPOP, penelitian ini akan melihat dampaknya pada tingkat kesejahteraan masyarakat, termasuk peningkatan pendapatan, peningkatan keterampilan, dan penguatan ekonomi keluarga. Analisis ini penting untuk memahami apakah program OPOP efektif dalam membawa perubahan positif. Penting untuk mengevaluasi keberlanjutan program OPOP dan sejauh mana pesantren dapat berperan sebagai agen perubahan jangka panjang dalam pembangunan ekonomi lokal. Hal ini melibatkan penelitian terhadap strategi pemberdayaan yang berkelanjutan dan potensi perluasan program ini ke wilayah lain.

Pengembangan program OPOP juga melibatkan kerjasama dengan pemerintah dan sektor swasta. Penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan kemitraan ini, melihat sejauh mana kerjasama ini mendukung keberhasilan program OPOP. Penelitian ini akan mempertimbangkan relevansi program OPOP dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam era digital dan globalisasi. Keterlibatan teknologi informasi dan konektivitas global dapat menjadi kunci keberhasilan jangka panjang program ini. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mendalam tentang peran pesantren dalam konteks pemberdayaan masyarakat melalui program *One Pesantren One Product*. Hasil analisis terbaru ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan

program selanjutnya, perbaikan kebijakan, dan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan penting bagi literatur pemberdayaan masyarakat dan praktik pendidikan di Indonesia. pada analisis terbaru terhadap pengembangan ekonomi lokal.

B. METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Metode yang digunakan dengan wawancara dengan pimpinan pesantren dan masyarakat sekitar, untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang visi, tujuan, dan tantangan pelaksanaan program OPOP dan untuk memahami pandangan dan pengalaman langsung dari pesantren dan masyarakat. Observasi dan survei langsung terhadap implementasi program OPOP untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas. Analisis kebijakan dengan melihat dampak kebijakan pemerintah terkait program OPOP.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program *One Pesantren One Product* (OPOP)

One Pesantren One Product (OPOP) adalah program kemandirian pesantren yang digagas oleh gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa. OPOP terdiri dari tiga program yaitu santripreneur (menumbuhkan pemahaman dan ketrampilan santri dalam menghasilkan produk unik sesuai syariah yang berorientasi pada kemanfaatan dan keuntungan), pesantrenpreneur (Program pemberdayaan ekonomi pesantren melalui Koperasi Pondok Pesantren yang bertujuan menghasilkan produk halal unggulan yang mampu diterima pasar lokal, nasional, dan internasional), dan sosiopreneur (program pemberdayaan alumni pesantren yang disinergikan dengan masyarakat). Pemberdayaan dilakukan dengan beragam inovasi sosial, berbasis digital teknologi dan kreativitas secara inklusif. Program ini digaungkan pada puncak acara Hari Koperasi di Jawa Timur ke 72 pada tahun 2019. Jauh sebelum ada OPOP beberapa pesantren besar sudah memiliki banyak produk, hanya saja tidak ada data yang pasti. Untuk itu pemerintah Provinsi Jawa Timur, menargetkan program OPOP Jatim pada tahun 2021 sebanyak 550 peserta, pada tahun 2022 sebanyak 750 peserta, dan pada tahun 2023-2024 sebanyak 1000 peserta.

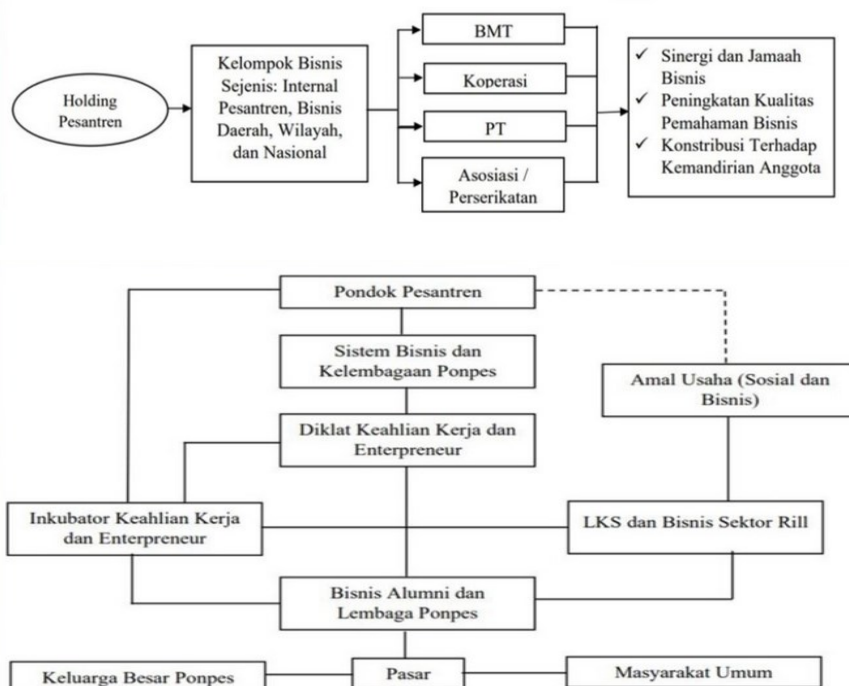
Pelaksanaan Program *One Pesantren One Product* (OPOP) melibatkan serangkaian langkah yang sistematis untuk mengembangkan produk unggulan dari setiap pesantren. Berikut adalah tahapan umum dalam pelaksanaan Program OPOP:

1. Identifikasi Potensi Pesantren, mengidentifikasi potensi lokal, keahlian, dan sumber daya pesantren yang dapat diintegrasikan dalam program dengan berdiskusi dengan pimpinan pesantren untuk memahami visi, nilai-nilai, dan tujuan pesantren yang dapat dihubungkan dengan program ini.
2. Pemilihan Produk Unggulan, mengidentifikasi produk atau jasa yang memiliki permintaan tinggi di pasar lokal atau lebih luas. Melibatkan masyarakat sekitar pesantren dalam proses pemilihan produk, memastikan bahwa produk yang dipilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.
3. Perencanaan dan Desain Produk, membentuk tim khusus yang terdiri dari pesantren, ahli desain, dan pakar industri untuk merencanakan dan merancang produk. Menentukan kriteria kualitas produk untuk memastikan produk memiliki standar yang dapat bersaing di pasar.
4. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan, memberikan pelatihan kepada pesantren dan masyarakat terkait untuk meningkatkan keterampilan yang diperlukan dalam

- pengembangan, produksi, dan pemasaran produk. Menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan atau pelatihan untuk mendukung pelatihan keterampilan yang diperlukan.
5. Pengembangan Produksi, memastikan infrastruktur produksi yang memadai, seperti peralatan, bahan baku, dan fasilitas produksi. Menerapkan sistem pengelolaan kualitas untuk memastikan produk memenuhi standar yang ditetapkan.
 6. Pemasaran dan Branding, merancang rencana pemasaran yang efektif, termasuk strategi promosi, penetapan harga, dan distribusi produk. Membangun identitas merek yang kuat untuk membedakan produk OPOP di pasar.
 7. Kemitraan dan Jaringan, membangun kemitraan dengan pemangku kepentingan lokal, pemerintah, dan sektor swasta untuk mendukung pemasaran dan distribusi produk. Memanfaatkan acara-acara lokal dan festival untuk mempromosikan produk dan memperluas jaringan pelanggan.
 8. Monitoring dan Evaluasi, menerapkan sistem monitoring yang efektif untuk melacak kinerja produksi, penjualan, dan keuangan. Selalu melakukan evaluasi dampak program terhadap masyarakat, termasuk peningkatan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan.
 9. Peningkatan Berkelanjutan, dengan memperhatikan umpan balik dari pelanggan dan masyarakat, kemudian melakukan perbaikan terus-menerus terhadap produk dan proses produksi. Mendorong inovasi dalam produk atau proses produksi untuk menjaga daya saing.
 10. Pengembangan Komunitas, Selain fokus pada pengembangan produk, jalankan program pemberdayaan masyarakat yang melibatkan pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Program OPOP tidak hanya tentang mengembangkan produk tetapi juga tentang membangun ekosistem yang mendukung pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Integrasi dengan nilai-nilai dan tujuan pesantren menjadi kunci keberhasilan dalam pelaksanaan program ini.

Gambar. 1.1 Ekosistem OPOP



OPOP merupakan program *orchestra* karena melibatkan banyak pihak dalam pelaksanaannya. Pangsa besar dalam program ini adalah keluarga besar pondok pesantren yaitu santri dan alumni, pasar dan masyarakat secara umum. OPOP secara tidak langsung membentuk sinergitas antara pesantren dan jamaah, meningkatkan kualitas pemahaman bisnis dan berkontribusi pada kesejahteraan anggota. Hingga hari ini ada beberapa kopotren yang aktif dalam program OPOP yang tersebar di beberapa kabupaten diantaranya kab. Gresik 6 Kopotren, kab. Mojokerto 5 kopotren, kab. Jombang 5 kopotren, kab. Malang 5 kopotren, kab. Pamekasan 4 kopotren, kab. Pasuruan 5 kopotren, kab. Jember 9 kopotren, dan kab. Banyuwangi 4 kopotren. Beberapa produk yang dihasilkan meliputi buku, jasa, tekstil, furniture, perikanan, peternakan, pertanian, dan olahan produk. ("One Pesantren One Product - Pusat Kajian Kebijakan Publik Bisnis Dan Industri," n.d.)

Potensi pesantren di Jawa Timur sangat luar biasa, di Jawa Timur kurang lebih ada 6000 Pondok Pesantren. Satu pesantren bisa dihuni oleh 15.000 santri. Sehingga, dengan jumlah santri dan pesantren yang cukup banyak tersebut, Pesantren, Santri dan Alumni bisa menjadi motor penggerak ekonomi bagi Masyarakat sekitar melalui program Eko-tren OPOP. Program ini telah berhasil mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan penduduk di Provinsi Jawa Timur. Dalam kurun waktu empat tahun pelaksanaannya, program ini telah menyerap 4.125 tenaga kerja, memberikan kontribusi pada peningkatan lapangan kerja di sektor informal non-pertanian. Selain itu, inisiatif ini juga berhasil melahirkan pelaku usaha baru dan santripreneur dari pesantren di Jawa Timur. Keberhasilan program ini terbukti melalui prestasinya yang luar biasa 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 OPOP Jawa Timur senilai Rp. 1,47 miliar, peningkatan asset Rp. 103,2 miliar dan OPOP Expo senilai Rp. 41,045 miliar, total Rp. 239,415 miliar. ("Opop Jatim Official (@opopjatimofficial) • Instagram Photos and Videos," n.d.)

Teori Pemberdayaan (*Empowerment Theory*)

Salah satu tokoh yang dikaitkan dengan teori pemberdayaan adalah Julian Rappaport. Beliau menekankan pentingnya memahami dan mengatasi ketidaksetaraan sosial dan kekuatan dalam masyarakat. Teori pemberdayaan menekankan pemberian kekuatan kepada individu atau kelompok untuk mengontrol hidup mereka sendiri. Pemberdayaan pondok pesantren dapat melibatkan memberikan keterampilan, pengetahuan, dan sumber daya kepada santri agar mereka dapat mengambil peran aktif dalam pembangunan diri dan masyarakat. Pemberdayaan pondok pesantren dapat dihubungkan dengan upaya meningkatkan kapabilitas santri, seperti peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan akses terhadap peluang. (Hertel & Windberger, 2021)

Pemberdayaan ini dilakukan tidak bisa dilakukan hanya dalam waktu singkat, ada beberapa hal yang harus dipenuhi sebelumnya. Yang pertama, meningkatkan kualitas pendidikan di pondok pesantren, termasuk kurikulum yang relevan dan metode pengajaran yang efektif. Memberikan pelatihan tambahan kepada guru dan staf untuk meningkatkan keterampilan pengajaran dan manajemen kelas. Yang kedua, Menyelenggarakan program pelatihan dan pengembangan keterampilan, baik keterampilan keagamaan maupun keterampilan praktis yang relevan dengan dunia nyata. Mendorong partisipasi aktif santri dalam kegiatan ekstrakurikuler yang dapat mengembangkan keterampilan sosial, kepemimpinan, dan kerjasama. Yang ketiga,

Mengembangkan program ekonomi yang memberdayakan pondok pesantren dan masyarakat sekitarnya, seperti usaha mikro, pelatihan keterampilan berbasis industri, atau kerja sama dengan pelaku usaha lokal. Memperkenalkan konsep kewirausahaan kepada santri dan memberikan dukungan untuk mewujudkan ide-ide kreatif mereka.(H. C. B. Setiawan, 2019)

Yang keempat, mendorong pembentukan komunitas santri yang inklusif dan mendukung. Membangun jaringan dengan masyarakat lokal, dunia usaha, dan lembaga pendidikan lainnya untuk memperkuat modal sosial pondok pesantren. Yang kelima, mendorong partisipasi santri dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan pondok pesantren, seperti melibatkan mereka dalam musyawarah atau forum diskusi. Memberikan ruang untuk aspirasi dan gagasan santri untuk diakomodasi dalam perencanaan dan pengembangan pondok pesantren.(Qosim, Zainul, & Genggong, 2020) Yang keenam, mengintegrasikan aspek keagamaan, pendidikan, dan keterampilan praktis dalam pendekatan pendidikan di pondok pesantren. Menyelaraskan nilai-nilai keagamaan dengan nilai-nilai kewirausahaan dan kemandirian dalam pengajaran dan praktik sehari-hari di pondok pesantren.(Susanti, 2021) Yang ketujuh, membangun jejaring dengan pondok pesantren lain, institusi pendidikan, organisasi pemerintah, dan swasta untuk pertukaran pengetahuan dan sumber daya. Mendorong kerjasama dengan lembaga-lembaga yang mendukung pemberdayaan, seperti lembaga pelatihan keterampilan, bank mikro, dan lembaga keuangan inklusif.(Mustofa, Fahrozi, Silviani, & Andaka, 2022)

Hambatan dan Tantangan Program *One Pesantren One Product* (OPOP)

Meskipun program *One Pesantren One Product* (OPOP) memiliki potensi besar untuk memberdayakan pesantren dan meningkatkan ekonomi lokal, seperti halnya setiap program, OPOP juga menghadapi sejumlah hambatan dan tantangan. Beberapa di antaranya melibatkan aspek eksternal dan internal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan dan implementasi. Berikut adalah beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan Program OPOP dalam sisi eksternal yaitu:

1. Kondisi Pasar yang tidak pasti, fluktuasi pasar dan perubahan tren konsumen dapat membuat sulit untuk menetapkan dan mempertahankan permintaan terhadap produk pesantren.
2. Keterbatasan akses ke pemasaran. Kesulitan dalam memasarkan produk pesantren secara efektif bisa menjadi hambatan. Kurangnya akses ke saluran distribusi yang luas dapat membatasi jangkauan pasar.(Wardani, Dewi, Widiastuti, & Rachmawatie, 2021)
3. Persaingan dengan produk lain, produk pesantren harus bersaing dengan produk-produk serupa di pasar. Persaingan ini dapat menjadi tantangan, terutama jika pesantren baru memasuki industri tertentu.
4. Peraturan dan Administrasi, peraturan pemerintah terkait dengan produksi dan pemasaran produk bisa menjadi kendala. Birokrasi dan perizinan mungkin membutuhkan waktu dan upaya ekstra.(Pengelolaan Pondok Pesantren Panut, Rohmadi, Doktor Manajemen Pendidikan Islam, & Surakarta, 2021)
5. Dependensi pada dana eksternal, jika program OPOP bergantung pada dana eksternal, keberlanjutannya bisa menjadi masalah jika dukungan keuangan tidak dapat dipertahankan.(A. N. Setiawan & Wijayanti, 2022)
6. Kesulitan dalam pemeliharaan produk, memastikan keberlanjutan dan pemeliharaan kualitas produk dalam jangka panjang dapat menjadi tantangan.

Sedangkan beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan Program OPOP dalam sisi internal yaitu:

1. Keterbatasan Sumber Daya, keterbatasan dana, tenaga kerja, dan infrastruktur produksi dapat menjadi hambatan untuk mengembangkan dan memproduksi produk dengan kualitas tinggi.(Masyarakat et al., 2019)
2. Keterampilan dan Pelatihan, kurangnya keterampilan atau pelatihan khusus dalam pengembangan produk atau manajemen bisnis dapat menghambat proses.
3. Kurangnya Ketersediaan Bahan Baku, keterbatasan akses atau ketersediaan bahan baku yang diperlukan untuk produk unggulan dapat membatasi skala produksi atau bahkan menentang keberlanjutan program.
4. Tantangan Manajemen, kesulitan dalam manajemen produksi, manajemen stok, dan aspek-aspek manajemen bisnis lainnya dapat menjadi kendala serius.
5. Tantangan Inovasi Produk, tantangan dalam mengembangkan produk yang inovatif dan memenuhi standar kualitas tinggi dapat menghambat daya saing produk pesantren di pasar.(“Pengembangan Potensi Produksi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Pondok Pesantren Melalui Pendampingan Hak Kekayaan Intelektual,” n.d.)
6. Kurangnya kesadaran masyarakat, kurangnya pemahaman atau kesadaran masyarakat tentang produk unggulan pesantren bisa membuat sulit untuk membangun pangsa pasar. Masyarakat memiliki pandangan yang beragam terhadap peran pesantren dalam kegiatan ekonomi, dan beberapa masyarakat ada yang menolak perubahan tersebut.(Saleh, Budiono, & Islam, 2019)
7. Adanya perbedaan pandangan dan kebutuhan antara generasi yang lebih tua dan lebih muda di pesantren dapat menimbulkan ketidaksepakatan dalam pelaksanaan program.(Betlehn & Samosir, 2018)

Dalam menghadapi hambatan dan tantangan ini, penting bagi pelaksana Program OPOP untuk mengidentifikasi dan mengatasi secara proaktif setiap masalah yang muncul. Ini dapat melibatkan strategi kolaboratif dengan pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat setempat untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan program. Selain itu, mendukung pesantren dengan pelatihan dan sumber daya tambahan dapat membantu mengatasi beberapa tantangan internal yang mungkin timbul.

D. KESIMPULAN

Kunci keberhasilan kolaborasi pesantren dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP) ini terletak pada tingkat ego masing-masing pesantren. Pesantren diibaratkan sebagai kerajaan kecil, dimana setiap pesantren cenderung fokus pada kondisi internalnya sendiri, dan sulit untuk berbagi potensi pasar dengan pesantren lainnya. Oleh karena itu, diperlukan pembentukan kelompok pesantren dalam suatu entitas usaha bersama atau holding.(Silfiana, 2020). Alternatif lainnya adalah melalui koperasi sekunder, di mana setiap pesantren dapat menjual produknya dan membeli produk dari pesantren lain melalui koperasi yang dimiliki secara bersama-sama. Melalui pendekatan ini, keuntungan yang dihasilkan akan kembali ke masing-masing pesantren sesuai dengan tingkat keterlibatan dan transaksinya. Selain itu, mayoritas pesantren umumnya menerapkan sistem kepemimpinan yang terpusat, di mana segala keputusan seringkali bergantung pada kebijakan kyai atau para putra kyai.(Anwar, 2021) Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan, semua program yang melibatkan pesantren, termasuk OPOP, perlu secara

langsung melibatkan kiyai atau para putra kiyai. Dalam konteks ini, partisipasi langsung dari pihak kiyai atau para putranya dianggap sebagai elemen krusial untuk memastikan kesuksesan program, sebab jabatan santri, sehebat apa pun, tidak akan berani mengambil keputusan tanpa mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari kiyai atau putra-putranya. (“[KLIPING] Gerakkan Ekonomi Dengan ‘One Pesantren One Product,’” n.d.)

REFERENSI

- [KLIPING] Gerakkan Ekonomi dengan “One Pesantren One Product.” (n.d.). Retrieved October 12, 2023, from <https://syariah.feb.unair.ac.id/index.php/berita/1327-gerakkan-ekonomi-dengan-one-pesantren-one-product.html>
- Anwar, R. N. (2021). Pola dan Keberhasilan Kepemimpinan Kiai di Pondok Pesantren. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(2), 178–188. <https://doi.org/10.15642/JKPI.2021.11.2.178-188>
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merk Industri UMKM di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.23917/LAJ.V3I1.6080>
- Hertel, R., & Windberger, E.-M. (2021). Introduction: Empowering Contemporary Fiction. *Empowering Contemporary Fiction in English*, 1–16. https://doi.org/10.1163/9789004448773_002
- Masyarakat, J. S., Pengelolaan, P., Keuangan, M., Keuangan, P., Pesantren Bagi ..., A., Kusuma, A., ... Hanifah, R. U. (2019). Pelatihan Pengelolaan Manajemen Keuangan dan Pelaporan Keuangan Akuntansi Pesantren bagi Pengelola Yayasan Pondok Pesantren X di Kota Semarang. *Jurnal Surya Masyarakat*, 2(1), 76–79. <https://doi.org/10.26714/JSM.2.1.2019.76-79>
- Mustofa, M. A., Fahrozi, R., Silviani, D., & Andaka, F. (2022). Pelatihan Kewirausahaan untuk Santri di Pesantren Hidayatullah Depok. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(5), 14–17. <https://doi.org/10.55182/JPM.V2I5.246>
- One Pesantren One Product - Pusat Kajian Kebijakan Publik Bisnis dan Industri. (n.d.). Retrieved October 12, 2023, from <https://www.its.ac.id/kpbi/id/one-pesantren-one-product/>
- Opop Jatim Official (@opopjatimofficial) • Instagram photos and videos. (n.d.). Retrieved October 12, 2023, from https://www.instagram.com/p/CttDn-P9Me/?img_index=2
- Pengelolaan Pondok Pesantren Panut, T., Rohmadi, Y., Doktor Manajemen Pendidikan Islam, P., & Surakarta, I. (2021). Implementasi Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 Tentang Pesantren Terhadap Pengelolaan Pondok Pesantren. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 816–828. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V7I2.2671>
- Pengembangan Potensi Produksi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Pondok Pesantren melalui Pendampingan Hak Kekayaan Intelektual. (n.d.). Retrieved October 19, 2023, from <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/bonumcommune/article/view/5785>
- Qosim, N., Zainul, U., & Genggong, H. (2020). Partisipasi Santri dalam Membangun Masyarakat (Santri Participation in Building Community). *MEDIA NUSANTARA*, 1(2), 138–151. Retrieved from <https://ejournal.pcpergunukraksaan.org/index.php/pcpergunu/article/view/75>
- Saleh, M., Budiono, I. N., & Islam, N. (2019). Manajemen Kewirausahaan Koperasi Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqaa. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 56–70. <https://doi.org/10.35905/BALANCA.V1I1.1039>
- Setiawan, A. N., & Wijayanti, S. N. (2022). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

- Pengelolaan Lahan melalui Pelatihan Bagi Santri Pondok Pesantren. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 1929–1940. <https://doi.org/10.31764/JMM.V6I3.7908>
- Setiawan, H. C. B. (2019). Kontribusi Praktik Kewirausahaan di Pondok Pesantren (Studi pada Pondok Pesantren Entrepreneur Mukmin Mandiri, Waru Sidoarjo). *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(2), 8–18. <https://doi.org/10.30587/JRE.V2I2.961>
- Silfiana, R. (2020). A Traditional and Modern Education System of Pondok Pesantren in Perspective Philosophy of Education. *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 0(0), 43–52. <https://doi.org/10.30595/ISLAMADINA.V0I0.6894>
- Susanti, D. (2021). Pendidikan Holistik Dalam Mengembangkan Potensi Santri di Pondok Pesantren Miftahul Ulum Maskuning Kulon Pujer Bondowoso. *Salwatuna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 36–69. Retrieved from <http://ejournal.stitta.ac.id/index.php/salwatuna/article/view/23>
- Wardani, I., Dewi, T. R., Widiastuti, L., & Rachmawatie, S. J. (2021). Penyuluhan Digital Marketing Produk Pertanian Di Pondok Pesantren Quran Nirwana Tirtomoyo Wonogiri. *WASANA NYATA*, 5(1), 40–44. <https://doi.org/10.36587/WASANANYATA.V5I1.857>