

Analisis Strategi Pengembangan Kemandirian Ekonomi Pesantren dalam Menunjang Ekosistem Halal di Kabupaten Bangkalan (Studi pada Pondok Pesantren Al Falah Kepang)

Ananda Ayu Dwi Safitri*¹, Hammam²

^{1,2}Program Studi Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunodjoyo
Madura, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur 69162

Korespondensi penulis : 210711100153@student.trunojoyo.ac.id*

Abstract. *Pesantren as a traditional Islamic educational institution has a significant role in the life of Indonesian society, especially in areas where the majority of the population is Muslim, such as in Bangkalan Regency, Madura. Because over time, apart from being an educational institution, pesantren also have an important role in the social and religious life of the community, not only focusing on religious education, but also starting to play a role in the economic sector, especially in developing the economic independence of pesantren which is expected to support the halal ecosystem. The main objective of this study is to find out the strategies of pesantren in increasing economic independence as well as its impact on the halal ecosystem. This study also provides recommendations regarding the development of collaboration with various parties to optimize the potential of the halal ecosystem in Madura. In this study, researchers used a descriptive qualitative approach. Researchers will examine in depth the Al Falah Kepang Islamic Boarding School in Bangkalan Regency which is active in developing an independent economy. Data will be collected through in-depth interviews, observation, and documentation. This approach was chosen to comprehensively explore the strategies implemented by pesantren that influence the development of the halal ecosystem.*

Keywords: *Pesantren Strategy, Halal Ecosystem, Islamic Business.*

Abstrak. Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya di daerah yang mayoritas penduduknya Muslim, seperti di Kabupaten Bangkalan, Madura. Karena seiring berjalannya waktu, selain sebagai institusi pendidikan, pesantren juga memiliki peran penting dalam kehidupan sosial dan keagamaan masyarakat, tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tetapi juga mulai berperan dalam sektor ekonomi, khususnya dalam pengembangan kemandirian ekonomi pesantren yang diharapkan dapat menunjang ekosistem halal. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pesantren dalam meningkatkan kemandirian ekonomi sekaligus dampaknya bagi ekosistem halal. Studi ini juga memberikan rekomendasi mengenai pengembangan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk mengoptimalkan potensi ekosistem halal di Madura. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Peneliti akan mengkaji secara mendalam Pondok Pesantren Al Falah Kepang di Kabupaten Bangkalan yang aktif dalam pengembangan ekonomi mandiri. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara komprehensif strategi yang diterapkan pesantren yang mempengaruhi pengembangan ekosistem halal.

Kata kunci: Strategi Pesantren, Ekosistem Halal, Bisnis Islam.

1. LATAR BELAKANG

Industri halal saat ini telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh peningkatan permintaan terhadap produk dan jasa halal yang tidak hanya berasal dari konsumen Muslim, tetapi juga dari konsumen non-Muslim yang mengapresiasi produk-produk halal karena standar kebersihan, etika, dan kualitas yang terjamin. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekosistem halal, yang meliputi berbagai sektor

seperti makanan, minuman, kosmetik, *fashion*, hingga pariwisata halal. Sehingga dalam pengembangan ekosistem halal melibatkan elemen dari sektor publik, swasta, serta lembaga keagamaan dan masyarakat. Contoh aktor penting dari elemen tersebut adalah Pemerintah dalam mengeluarkan sertifikasi halal melalui BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), lembaga sertifikasi halal, pelaku usaha dan industri termasuk pondok pesantren.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya di daerah yang mayoritas penduduknya Muslim, seperti di Kabupaten Bangkalan, Madura. Selain sebagai pusat pendidikan agama, pesantren juga menjadi pusat pengembangan ekonomi umat, terutama dalam industri halal. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran bahwa umat Islam memiliki kebutuhan khusus terhadap produk dan layanan yang ramah iman, halal menjadi fenomena global melampaui sekadar perhatian terhadap ajaran agama (Azizah Mulyawati & Setiawan, 2024). Dengan demikian, pesantren di Bangkalan memiliki potensi untuk berkontribusi dalam pengembangan ekosistem halal di wilayah tersebut.

Pondok Pesantren Al Falah Kepang, yang terletak di Kabupaten Bangkalan, adalah salah satu contoh pesantren yang aktif berpartisipasi dalam pengembangan kemandirian ekonomi. Pesantren ini tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tetapi juga berupaya memanfaatkan potensi ekonomi dengan menerapkan berbagai strategi bisnis untuk mendukung industri halal.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Al Falah Kepang dalam mengembangkan kemandirian ekonomi dan juga menganalisis bagaimana dampak dari strategi yang telah diterapkan bagi ekosistem halal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai peran pesantren dalam industri halal serta menawarkan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan kontribusi pesantren dalam mendukung perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya di wilayah Bangkalan.

Alasan penelitian ini penting untuk dilaksanakan karena minimnya kajian empiris yang mengulas tentang strategi pesantren dalam pengembangan ekosistem halal khususnya di wilayah pedesaan seperti Bangkalan. Dengan demikian pesantren dituntut untuk lebih adaptif dan inovatif dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, terutama dalam pengembangan sektor halal. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat pesantren untuk mengembangkan ekosistem halal berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi merupakan proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Lina, 2008). Strategi secara umum dapat didefinisikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Berikut adalah beberapa strategi yang sering digunakan dalam konteks bisnis dan manajemen:

a. Strategi Digital

Menurut Chaffey dan Smith strategi digital adalah rencana jangka panjang yang dibuat oleh organisasi atau individu untuk mencapai tujuan tertentu melalui penggunaan teknologi digital (Chaffey & Smith, 2017). Ini melibatkan pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, aplikasi *mobile*, dan alat-alat analitik untuk meningkatkan kehadiran *online*, menjangkau audiens yang lebih luas, serta mendorong keterlibatan dan interaksi.

b. Strategi *Personal Selling*

Personal selling merupakan komunikasi yang dilakukan dua orang, bertatap muka langsung kepada konsumen dengan mempromosikan produk yang terdapat pada perusahaan. Dan dengan komunikasi bertatap muka langsung ini maka penjual akan mengetahui apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen (Setiawati, 2020).

c. Strategi *Word of mouth*

Word of mouth marketing adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk atau jasa (Toruan, 2018). Strategi ini efektif untuk mempromosikan produk atau jasa dengan rekomendasi yang didapatkan dari pelanggan.

Pesantren

Pondok Pesantren adalah suatu lembaga pendidikan islam yang tumbuhnya berjalan dengan perkembangan agama islam di nusantara ini. Mulanya merupakan pusat pengembangan suatu nilai-nilai serta penyiaran agama, namun dalam perkembangannya, lembaga ini semakin memperluas garapannya yang tidak hanya mengakselerasi mobilitas vertikal (dengan penjelajahan materi-materi keagamaan), tetapi juga mobilitas horizontal (kesadaran sosial), (Idris, 2021). Beberapa definisi pesantren menurut para ahli:

Secara terminologi, KH. Imam Zarkasih mengartikan pesantren sebagai lembaga

pendidikan Islam dengan sistem asrama atau pondok, di mana kyai sebagai figur utama, masjid sebagai pusat kegiatan yang menjiwainya, dan pengajaran agama Islam di bawah bimbingan kyai yang diikuti santri sebagai kegiatan utamanya (Fitri & Ondeng, 2022).

Dhofier mendefinisikan bahwa pondok pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari (Dhofier, 1994).

Berdasarkan pendapat para ahli yang dikemukakan, pesantren dapat didefinisikan sebagai sebuah lembaga pendidikan Islam tradisional yang memiliki karakteristik khas. Pesantren umumnya menerapkan sistem asrama atau pondok di mana para santri tinggal dan dipimpin oleh seorang kyai sebagai figur utama. Pesantren menekankan pada pembentukan moral dan karakter keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari, bertujuan untuk mempelajari, memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam secara mendalam.

Ekosistem Halal

Ekosistem halal adalah suatu sistem yang melibatkan berbagai aktor dan proses dalam memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ekosistem halal adalah suatu sistem hubungan yang terbentuk oleh hubungan timbal balik tak terpisahkan antara satu aktivitas produksi halal dengan aktivitas produksi halal lainnya yang membentuk lingkungan halal. Ekosistem ini dibentuk dari *supply chain* yang menghubungkan satu titik ke titik suplai lainnya dan memiliki nilai/value sehingga merupakan satu mata rantai yang terhubung satu dengan lainnya yang membentuk nilai (*value*). Ekosistem tersebut juga harus mampu menghubungkan seluruh komponen inti dan pendukung industri halal dari hulu ke hilir. Ekosistem halal mencakup produksi barang dan jasa, dan dapat melingkup infrastruktur, pemerintah dan manusia (Sukoso, Wiryawan A., Kusnadi J., & Sucipto, 2020).

Ekosistem halal mencakup semua perspektif, namun ada tiga sudut utama yang menjadi fokusnya seperti ekosistem halal di lingkungan pembiayaan, ekosistem halal di lingkungan proses produksi, dan ekosistem halal di lingkungan regulasi (Musyarofah & Nasik, 2023). Pengembangan industri halal membutuhkan suatu ekosistem halal yang komprehensif. Pedoman halal tidak hanya mencakup komposisi bahan dan proses produksi, tetapi juga meliputi aspek finansial dan regulasi. Oleh karena itu, sistem keuangan syariah menjadi elemen penting dalam ekosistem industri halal. Keabsahan status halal suatu produk ditentukan melalui proses manufaktur yang diverifikasi dengan sertifikasi. Sertifikasi halal, sebagai praktik industri modern, berfungsi sebagai instrumen untuk menjamin kualitas dan kepatuhan, serta dapat digunakan sebagai indikator karakteristik produk kontemporer. Industri yang

menerapkan sertifikasi halal menunjukkan keselarasan dengan standar syariah, memastikan bahwa produk yang dijamin halal sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Pengembangan ekosistem dalam penguatan rantai nilai halal dapat ditemukan melalui pengembangan usaha syariah pada pesantren, UMKM, dan usaha besar yang mencakup sektor usaha prioritas sebagai berikut: Pertanian terintegrasi, industri pengolahan (makanan, obat/kosmetik dan pakaian), Energi baru dan terbarukan, dan Wisata halal (Idris, 2021).

Kemandirian Ekonomi Pesantren

Kemandirian ekonomi merujuk pada kemampuan suatu entitas untuk mengelola sumber daya dan aktivitas ekonominya secara mandiri, tanpa ketergantungan yang berlebihan pada pihak luar. Dalam konteks pesantren, kemandirian ekonomi memiliki makna yang lebih dalam, karena pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat. Kemandirian ekonomi pesantren bertujuan untuk menciptakan sumber daya ekonomi yang kuat dan berkelanjutan, mendukung fungsi pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat. Berikut beberapa definisi kemandirian ekonomi pesantren menurut para ahli:

Menurut (Muttaqin, 2016), kemandirian ekonomi pesantren adalah kemampuan pesantren untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya ekonominya sendiri, sehingga dapat memenuhi kebutuhan operasional dan pengembangan lembaga tanpa bergantung sepenuhnya pada bantuan pihak luar.

Menurut (Widodo & Nugroho, 2014), kemandirian ekonomi pesantren adalah suatu keadaan di mana pesantren mampu memenuhi kebutuhan finansialnya sendiri melalui pengembangan unit-unit usaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan potensi lokal, serta mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Dapat disimpulkan bahwa kemandirian ekonomi pesantren merupakan kemampuan pesantren untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya ekonominya secara mandiri. Hal ini mencakup pengembangan unit-unit usaha yang selaras dengan nilai-nilai Islam dan potensi lokal, sehingga pesantren dapat memenuhi kebutuhan operasional dan finansialnya sendiri tanpa bergantung pada bantuan pihak luar. Lebih dari itu, kemandirian ekonomi pesantren juga diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar, menciptakan simbiosis yang saling menguntungkan antara pesantren dan lingkungannya.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif deskriptif. Metode deskriptif bertujuan untuk memprediksi, membuat gambaran dari suatu rumusan masalah penelitian yang bersumber dari teori dan hasil penelitian. Data yang akan digunakan dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata, gambaran, dan data pendukung lainnya yang kemudian dikumpulkan untuk dijadikan sumber jawaban dalam penelitian (Moelong Lexy J, 2013). Metode tersebut dipilih oleh penulis karena memungkinkan untuk mengeksplorasi secara mendalam dan memiliki karakteristik yang mendeskripsikan fakta dan strategi yang diterapkan oleh pondok pesantren Al Falah Kepang yang dikelola oleh pengurus, kyai, alumni, santri maupun pemangku kepentingan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Pondok Pesantren Al Falah Kepang dan Koperasi Pondok Pesantren Al Falah Kepank. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 2 bulan mulai pada bulan September sampai dengan Oktober 2024.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

- a. Wawancara Mendalam: Melakukan wawancara semi-terstruktur dengan pengelola, santri, alumni, dan pemangku kepentingan pondok pesantren Al Falah Kepang untuk mengumpulkan data kualitatif mengenai strategi dan pengaruhnya terhadap ekosistem halal.
- b. Observasi Partisipatif: Mengamati secara langsung aktivitas yang dilakukan oleh pesantren dalam kegiatan ekonominya, termasuk dalam proses produksi, dan interaksi dengan konsumen.
- c. Analisis Dokumen: Menelaah dokumen yang berkaitan dengan strategi pesantren, seperti sertifikat halal untuk produk yang dimiliki, izin usaha dan dokumen legalitas lainnya, arsip digital, dan studi atau penelitian sebelumnya tentang ekonomi pesantren.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan yang dilakukan dengan mengurangi kompleksitas atau ukuran data yang telah diperoleh, dengan tujuan untuk mempertahankan informasi penting yang terkandung dalam data tersebut.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah cara untuk menampilkan data atau informasi yang ada agar lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Dengan menyajikan data, pemahaman tentang apa yang terjadi selama proses penelitian menjadi lebih jelas. Penyajian data dapat dilakukan tidak hanya melalui teks naratif, tetapi juga menggunakan berbagai format seperti bagan, diagram, grafik, dan tabel.

c. Triangulasi Data

Menggunakan teknik triangulasi untuk memverifikasi temuan dengan membandingkan data dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dokumentasi) dan perspektif (pengelola pesantren, santri, pemangku kepentingan) untuk memastikan keakuratan dan konsistensi hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pondok Pesantren Al Falah Kepang

Pada tahun 1919 di Kabupaten Bangkalan Madura berdiri Pondok Pesantren yang bernama Al Falah Kepang. Pendirian pondok tersebut merupakan perintah secara langsung dari Syaikhona Kholil Bin Abdul kepada KH. Yasin Bin Ya'qub selaku santri dan juga menantunya. Proses pendirian pondok ini memerlukan waktu yang cukup panjang dikarenakan area yang digunakan merupakan hutan belantara yang penuh akan hewan buas dan makhluk ghaib. Namun hal itu berhasil ditaklukkan oleh KH. Yasin Bin Ya'qub demi mewujudkan amanah yang telah ia terima dan juga kesejahteraan masyarakat. Sehingga nama Kepang pun dijadikan nama kampung oleh masyarakat sekitar (Muharrom, wawancara, 30 September 2024).

Pada tahun 1980 pondok pesantren Al Falah Kepang mengalami masa kejayaan, karena pada masa itu jumlah santri naik pesat hingga 800 santri dan dinyatakan menjadi pondok pesantren yang memiliki jumlah santri terbanyak di Kabupaten Bangkalan. Hingga pada kala itu Al Falah Kepang mendapat sebutan "Sentral Pendidikan". Sebutan tersebut diberikan bukan hanya karena mengalami kenaikan jumlah santri, namun juga prestasi yang diraih oleh santri dalam berbagai ajang lomba seperti lomba pidato dan qiroatil qur'an. Pada masa ini Pondok Pesantren Al Falah Kepang berinisiatif untuk memiliki guru bantu yang bertujuan untuk membantu dalam menyebarkan ilmu agama di pondok pesantren pulau madura bahkan sampai pulau jawa. Pondok Pesantren Al Falah Kepang berdiri di atas tanah seluas +/- 2 ha dengan gaya bangunan klasik dan saat ini memiliki, gedung madrasah, 10 kelas, 1 kantor, 1 kantor madrasah, musholla santri, musholla At Taufiq pada tahun 2022 dialokasikan sebagai musholla tamu, kantor madinatul qur'an, Perpustakaan, dan ruang untuk Tahfidzul Qur'an. Untuk hunian

tempat tinggal santri Pondok Pesantren Al Falah menyiapkan 4 gedung asrama yang dapat menampung kurang lebih 2.000 santri (Kepang, 2024).

Program pendidikan yang dimiliki ialah sifir yang diperuntukkan bagi santri yang masih belum bisa membaca, ibtidaiyah, tsanawiyah, aliyah dan Tarbiyah I'dadiyah merupakan program baca kitab cepat dengan model klasikal. Selain fokus pada pendidikan, Pondok Pesantren Al Falah juga merintis ekonomi mandiri pesantren dengan branding "Kepank" (Muharrom, wawancara, 30 September 2024).

Strategi Pesantren dalam Membangun Kemandirian Ekonomi

Seiring dengan perkembangan zaman, Pondok Pesantren Al Falah Kepang bukan hanya sebagai pusat pendidikan, namun juga dituntut aktif dalam membangun ekonomi industri halal dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi mandiri bagi pesantren dan juga dapat menciptakan lapangan kerja bagi alumni dan masyarakat. Maka untuk mencapai tujuannya, Pondok Pesantren Al Falah Kepang memiliki strategi dalam mengembangkan kemandirian ekonomi pesantrennya:

a. Pendirian Usaha Produktif

Pesantren mengembangkan strategi kewirausahaan di bidang perdagangan yang memiliki tujuan agar lebih mandiri dalam perekonomian dan dapat membuka lowongan pekerjaan terutama bagi alumni dan juga warga sekitar. Pendirian usaha produktif tersebut ditandai dengan berdirinya Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Al Falah Kepank yang menjadi pusat pengelolaan operasional usaha-usaha produktifnya.

Adapun hasil wawancara dengan bapak Abdurrohman Syaib selaku Marketing Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Kepank dalam memberikan gambaran yang mendalam tentang latar belakang dan tujuan pendirian Kopontren:

"Pendirian usaha mandiri atau Kopontren ini merupakan suatu dhawuh/perintah dari kyai, karena harapan beliau pondok pesantren Al Falah Kepang dapat lebih mandiri dalam perekonomiannya. Karena sebelum adanya Kopontren, operasional ekonomi pesantren didapatkan dari iuran santri, alumni maupun dari pihak eksternal. Jadi sekarang kan tidak perlu merepotkan alumni karena sudah cukup mandiri, dan Insyaallah akan terus dikembangkan jumlah cabangnya. Bahkan hasil keuntungan dari penjualan bisa kami gunakan untuk pembangunan gedung di pesantren, mengadopsi anak yatim, bisyaroh, santunan anak yatim".

Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Abdurrohman Syaib, berdirinya Kopontren lahir dari keinginan untuk mengurangi ketergantungan pesantren pada sumber pendanaan eksternal seperti iuran santri, sumbangan alumni dan bantuan pihak luar. Sebelum adanya Kopontren,

operasional ekonomi pesantren sangat bergantung pada kontribusi-kontribusi tersebut. Namun dengan berdirinya Kopontren, pesantren kini mampu mengelola keuangannya secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

Keberhasilan Kopontren tidak hanya terlihat dari aspek kemandirian finansial, tetapi juga dari dampak positif yang dihasilkannya. Keuntungan yang diperoleh dari operasi Kopontren dimanfaatkan untuk berbagai keperluan pesantren, mulai dari pembangunan infrastruktur seperti gedung baru, hingga program-program sosial yang mencerminkan kepedulian pesantren terhadap masyarakat sekitar. Di antara program-program tersebut adalah adopsi anak yatim, penyediaan *bisyaroh* (honor) untuk para pengajar dan staf, serta santunan untuk anak-anak yatim. Hal ini menunjukkan bahwa Kopontren tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha, tetapi juga sebagai instrumen untuk mewujudkan nilai-nilai Islam dalam bentuk konkret melalui kegiatan ekonomi dan sosial.

Selanjutnya, Kopontren memiliki rencana pengembangan yang ambisius. Bapak Abdurrohman menyatakan bahwa mereka berencana untuk terus memperluas jumlah cabang, menandakan adanya visi jangka panjang untuk meningkatkan jangkauan dan dampak ekonomi. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan kemandirian bagi pesantren, tetapi juga memberdayakan lingkungan pesantren untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi. Selain itu, harapannya keberadaan kopontren juga dapat dilihat sebagai bentuk inovasi dalam sistem pendidikan pesantren, di mana para santri mendapatkan kesempatan untuk mempelajari praktik bisnis dan manajemen keuangan secara langsung, melengkapi pendidikan agama yang mereka terima.

Berikut beberapa jenis usaha yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Al Falah Kepang:

Tabel 1. Unit Usaha Pondok Pesantren Al Falah Kepang

Unit Usaha	Pengelola
AMDK	Kopontren
Toko/ Swalayan	Kopontren
Produksi Pakaian	Alumni
Pom Mini	Alumni

Berdasarkan informasi yang tertera pada tabel, saat ini unit usaha yang dikelola atau yang berada dibawah naungan Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) terbatas hanya pada dua bidang, yaitu AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) dan Toko Kepank. Sementara itu, dua unit usaha lainnya, yakni produksi pakaian dan pom mini, masih dikelola oleh jaringan alumni pesantren. Namun, terdapat rencana pengembangan di masa mendatang, dimana Kopontren akan turut serta dalam pengelolaan kedua usaha tersebut (Busri, wawancara, 17 Oktober 2024). Hal ini menunjukkan adanya upaya pesantren untuk memperluas cakupan kegiatan

ekonominya dan meningkatkan peran Kopontren dalam mengelola berbagai unit usaha. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian ekonomi pesantren serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan usaha-usaha yang telah ada. Berikut usaha produktif yang berada dibawah naungan Kopontren Al Falah Kepang:

1. Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)

Produksi air mineral yang diinisiasi tahun 2022 oleh Koperasi Pondok Pesantren Kepank telah menunjukkan pergerakan signifikan yang baik dalam kurun waktu satu tahun. Kemajuan pesat ini tak hanya tercermin dari peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga dari dampak positifnya terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar dan alumni pesantren. Operasional produksi air mineral ini dijalankan dengan sistem tiga shift kerja, yang melibatkan tenaga kerja lokal dan para alumni pesantren. Maka pesantren Al Falah Kepang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi alumni pesantren dan juga masyarakat setempat. Efisiensi produksi terlihat jelas dengan kemampuan menghasilkan 1.500 karton dalam satu shift saja, menunjukkan produktivitas yang tinggi dan manajemen waktu yang efektif. Maka untuk menjaga kualitas dan konsistensi produksi, mesin-mesin yang beroperasi selama 24 jam sehari mendapatkan perhatian khusus dengan cara pengecekan berkala yang dilakukan oleh tim produksi, untuk memastikan bahwa setiap unit berfungsi optimal dan memenuhi standar keamanan serta kualitas yang ditetapkan. Hal ini tidak hanya menjamin kelancaran produksi tetapi juga meminimalisir risiko kerusakan dan *downtime*.

Kesuksesan AMDK Kepank tidak hanya terlihat dari sisi produksi, tetapi juga dari segi pemasaran. Meluasnya permintaan produk, yang kini tidak hanya mencakup wilayah Madura tetapi juga merambah hingga ke Kalimantan, hal tersebut merupakan indikator kuat penerimaan pasar yang positif. Peningkatan cakupan geografis ini menunjukkan bahwa produk AMDK Kepank telah berhasil membangun reputasi dan kepercayaan konsumen di luar wilayah asalnya. Maka dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, AMDK Kepank telah mengambil langkah-langkah strategis dengan memperoleh sertifikasi halal dan BPOM. Selain itu, produk ini telah lolos Uji Standarisasi dengan mendapatkan sertifikat lulus Ujian Air Baku dari Laboratorium Baristand Departemen Perindustrian RI, dengan nomor SNI 3553 - 2015. Pencapaian ini tidak hanya menjamin kualitas produk tetapi juga memberikan jaminan keamanan dan kesesuaian dengan standar nasional kepada konsumen.

Teknik marketing yang mereka gunakan hingga saat ini dapat dikatakan efektif dalam mendorong peningkatan penjualan, terutama pada momen-momen penting seperti hari

besar Islam. Hal ini diungkapkan oleh Sulhan Faruq yang bertanggung jawab atas pemasaran AMDK Kepank, dalam sebuah wawancara sebagai berikut:

“Teknik marketing yang kami gunakan sepertinya masih kuno, karena kami disini berjalan dengan otodidak dan banyak sekali karyawan termasuk saya yang merangkap jabatan untuk meminimalisir pengeluaran. Jadi, saat ini marketing yang kami gunakan hanya sales, sosial media (instagram, Facebook), dan yang paling besar pengaruhnya adalah dari alumni dengan teknik lisan ke lisan atau kami biasa menyebutnya dengan “konsumen fanatik”. (Sulhan Faruq, wawancara, 08 Oktober 2024).

Meskipun narasumber menggambarkan teknik pemasaran mereka masih kuno, pendekatan yang digunakan AMDK Kepank sebenarnya menunjukkan adaptasi yang cerdas terhadap kondisi dan sumber daya yang tersedia. Strategi pemasaran mereka terdiri dari tiga elemen utama:

a) *Personal Selling*

Penggunaan tenaga penjualan langsung masih menjadi tulang punggung strategi pemasaran Kopontren Kepank. Metode ini memungkinkan komunikasi langsung dengan pelanggan, melalui interaksi tatap muka, panggilan telepon untuk membangun hubungan personal, dan memberikan edukasi produk secara langsung.

b) *Pemanfaatan Media Sosial*

Meskipun masih dalam tahap awal, penggunaan platform seperti Instagram dan Facebook menunjukkan kesadaran akan pentingnya kehadiran digital. Ini membuka peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun *brand awareness* dengan biaya yang relatif rendah.

c) *Word of Mouth* melalui Jaringan Alumni

Strategi ini, mereka sebut sebagai “konsumen fanatik, merupakan aset yang sangat berharga. Jaringan alumni pesantren tidak hanya menyediakan basis pelanggan yang loyal, tetapi juga berfungsi sebagai *brand ambassador* yang efektif. Metode pemasaran dari mulut ke mulut ini sangat kuat dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek, terutama di lingkungan yang memiliki ikatan kuat seperti pesantren.

Dalam menghadapi tantangan operasional, AMDK Kepank menunjukkan kreativitas dan fleksibilitas yang luar biasa. Fuad Fauzi selaku tim produksi mengungkapkan bahwa banyak karyawan, termasuk dirinya, merangkap jabatan demi meminimalisir pengeluaran. Meskipun menantang, pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas dan dedikasi tim dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada, sekaligus menunjukkan semangat kewirausahaan dan kemampuan adaptasi yang kuat dalam menghadapi keterbatasan. Peran Standar

Nasional Indonesia (SNI) sangat krusial dalam perkembangan AMDK Kepank. Pengakuan Sulhan Faruq dan Fuad Fauzi terhadap bimbingan SNI dalam proses produksi menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas dan kepatuhan industri. Bimbingan ini tidak hanya mencakup aspek teknis seperti penggunaan mesin dan pemilihan bahan baku, tetapi juga membantu membangun kredibilitas produk di mata konsumen. Selain itu, AMDK Kepank menyadari pentingnya branding dalam industri yang kompetitif. Upaya berkelanjutan untuk meningkatkan branding menunjukkan visi jangka panjang perusahaan. Fuad Fauzi mengidentifikasi kompetitor sebagai tantangan terbesar, mengindikasikan kesadaran akan dinamika pasar dan kebutuhan untuk terus berinovasi (Fuad Fauzi, wawancara, 08 Oktober 2024).

2. Toko/ Swalayan Kepank

Toko Kepank merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang sektor ritel ini salah satu usaha produktif yang berada di bawah naungan Kopontren Al Falah dengan mengusung jargon “Belanja Hemat Belanja Berkah”. Perkembangan usaha ini cukup signifikan, terbukti dengan keberadaan lima cabang yang tersebar di berbagai lokasi strategis, yaitu Tanah Merah, Galis, Sendang, Arosbaya, dan Socah. Tahun ini menandai perubahan penting dalam struktur manajemen Toko Kepank. Sebelumnya, setiap cabang dikelola secara independen oleh masing-masing kepala toko. Namun, demi efisiensi dan optimalisasi operasional, manajemen pusat kini mengambil alih kendali langsung atas kelima cabang tersebut (Abdurrahman, wawancara, 09 Oktober 2024).

Kebijakan pemusatan kekuasaan ini memiliki dua tujuan utama. Pertama, untuk meminimalisir anggaran operasional, yang diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas usaha secara keseluruhan. Kedua, untuk mengontrol secara ketat arus keluar masuk barang di seluruh cabang. Kontrol terpusat ini memungkinkan pengawasan yang lebih ketat terhadap kualitas dan jenis barang yang diperjualbelikan.

Aspek penting lainnya yang menjadi fokus utama Toko Kepank adalah komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah Islam dalam pengadaan barang. Manajemen sangat menekankan pentingnya menjaga kualitas produk yang dijual, dengan memastikan bahwa tidak ada barang yang dilarang dalam syariat Islam yang masuk ke dalam toko. Kebijakan ini mencerminkan dedikasi Toko Kepank dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim dan menjaga integritas usaha sesuai dengan nilai-nilai Islam (Busri, wawancara, 17 Oktober 2024).

Pendekatan holistik ini, yang menggabungkan efisiensi manajemen, kontrol kualitas yang ketat, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, menempatkan Toko Kepank

dalam posisi yang unik di pasar ritel. Hal ini tidak hanya membantu membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga menciptakan identitas brand yang kuat sebagai toko ritel yang berkomitmen pada nilai-nilai Islam dan kualitas produk. Dengan strategi ini, Toko Kepank berpotensi untuk terus berkembang dan memperluas jangkauannya di masa depan, dengan tetap mempertahankan prinsip-prinsip dasarnya.

b. Membangun Kerjasama Kemitraan

Ada banyak pesantren yang telah banyak membentuk Kelompok Wirausaha Bersama (KWUB) antar pesantren maupun antar pesantren dan masyarakat (Widiati, Helvira, & Nurjannah, 2023). Begitu pula dengan Pondok Pesantren Al Falah Kepang yang melakukan kerjasama ekonomi dengan Kopontren Sidogiri, yang merupakan contoh menarik dari sinergi antar lembaga ekonomi pesantren di Indonesia. Kolaborasi ini tidak hanya mencakup aspek teknis operasional, tetapi juga melibatkan transfer pengetahuan dan teknologi yang signifikan, menunjukkan semangat gotong royong dan solidaritas dalam komunitas pesantren.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Fuad Fauzi, terungkap bahwa motivasi di balik pendirian Kopontren Kepang berakar pada aspirasi untuk mengembangkan keunggulan pesantren, dengan Pondok Pesantren Sidogiri sebagai model inspirasi. Keberhasilan Kopontren Sidogiri yang telah membangun jaringan 125 unit toko retail dengan brand "Basmalah" dan produk air minum dalam kemasan (AMDK) "Santri" menjadi *benchmark* yang mendorong semangat pengembangan Kopontren Kepang. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan satu pesantren dapat menjadi katalis positif bagi pesantren lain untuk mengembangkan potensi ekonominya (Fuad Fauzi, wawancara, 08 Oktober 2024).

Hasil wawancara dengan bapak Busri selaku Direktur Utama Kopontren sebagai berikut: *"Jadi sampai saat ini kerjasama kami terjalin dengan baik, dan dapat dibuktikan dengan software yang kami gunakan merupakan perbantuan dari Kopontren Sidogiri. Tak hanya itu, Layanan transaksi yang berbasis elektronik bernama Emaal milik Kopontren Sidogiri juga disebarkan di Mitra Swalayan Kepank"*.

Wawancara dengan Bapak Busri, Direktur Utama Kopontren Kepang, menjelaskan lebih detail dari kerjasama ini sebagai berikut:

1. Transfer Teknologi: Implementasi software dari Kopontren Sidogiri di Kopontren Kepang menunjukkan adanya transfer teknologi yang signifikan. Ini bukan hanya tentang penggunaan alat, tetapi juga tentang berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam manajemen sistem informasi yang efektif untuk operasi koperasi.
2. Ekspansi Layanan Finansial: Integrasi layanan transaksi elektronik "Emaal" milik Kopontren Sidogiri ke dalam operasi Mitra Swalayan Kepang menandakan perluasan

ekosistem finansial berbasis pesantren. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi tetapi juga memperluas jangkauan layanan keuangan syariah ke komunitas yang lebih luas.

3. Berbagi Strategi Pemasaran: Kerjasama dalam strategi penjualan mengindikasikan adanya pertukaran pengetahuan tentang teknik pemasaran, manajemen rantai pasok, dan strategi pengembangan bisnis yang telah terbukti berhasil di Kopontren Sidogiri.

c. Pemanfaatan Teknologi

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di lingkungan pondok pesantren. Pesantren, sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional, kini semakin menyadari pentingnya mengadopsi teknologi untuk meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan dari berbagai produk usaha mandiri yang mereka miliki. Adaptasi ini menjadi langkah strategis bagi pesantren untuk tetap eksis dan mampu bersaing di era digital yang semakin kompetitif.

Dalam konteks pemasaran produk Kepank Koperasi Pondok Pesantren, pemanfaatan teknologi telah dimulai dengan penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Platform-platform ini menjadi sarana efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui akun-akun media sosial resmi, pesantren tidak hanya mempromosikan produk-produk mereka, tetapi juga membagikan konten digital yang memadukan unsur promosi dengan nilai-nilai keagamaan. Strategi ini memungkinkan pesantren untuk mempertahankan identitas religiusnya sambil mengembangkan aspek ekonominya.

Namun, meskipun telah ada upaya untuk mengadopsi teknologi, efektivitas pemanfaatannya dalam pengembangan ekonomi pesantren masih menghadapi beberapa tantangan. Dua faktor utama yang menghambat optimalisasi teknologi di lingkungan pesantren adalah:

1. Keterbatasan Fasilitas: Banyak pesantren, terutama yang berada di daerah pedesaan atau terpencil, masih menghadapi kendala infrastruktur teknologi yang memadai. Keterbatasan akses internet yang stabil, kurangnya perangkat keras yang up-to-date, dan minimnya software yang relevan menjadi hambatan dalam mengimplementasikan strategi digital secara komprehensif.
2. Kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang Kompeten: Pesantren sering kali mengalami kesulitan dalam menemukan atau mengembangkan SDM internal yang memiliki keahlian di bidang teknologi. Kesenjangan pengetahuan dan keterampilan digital di kalangan staf dan santri menjadi tantangan dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk pengembangan ekonomi pesantren.

Dampak Kemandirian Ekonomi Pesantren Al Falah Kepang dalam Menunjang Ekosistem Halal di Kabupaten Bangkalan

Kemandirian ekonomi pesantren dan ekosistem halal merupakan hubungan yang kompleks dan saling menguntungkan. Pesantren Al Falah Kepang yang mandiri secara ekonomi memiliki kapasitas lebih besar untuk berkontribusi pada pengembangan ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan. Melalui pengembangan usaha produktif AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) yang telah mendapatkan izin edar dan bersertifikasi halal menjadikan pesantren tidak hanya kuat dalam posisi ekonominya saja tetapi juga menjadi contoh nyata implementasi prinsip-prinsip halal dalam kegiatan ekonomi. Hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat Bangkalan akan pentingnya produk halal. Terbentuknya ekosistem halal ini memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Beberapa dampaknya antara lain:

a. Peningkatan Produksi Halal

Usaha mandiri AMDK Kepang yang telah berhasil memperoleh sertifikat halal, memberikan dampak positif yang signifikan terhadap masyarakat dalam memiliki akses yang lebih mudah terhadap produk air minum halal yang berkualitas Di Kabupaten Bangkalan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, semakin banyak pula permintaan konsumen terhadap air mineral yang telah bersertifikasi halal (Fuad Fauzi , wawancara, 08 Oktober 2024).

b. Penciptaan Lapangan Kerja

Kemandirian ekonomi pesantren Al Falah Kepang dalam Kopontrennya dapat memberdayakan alumni dan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja di sektor halal. Pemberdayaan tersebut dapat meningkatkan pendapatan alumni atau masyarakat yang bekerja di unit usaha pesantren tanpa meninggalkan daerah mereka. Dengan penghasilan yang lebih baik dapat meningkatkan daya beli mereka terhadap produk halal. Keberadaan kopontren ini menunjukkan dampak positifnya dalam mengurangi pengangguran di Bangkalan. (Busri, wawancara, 17 Oktober 2024)

c. Peningkatan Kesadaran Masyarakat akan Pentingnya Produk Halal

Pesantren Al Falah Kepang secara tidak langsung memberikan edukasi tentang pentingnya konsumsi produk halal melalui pemasaran produk. Salah satu cara mereka adalah melalui pemasaran produk air minum dalam kemasan (AMDK) yang mereka produksi, yaitu AMDK Kepang. Produk ini bukan hanya sekedar air minum biasa, tetapi telah bersertifikasi halal. Dengan memproduksi dan memasarkan AMDK Kepang, Pesantren Al Falah secara tidak langsung menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip halal diterapkan dalam bisnis nyata. Bukan hanya teori, tetapi Pesantren Al Falah Kepang dapat memberikan contoh konkret yang bisa di

lihat dan dirasakan (Fuad Fauzi, wawancara, 08 Oktober 2024). Tidak hanya disampaikan dalam pemasaran secara langsung, pemasaran sesekali juga dilakukan di sosial media agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas (Sulhan Faruq, wawancara, 08 Oktober 2024).

d. Sumber Dana untuk Kegiatan Sosial

Keuntungan dari unit usaha halal Pesantren Al Falah Kepang yang mencakup AMDK dan Toko Kepank dialokasikan untuk berbagai kegiatan sosial dan pendidikan. Dana tersebut digunakan untuk adopsi anak yatim, penyediaan *bisyaroh* (honor) untuk para pengajar dan staf, serta santunan untuk anak-anak yatim. Hal ini menunjukkan bahwa Kopontren tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha, tetapi juga sebagai instrumen untuk mewujudkan nilai-nilai Islam dalam bentuk konkret melalui kegiatan ekonomi dan sosial. Sehingga kontribusi pesantren dalam kegiatan sosial meningkatkan citra positif industri halal di mata masyarakat (Abdurrahman Syaib, wawancara, 09 Oktober 2024).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak positif yang antara kemandirian ekonomi Pesantren Al Falah Kepang dan penguatan ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan. Semakin mandiri Pesantren Al Falah Kepang secara ekonomi, semakin besar potensinya untuk berkontribusi secara signifikan pada pengembangan dan keberlanjutan ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat memberikan simpulan dari rumusan masalah sebagai berikut:

Kesimpulan:

a. Strategi Pondok Pesantren Al Falah Kepang dalam Pengembangan Kemandirian Ekonomi.

Pondok Pesantren Al Falah Kepang berupaya mengembangkan kemandirian ekonomi melalui strategi berbasis usaha produktif, kerjasama kemitraan, dan pemanfaatan teknologi. Usaha produktif meliputi produksi AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) dan toko/swalayan dengan branding “Kepank”, yang bertujuan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren serta dapat mencerminkan kepedulian sosial yang baik. Kerjasama dengan Kopontren Sidogiri memperkuat pesantren dalam hal penjualan dan penggunaan perangkat lunak yang efisien. Tak hanya itu, pemanfaatan teknologi pada media sosial mendukung promosi produk, meskipun masih terbatas oleh kurangnya fasilitas dan tenaga ahli.

b. Dampak Kemandirian Ekonomi Pesantren dalam menunjang ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan.

Kemandirian ekonomi pesantren Al Falah Kepang sangat berperan dalam membangun dan memperkuat ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan. Pesantren yang mandiri secara ekonomi dapat menjadi contoh nyata dari implementasi prinsip-prinsip halal dalam kegiatan ekonomi dan juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal. Hal ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekosistem halal, tetapi juga memberdayakan masyarakat sekitar dan menciptakan peluang usaha. Dalam situasi ekonomi yang menantang sekalipun, ketahanan ekonomi pesantren memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan. Hubungan positif ini memperlihatkan bahwa semakin mandiri pesantren Al Falah Kepang dalam ekonominya, semakin besar kontribusinya dalam pengembangan ekosistem halal.

Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diterapkan oleh Pondok Pesantren Al Falah Kepang dalam memperkuat kemandirian ekonominya dan dapat meningkatkan kontribusinya terhadap ekosistem halal di Kabupaten Bangkalan:

1. Optimalisasi Pemasaran Digital: Sebaiknya Pesantren dapat meningkatkan efektifitas pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital secara lebih luas, termasuk melalui platform e-commerce dan aplikasi.
2. Pelatihan SDM dalam Teknologi dan Halal: Mengadakan pelatihan untuk santri, alumni, dan karyawan dalam keterampilan pengelolaan produksi dan pemasaran online yang tetap berlandaskan syariah/halal. Dengan demikian pesantren dapat mengelola usahanya dengan efisien dan mendapatkan kepercayaan masyarakat dari berbagai daerah karena produk halalnya.
3. Penguatan Kerjasama dan Jaringan Usaha: Selain kerjasama dengan Kopontren Sidogiri, pesantren dapat menjalin kemitraan dengan instansi pemerintah, lembaga swadaya, atau pihak swasta untuk memperluas pasar dan akses terhadap teknologi atau pendanaan yang lebih baik. Kerjasama dengan lembaga pendidikan juga bisa membuka peluang pelatihan kewirausahaan bagi santri.
4. Pengembangan usaha: Mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar, misalnya produk kuliner halal atau produk kreatif berbasis nilai-nilai Islam. Dan diharapkan dapat membangun fasilitas produksi independen dalam usaha pakaian sehingga dapat lebih mandiri dalam pengelolaan proses produksinya.

DAFTAR REFERENSI

- Azizah Mulyawati, N., & Setiawan, F. (2024). Penerapan Konsep Green Practices dalam Pengembangan Produk Halal yang Berkelanjutan. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 5(1), 30–30. <https://doi.org/10.31000/almaal.v5i1.10329>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence; Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing; Fifth Edition*. London. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315640341>
- Dhofier, Z. (1994). The role of pesantren in the development of primary education in Indonesia. *Studia Islamika*, 1(2), 47–67. <https://doi.org/10.15408/sdi.v1i2.857>
- Fitri, R., & Ondeng, S. (2022). Pesantren Di Indonesia: Lembaga Pembentukan Karakter. *Al Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 42–54. Diambil dari <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/alurwatul>
- Idris, M. . R. T. (2021). *Analisis Strategi Kiai dan Santri Dalam Mewujudkan Kemandirian Ekonomi PP. Nurul Amanah dan PP. Ruadhatul Muta'allamin Bangkalan*.
- Kepang, M. A. F. (2024). Video Dokumenter Pondok Pesantren Al Falah Kepang Masa ke Masa. Diambil dari <https://youtu.be/XJzhLmiLwvI?si=ybhcQuX5o4k5u1fC>
- Lina, A. (2008). *Manajemen Strategi Operasi*.
- Moelong Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musyarofah, S. A., & Nasik, K. (2023). *Wasathiyah : Jurnal Studi Keislaman Membaca Implementasi Ekosistem Halal Di Kabupaten Bangkalan*. Universitas Trunojoyo Madura.
- Muttaqin, R. (2016). KEMANDIRIAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI BERBASIS PESANTREN (Studi atas Peran Pondok Pesantren Al-Ittifaq Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung terhadap Kemandirian Eknomi Santri dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sekitarnya). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 1(2), 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1\(2\).65-94](https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1(2).65-94)
- Setiawati, M. (2020). STRATEGI PERSONAL SELLING DALAM KONSEP PEMASARAN SYARIAH, 2507(February), 24.
- Sukoso, Wiryawan A., Kusnadi J., & Sucipto. (2020). *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta.
- Toruan, R. R. M. L. (2018). Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 155–166.
- Widiati, A., Helvira, R., & Nurjannah, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Kemandirian Ekonomi. *Ar-Ribhu : Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 4(1), 43–54.
- Widodo, S., & Nugroho, T. R. D. . (2014). Model Pendidikan Kewirausahaan bagi Santri untuk Mengatasi Pengangguran di Pedesaan. *Mimbar*. Diambil dari <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/704>