



## Strategi Pengembangan Ekonomi Pesantren Pondok Karya Pembangunan Al-Hidayah Kota Jambi

Dayanti Rahayu<sup>\*)</sup>, Nurida Isnaeni, Rafiqi  
Universitas Jambi

### Article Info

#### Article history:

Received Nov 14<sup>th</sup>, 2022  
Revised Dec 19<sup>th</sup>, 2022  
Accepted Jan 5<sup>th</sup>, 2023

#### Keyword:

Strategi  
Ekonomi Pesantren  
Minimarket

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis bagaimana potensi dan strategi pengembangan Al-Hidayah Mart dalam mengembangkan ekonomi pesantren di pondok karya pembangunan Al-Hidayah Kota Jambi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dan memanfaatkan sumberdata berupa data primer dan sekunder serta informasi dari berbagai literatur, objek dari penelitian ini adalah Al-Hidayah Mart, dengan kajian nya adalah strategi pengembangan Al-Hidayah Mart. sedangkan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Al-Hidayah Mart memiliki peluang dan kekuatan yang besar sehingga dapat memanfaatkan dan mendayagunakannya di dalam mengembangkan Al-Hidayah Mart, adapun rekomendasi strategi dalam mengembangkan Al-Hidayah Mart dengan pendekatan analisis SWOT dan dikuatkan menurut prespektif ekonomi Islam, diantaranya yaitu : membuat kartu member Al-Hidayah Mart, meningkatkan mutu pelayanan dan keamanan, meningkatkan kualitas SDM, dan melakukan pelatihan dan evaluasi bulanan.



© 2022 The Authors. Published by UNJA.  
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Dayanti Rahayu  
Universitas Jambi  
Email: [dayantirahayu92@gmail.com](mailto:dayantirahayu92@gmail.com)

### Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduknya mayoritas beragama Islam, berdasarkan data Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (DUKCAPIL) kementerian dalam negeri, jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai 86,88%, jika di hitung melalui angka maka jumlah penduduk muslim sebanyak 236,53 juta jiwa,

sementara jumlah total penduduk Indonesia adalah 272,23 juta jiwa. Data ini diambil per bulan juli 2021 (Katadata, 2021)

Dengan adanya agama Islam di Indonesia, pastinya telah banyak membawa pengaruh besar di berbagai aspek kehidupan di masyarakat Indonesia, tak terkecuali di bidang pendidikan, agama Islam sangat erat kaitanya dengan terbentuknya suatu lembaga pendidikan tertua di Indonesia, yaitu pondok pesantren. Pondok pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan tradisional Islam yang di dalam nya terdapat siswa atau santri yang menetap dalam salah satu tempat (asrama) tujuannya untuk memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya ajaran agama Islam sebagai pedoman hidup bermasyarakat (Imami et al., 2021)

Pada umumnya, awal keberadaan pondok pesantren hanya dikenal sebagai tempat belajar dan mengajar untuk mendalami ilmu agama Islam, sebenarnya ada banyak potensi dan manfaat yang dapat kita rasakan dengan adanya pondok pesantren, dari berbagai bidang, baik dibidang pendidikan, sosial, kesehatan, politik, teknologi, dakwah dan terkhususnya di bidang ekonomi.

Sebagai lembaga dakwah untuk akhidah, maka pesantren juga perlu di kenal sebagai media dakwah ekonomi. Dimana Pondok pesantren dapat dan mampu mencetak sumber daya manusia, yang di bekali dengan ilmu agama dan keterampilan dalam berwirausaha. Sehingga menjadi sebuah peluang besar dalam meningkatkan pemberdayaan perekonomian bagi masyarakat sekitar.

Undang-undang nomor 18 tahun 2019 tentang pesantren, disebutkan bahwa pesantren memiliki potensi strategis, yaitu sebagai lembaga pendidikan, lembaga dakwah, sekaligus pemberdayaan masyarakat. Sebagai lembaga pendidikan tertua di Indonesia pesantren memiliki potensi serta peran dalam membangun perekonomian bangsa Indonesia. Pesantren di era globalisasi ini, adalah pesantren yang mampu menyeimbangkan antara kebutuhan masyarakat dengan tujuan pesantren sebagai lembaga Pembina dan pemberdaya ummat, pendidikan pesantren di harapkan mampu untuk mengembangkan *life skill* dan *leadership skill education*, sehingga banyak langkah yang dilakukan oleh lembaga pesantren untuk meningkatkan potensi perkembangan perekonomian pesantren (Imami et al., 2021)

Dengan berkembang nya pondok pesantren tentunya berdampak besar terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, hal ini dapat di buktikan melalui peningkatan jumlah peminat dan alumni pondok pesantren yang mampu berkiprah pada berbagai macam profesi pada setiap kabupaten di Indonesia, seperti kabupaten di Provinsi Jambi. Perkembangan jumlah pondok pesantren di Provinsi Jambi dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 1.** Data Jumlah Pondok Pesantren di Provinsi Jambi Perkabupaten Tahun 2022

Kabupaten/ Kota	Jumlah Lembaga	Jumlah Santri (Jiwa)
Kerinci	10	1.797
Merangin	69	11.561
Sarolangun	40	4.377
Batanghari	30	5.325
Muaro Jambi	51	7.367
Tanjung Jabung Barat	24	4.996
Tanjung Jabung Timur	18	1.561
Bungo	48	6.797
Tebo	44	10.673
Kota Jambi	24	9.877
Kota Sungai Penuh	1	400
Jumlah	359	64.731

Sumber: Data Emis Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Jambi, 2022

Dari data di atas Kota Jambi berada di urutan ke 6 dengan jumlah pondok pesantren sebanyak 24 lembaga, dan menjadi urutan ke 2 untuk jumlah santri terbesar di Provinsi Jambi sebesar 9,877 juta jiwa. Hal ini akan menjadi peluang besar untuk pengembangan ekonomi pesantren di Provinsi Jambi, Khususnya di Kota Jambi.

Saat ini banyak pondok pesantren yang sedang berusaha menerapkan ekonomi mandiri untuk mengembangkan ekonomi pesantren. Salah satu pondok pesantren yang telah melakukan pengembangan ekonomi pesantren melalui wirausaha guna menciptakan kemandirian santri dan membantu mengembangkan ekonomi pondok pesantren adalah Pondok Karya Pembangunan Al Hidayah. Pesantren yang berdiri pada kisaran tahun 1980-an ini tidak hanya memainkan fungsi kepesantrenan yaitu dakwah islam dan pengkaderan. Tetapi juga melakukan pengembangan di bidang ekonomi dan bisnis.

Pondok pesantren Al-Hidayah sendiri berada di Jl. Marsda Surya Dharma, kenali asam bawah, Kota Jambi. Yang didirikan oleh gubernur Jambi. Pada masa awal berdirinya di tahun 1983 nama pondok ini adalah PKP (Pondok Karya Pembangunan) Al-Hidayah. Pemimpin pertama yang memimpin pondok ini adalah Sulaiman Abdullah yang ditunjuk langsung oleh gubernur Jambi pada masa itu. Saat ini PKP Al-Hidayah dipimpin oleh Dr.H. Hasan Basri Husin S.H. Merupakan salah satu pondok pesantren yang berusaha menerapkan kewirausahaan dan kemandirian.

Bedasarkan temuan awal, ada beberapa usaha ekonomi yang dilakukan oleh pondok pesantren PKP Al-Hidayah, diantara nya akan di jabarkan melalui table dibawah ini.

**Tabel 2.** Data Unit Usaha Pondok Pesantren PKP Al-Hidayah

Nama Unit Usaha	Jumlah (Unit)	Lokasi
Al-Hidayah Mart	3	Asrama putri, asrama putra, dan disamping gerbang pesantren
Kantin basah (kimato)	3	Asrama putri dan putra
Laundry	2	Asrama putri dan putra
Toko Butik	1	Asrama Putri

Sumber: Wawancara ustadzah seli, pengurus atau manajer Al-Hidayah Mart

Usaha ekonomi tersebut tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup santri, namun jika di kembangkan dengan baik dan benar maka akan mampu menjadi penguat kapasitas ekonomi pesantren. sebagaimana dalam Firman Allah QS. al-Baqarah Ayat 275: "*Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*". [QS. al-Baqarah (2): 275]

Hadist Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam.

*"Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. bahwasanya Nabi SAW pernah ditanya, pekerjaan apakah yang paling baik? beliau Menjawab: Pekerjaan yang dilakukan seseorang dengan usahanya sendiri, dan setiap jual beli yang baik"*. (HR Al-Bazzar, Hadist ini shahih menurut Al-Hakim)

Dari Ayat dan Hadist di atas menjelaskan bahwa jual beli merupakan salah satu pekerjaan yang di anjurkan atau di halalkan bahkan dapat bernilai ibadah. Apabila jual beli di landasi dengan kebaikan, baik dalam bentuk kejujuran, tidak ada kecurangan, tidak ada unsur penipuan, tidak ada riba dan penghiantan.

Adapun salah satu bentuk usaha jual beli yang dapat di terapkan dalam pengembangan ekonomi pondok pesantren, yaitu melalui unit usaha minimarket. Al-Hidayah mart merupakan salah satu unit usaha yang dimiliki oleh pondok pesantren Al-Hidayah. Yang berfungsi sebagai wadah atau sarana untuk membentuk kemandirian dan pengelolaan organisasi serta menjadi media bagi santri untuk melakukan praktek berwirausaha, sehingga terdapat keseimbangan pada pendidikan agama dan pendidikan berwirausaha (Khoerunnisa, 2019)

Keberadaan Al-Hidayah Mart sebagai salah satu penyumbang pendapatan pesantren, membuat penulis tertarik mengangkatnya kedalam proses penelitian, fokus yang akan dituju ialah mengenai prosedur aspek kerja yang digunakan, sistem manajemen, sekaligus strategi yang digunakan Alhidayah Mart dalam mengembangkan usaha. Secara umum Al-Hidayah Mart memang sama seperti toko ritel lainnya dalam hal produksi penjualan dan system pembayaran. Namun perbedaan yang mencolok ialah karena toko ini dikelola dan didirikan langsung dalam ruang lingkup pondok pesantren. Sehingga dari segi pelayanan, manajemen, maupun proses transaksinya sangat mengedepankan nilai-nilai keislaman. Hal ini menjadi sangat menarik jika dikaji lebih jauh untuk mengetahui keuntungan yang ditawarkan serta melihat peran yang diberikan Al-Hidayah Mart terhadap perekonomian pondok pesantren Al-hidayah.

## Metode

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengharuskan peneliti untuk menganalisis dan mendiskripsikan kesimpulan dari pernyataan yang diberikan oleh informan. Dalam proses melakukannya, peneliti bisa merumuskan masalah penelitian secara luas dan umum, mengumpulkan data dari hasil wawancara berupa kalimat yang panjang dari informan, Menjelaskan dan menganalisis hasil wawancara tersebut secara sistematis (Creswell, 2014), dalam penelitian ini sumber data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, penulis memfokuskan pada teknik observasi, wawancara, studi keputakaan dan metode dokumentasi. Sedangkan untuk teknik pengelolaan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

*Data Reduction* (Reduksi Data) Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga penulis harus mencatat data secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

*Data Display* (Penyajian Data) Langkah selanjutnya setelah data direduksi adalah data *display* atau penyajian data. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Ataupun dalam bentuk uraian singkat, bagan, grafik, dan matrik. Dalam penelitian ini penulis menyajikan data dalam bentuk naratif, sesuai dengan sub bab nya masing-masing, data yang didapat dari hasil wawancara, dari sumber tulisan maupun dari sumber pustaka.

*Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan) kesimpulan awal penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan awal peneliti didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2012)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* dalam suatu organisasi atau perusahaan. Model-model yang dapat digunakan sebagai alat analisis adalah matriks SWOT.

## Hasil dan Pembahasan

### Potensi dan tantangan dalam pengembangan usaha Al-Hidayah Mart

Berikut ini penulis memaparkan beberapa hal mengenai potensi dan tantangan dalam pengembangan Al-Hidayah Mart, yang dapat dilihat dari Indikator kekuatan, Indikator kelemahan, Indikator peluang dan Indikator ancaman.

### **Indikator Kekuatan Letak Strategis**

Tata letak strategis merupakan penunjang utama dalam mengembangkan usaha. Secara konsep tempat yang strategis akan mengumpulkan jumlah konsumen dengan jumlah banyak, dengan akses yang mudah di jangkau, sebagaimana dapat dilihat dari hasil wawancara bersama Ustadzah Selly selaku manager Al-Hidayah Mart dimana beliau mengemukakan bahwa:

“lokasi Al-Hidayah Mart sudah sangat strategis menurut saya baik Al-hidayah Mart central, ataupun Al-Hidayah Mart 1 dan 2 di area santri putri dan santri putra. di saat hari kunjungan santri, wali santri tidak perlu jauh-jauh berbelanja, karna lokasi Al-Hidayah Mart di samping gerbang pondok pesantren”. (Selly/Manager Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa menentukan tata letak Al-Hidayah Mart sudah strategis atau belum dapat dilihat dari akses yang terjangkau dan mudah terlihat, memiliki tempat usaha yang mudah terlihat akan membuat tempat usaha dengan cepat dikenal masyarakat.

### **Target Pasar Jelas**

Dengan adanya target pasar yang sudah jelas maka akan memepermudah untuk menentukan strategi bisnis berikutnya, adapun Kelebihan dari Al-Hidayah Mart ini, target pasaran nya jelas adalah santri, hal ini dapat di perjelas melalui hasil wawancara dengan Ustadzah Selly selaku manager Al-Hidayah Mart sebagai berikut:

“Karna marketing dari Al-Hidayah Mart ini sudah jelas ya, jadi lebih tepat nya sasaran marketnya adalah santri,dan orang-orang yang ada di lingkungan pondok pesantren”. (Selly/Manager Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa pelanggan utama Al-Hidayah Mart adalah santri putra dan putri, guru dan karyawan yang bermukim maupun tidak bermukim di PKP Al-Hidayah.

### **Sumber Daya**

Sumber daya yang di miliki Al-Hidayah Mart adalah lokasi Al-Hidayah Mart yang berada di lingkungan pondok pesantren Al-Hidayah Kota Jambi, merupakan suatu kelebihan yang dimiliki Al-Hidayah Mart. Hal ini dikarenakan Al-Hidayah Mart tidak perlu membayar sewa tanah dan bangunan karena Al-Hidayah Mart masih dibawah naungan pondok pesantren PKP Al-Hidayah. Hal ini dapat di lihat dari hasil wawancara dengan Ibu Hj. Supartini, S.Ag., M.M selaku Pembina Al-Hidayah Mart sekaligus bendahara pondok pesantren PKP Al-Hidayah sebagai berikut:

“Semua bangunan yang di gunakan untuk lokasi Al-Hidayah Mart, merupakan milik pondok, sekaligus gudang yang di gunakan untuk penyimpanan stok produk, serta satu unit motor viar roda tiga sebagai alat transportasi mensuply barang. Semua merupakan fasilitas yang di berikan oleh pondok Pesantren untuk mengembangkan Al-Hidayah Mart”. (Hj. Supartini, S.Ag., M.M/Bendahara PKP Al-Hidayah/Wawancara mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa sumber daya yang di miliki Al-Hidayah Mart menjadi kekuatan atau keunggulan yang tidak dimiliki kompetitor lainnya yang ada di sekitar Al-Hidayah Mart.

### **Harga**

Harga merupakan suatu hal yang menjadi patokan nilai suatu barang, peranan harga sangat besar pengaruh nya teradap persaingan pasar yang semakin sengit. Tinggi rendah nya nilai harga jual suatu produk/barang akan berpengaruh terhadap minat membeli konsumen. Di Al-hidayah Mart harga standar, tidak jauh berbeda dengan para kompetitor. Hal ini semakin di kuatkan dengan

hasil wawancara dengan mas Irfan R. Ikmal, B.A., C.BMc.S selaku karyawan di Al-Hidayah Mart Putra sebagai berikut:

“Secara umum sama dengan minimarket pada umumnya, namun dari segi marketing dan tata kelola produk berbeda, barang tidak di jual dalam harga tinggi. Yaitu berupa di jual satuan/ eceran dari harga 500 rupiah”. (Irfan/karyawan Al-Hidayah Mart Putra/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa harga produk di Al-Hidayah Mart, di sesuaikan dengan target pasar, karan target pasar utama dari Al-Hidayah Mart adalah santri maka harga setiap jenis produk kisaran harga yang terjangkau untuk santri dan masyarakat sekitar.

### **Modal**

Merupakan faktor penting dalam membangun usaha, pemodalannya tidak menjadi masalah bagi Al-Hidayah Mart karena dari awal berdirinya Al-Hidayah Mart modal berasal dari pondok.

### **Indikator Kelemahan**

Terdapat indikator kelemahan yang dianggap dapat berpengaruh terhadap potensi perkembangan minimarket Al-Hidayah Mart saat ini, yaitu:

#### **Kurangnya SDM**

Sumber daya manusia sebagai salah satu kunci yang menentukan perkembangan perusahaan, Untuk mencari SDM yang berkualitas sesuai bidangnya tidak lah mudah, hal ini pula yang di rasakan Al-Hidayah Mart. Hingga saat ini Al-Hidayah Mart masing kekurangan karyawan yang professional dan berkualitas di bidangnya. Hal ini dapat di lihat dari hasil wawancara dengan Ustadzah Selly selaku Manager Al-Hidayah Mart sebagai berikut:

“Al-Hidayah Mart ini kekurangan SDM yang terampil sesuai bidangnya, disini baru ada 4 karyawan yang terbagi di masing-masing unit cabang, SDM yang sangat diperlukan khususnya di bidang teknologi, audit, dan bagian gudang”. (Ustadzah Selly/Manager Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa, dari segi SDM nya Al-Hidayah Mart masih belum terpenuhi sepenuhnya. Masih diperlukannya tenaga SDM yang berkualitas sesuai dengan bidangnya.

#### **Kurangnya pemanfaatan Teknologi**

Dengan adanya fasilitas teknologi yang memadai akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan pelanggan. Perlunya pemanfaatan teknologi di era digitalisasi saat ini sangatlah penting, Adapun Al-Hidayah Mart hingga saat ini belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi untuk perkembangan usaha Al-Hidayah Mart. Hal ini dapat di lihat dari hasil wawancara dengan Ira Safitri selaku Konsumen Al-Hidayah Mart sebagai berikut:

“Fasilitas yang di berikan Al-Hidayah Mart dikatakan sudah bagus, namun sayang, dalam tingkat keamanannya belum terjamin, dikarenakan belum ada CCTV di semua unit Al-Hidayah Mart”. (Ira Safitri/Konsumen Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara ini menjelaskan bahwa, selain kenyamanan konsumen hal yang harus di perhatikan adalah tingkat keamanan, Al-Hidayah Mart hingga saat ini belum memanfaatkan teknologi untuk keamanan bersama.

#### **Kurangnya promosi (Advertising)**

Promosi advertising atau periklanan merupakan salah satu komponen penting dalam upaya pengembangan bisnis, dengan tujuan meningkatkan dan menarik lebih banyak pelanggan. Adapun Al-Hidayah Mart hingga saat ini belum bergerak aktif dalam mempromosikan Al-

Hidayah Mart agar dapat di kenal secara meluas. Hal ini semakin di kuatkan dengan hasil wawancara dengan mas Irfan R. Ikmal, B.A., C.BMc.S selaku karyawan di Al-Hidayah Mart Putra sebagai berikut:

“Hingga saat ini belum ada promosi yang di lakukan Al-Hidayah Mart, baik dalam bentuk banner, sepanduk ataupun pemberian diskon atau promo di hari-hari khusus”. (Irfan/karyawan Al-Hidayah Mart Putra/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas menunjukan bahwa Al-Hidayah Mart perlu di evaluasi kembali dari segi pemasaran, agar Al-Hidayah Mart dapat lebih berkembang dan meningkatkan jumlah konsumen.

### **Indikator Peluang**

Terdapat indikator peluang yang dianggap dapat berpengaruh terhadap potensi perkembangan minimarket Al-Hidayah Mart saat ini, yaitu:

### **Potensi Pelanggan**

Keberadaan Al-Hidayah Mart di wilayah yang padat penduduk memiliki potensi pelanggan yang sangat besar, hal ini di dasarkan pada jumlah santri pesantren PKP Al-Hidayah yang banyak di tambah dengan masyarakat sekitar Al-Hidayah Mart yang berpotensi menjadi pelanggan Al-Hidayah Mart.

Pengembangan jumlah konsumen akan semakin meningkat dengan adanya hari kunjungan santri, yang menjadi target pasar tambahan Al-Hidayah Mart.

### **Relasi dengan Alumni**

Peran Alumni dalam pengembangan pondok pesantren tidak dapat di remehkan, alumni yang tetap di rangkul oleh pondok pesantren dapat menjadi salah satu investor pondok. Sebagaimana alumni di PKP Al-Hidayah Kota Jambi, baik yang berdomisili di sekitar kota jambi maupun yang sudah berada di daerah masing-masing, alumni yang sedang membuka usaha turut serta menajadi pemasok di Al-Hidayah Mart, sebagaimana hasil wawancara dengan Aprilia Nur Jannah sebagai salah satu karyawan Al-Hidayah Mart.

“Beberapa alumni yang memiliki usaha mandiri, menitipkan barang jualanny di Al-Hidayah Mart, namun untuk prosedur nya. Masing-masing produk di batasi stoknya”. (Aprilia Nur Jannah/Karyawan Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa, Al-Hidayah Mart, secara aktif bekerja sama dengan Alumni yang sedang merintis ataupun sudah memiliki usaha mandiri yang sedang berkembang, sebagai pemasok barang bagi Al-Hidayah Mart, dan wadah bagi alumni untuk mengembangkan usahanya.

### **Kemitraan**

Menjalin kerjasama dengan lembaga perusahaan lain, sebagai potensi pengembangan Al-Hidayah Mart, adapunn bentuk kerja samanya dapat dilihat dari hasil wawancara bersama usradzah selly selaku manager Al-Hidayah Mart sebagai berikut:

“Untuk mengembangkan suatu usaha itu tidak bisa berdiri sendiri ya mba, perlu adanya kerjasama dengan pihak lainnya. Adapun Al-Hidayah Mart ini sendiri, sudah menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan sebagai pemasok barang, seperti Indogrosir, Indofood, garudafood dan beberpa perusahaan lainnya sebagai pemasok barang, dan rencanan nya kedepan kami ingin bekerja sama dengan Unilever Jambi, untuk beberapa produk”. (Selly/Manager Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa partner suplyer Al-Hidayah Mart saat ini antara lain Indofood, indogrosir, garudafood, dan beberpa alumni. Yang selanjutnya ingin di kembangkan lagi dengan bekerja sama dengan perusahaan Unilever Jambi.

### **Indikator Ancaman Pesaing**

Potensi keuntungan yang sangat besar untuk membuka usaha di sekitar PKP Al-Hidayah memunculkan banyak orang ingin memanfaatkan peluang tersebut. hal ini menimbulkan banyak nya pesaing, baik di dalam pondok atau di dalam pondok, seperti toko kelontong, supermarket dan warung-warung yang berada di sekitar Al-Hidayah Mart, sebagaimana hasil wawancara bersama Kusuma Dewi selaku Karyawan di Al-Hidayah Mart sebagai berikut:

“Pesaing Al-Hidayah Mart, dominan nya adalah warung-warung yang ada di depan pondok pesantren khususnya di hari-hari kunjungan santri, baik itu warung makanan ringan maupun makanan berat. adapun untuk di dalam pesantren sendiri, beberapa pengurus atau pengajar, memiliki usaha makanan ringan yang di titipkan di kantin pondok pesantren. Yang dapat mempengaruhi tingkat pembelian di Al-Hidayah Mart. (Kusuma Dewi/Karyawan Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di simpukan bahwa, walaupun Al-Hidayah Mart berada di lingkungan pondok pesantren, dengan target pasar yang sudah jelas adalah santri, namun minat pembelian santri dapat di pengaruhi oleh pesaing-pesaing yang ada di sekitar Al-Hidayah Mart.

### **Strategi Pengembangan Al-Hidayah Mart**

Bedasarkan hasil wawancara mengenai konsep strategi pengembangan ekonomi yang di lakukan di Al-Hidayah Mart dapat dirangkum sebagai berikut.

### **Strategi Manajemen**

Strategi manajemen akan berorientasi pada pengembangan produk, penerapan harga, pengembangan pasar, dan keuangan. Adapun strategi manajemen yang di kembangkan oleh Al-Hidayah Mart, dapat di simpulkan melalui hasil wawancara dengan mas Irfan R. Ikmal, B.A., C.BMc.S selaku karyawan di Al-Hidayah Mart Putra sebagai berikut:

“Produknya lebih di utamakan untuk memenuhi kebutuhan santri sehari-hari, seperti peralatan mandi, peralatan belajar, dan snack, dengan mengutamakan gizi santri dan keamanan untuk santri. Apa yang dia konsumsi, tepat sasaran dan tepat guna”. (Irfan/Karyawan Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa untuk meningkatkan jumlah konsumen dan sebagai salah satu strategi untuk peningkatan omset usaha ritel, dapat dilakukan dengan menganalisis kebutuhan konsumen, hal ini berguna sebagai gambaran besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang harus di proritaskan sehingga minimarket dapat melengkapi barang dagangan yang ada di toko sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. bila kebutuhan konsumen telah dipenuhi dengan baik, maka kepuasan konsumen akan tercipta. Kepuasan yang dirasakan merupakan respon baik dari konsumen.

### **Strategi Investasi**

Untuk mewujudkan kemandirian ekonomi pesantren, perlu gagasan baru untuk pengembangakan setiap unit usaha di pesantren. Sebagai salah satu strategi dalam pengembangan unit usaha di pesantren maka inventasi sangat perlu di rencanakan secara matang, Al-Hidayah Mart sendiri sedang menjalin kerjasama dengan beberpa Investor, agar tujuan pengembangan Al-Hidayah Mart membuka cabang di beberpa lokasi segerah dapat terwujud. hasil wawancara bersama usradzah selly selaku manager Al-Hidayah Mart sebagai berikut:



“Saat ini Al-Hidayah Mart sedang gencar-gencarnya menjalin kerjasama dengan beberapa lembaga ataupun perusahaan, selain sebagai pemasok, dapat juga sebagai investor untuk memperluas jaringan. Salah satunya adalah lembaga Baznas Provinsi Jambi, hasil dari kerjasama tersebut berupa etalase, untuk investasi di area depan Al-Hidayah Mart”.(Usatadzah Selly/Manager Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa saat ini Al-Hidayah Mart sedang bekerja sama dengan lembaga BAZNAS Provinsi Jambi, Hasil dari kerja sama tersebut adalah, satu unit etalase yang nanti nya akan di investasikan sebagai usaha UMKM di depan Al-Hidayah Mart, berupa kue tradisonal.

### **Strategi Bisnis**

Sebagai salah satu cara untuk mencapai pengembangan bisnis ialah dengan menentukan strategi atau taktik bisnis, sebagai pedoman untuk memperkuat rencana-rencana yang sebelumnya sudah di buat. Agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan ataupun yang sedang berjalan untuk tetap berada di jalur yang benar serta sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Salah satu strategi bisnis yang sedang di rencanakan oleh Al-Hidayah Mart adalah dalam segi kemudahan dalam bertransaksi. Hal ini dapat di lihat dari hasil wawancara bersama Ustadzah Selly sebagai Manager Al-Hidayah Mart. Sebagai berikut:

“Rencana ini sudah di pikirkan sejak awal tahun, yaitu rencana pembuatan kartu belanja untuk santri, dimana kartu tersebut sebagai identitas sekaligus alat guna pembayaran. Hal ini sudah di rencanakan, dan tinggal di realisasikan lagi”. (Usatadzah Selly/Manager Al-Hidayah Mart/Wawancara Mendalam. Jambi 2022)

Hasil wawancara di atas dapat di pahami bahwa, Al-Hidayah Mart sedang mengembangkan kartu belanja santri, sebagai salah satu trobosan agar memudahkan santri dalam bertransaksi.

### **Analisis SWOT Al-Hidayah Mart**

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang nantinya dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan ataupun organisasi.

Adapun kekuatan yang dimiliki Al-Hidayah Mart adalah lokasi Al-Hidayah Mart yang strategis, sumber daya yang telah tersedia dari fasilitas pondok pesantren, yang lengkap dan memadai. pangsa pasar jelas berasal dari santri, guru dan pengurus yang ada di PKP Al-Hidayah Kota Jambi, sumber permodalan berasal dari pondok pesantren, harga terjangkau untuk santri dan masyarakat sekitar. Adapun kelemahan yang dimiliki Al-Hidayah Mart adalah kurangnya SDM yang berkualitas di bidangnya, khususnya di bidang audit, gudang dan administrasi, teknologi kewanamanan yang belum terpenuhi, dan Masih lemahnya (promosi).

Adapun peluang yang dimiliki Al-Hidayah Mart adalah potensi pelanggan yang semakin meningkat, dengan adanya hari kunjungan santri, Relasi dengan alumni yang tetap terjalin, menjadikan alumni sebagai pemasok produk, Jaringan kemitraan yang semakin di perluas, menghasilkan beberapa investasi, Adapun ancaman yang dimiliki Al-Hidayah Mart adalah pesaing yang berasal dari dalam maupun luar pondok pesantren, dapat mempengaruhi minat belanja konsumen di Al-Hidayah Mart.

Tabel 3. Diagram Matrik SWOT

<b>IFAS</b>	<p><b>Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Lokasi Al-Hidayah Mart yang strategis.</li> <li>2.Sumber daya yang telah tersedia dari fasilitas pondok pesantren, yang lengkap dan memadai.</li> <li>3.Pangsa pasar jelas berasal dari santri, guru, dan pengurus yang ada di PKP Al-Hidayah Kota Jambi.</li> <li>4.Sumber permodalan berasal dari pondok pesantren.</li> <li>5.Harga terjangkau untuk santri dan masyarakat sekitar.</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Kurang SDM yang berkualitas di bidangnya, khususnya di bidang audit, gudang dan administrasi.</li> <li>2.Teknologi keamanan yang belum terpenuhi.</li> <li>3.Masih lemahnya (promosi)</li> </ol>	
<b>EFAS</b>	<p><b>Peluang (<i>Opportunities-O</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Potensi pelanggan yang semakin meningkat dengan adanya hari kunjungan santri.</li> <li>2.Relasasi alumni yang tetap terjalin, menjadikan alumni sebagai pemasok produk.</li> <li>3.Jaringan kemitraan yang semakin di perluas, mengasilkan beberapa investasi.</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Mengadakan even berskala besar.</li> <li>2.Membuat kartu member Al-Hidayah Mart.</li> <li>3.Memelihara kerjasama yang baik dengan kemitraan maupun alumni.</li> <li>4.Memperluas jaringan bisnis dengan membuka cabang di luar pondok pesantren.</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Melakukan pelatihan dan evaluasi bulanan untuk meningkatkan kinerja dan kualitas karyawan.</li> <li>2.Meningkatkan tingkat keamanan dengan security atau CCTV.</li> <li>3.Menyediakan, banner, sepanduk atau baliho yang lebih informative dan inovatif di minimarket Al-Hidayah Mart.</li> </ol>
	<p><b>Tantangan (<i>Threats-T</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Pesaing yang berasal dari dalam dan luar pondok, dapat mempengaruhi minat belanja konsumen di Al-Hidayah Mart.</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Memberikan diskon/promo di hari-hari khusus.</li> <li>2.Meningkatkan promosi dan manajemen pemasaran.</li> </ol>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Meningkatkan mutu pelayanan, dari segi karyawan, fasilitas minimarket maupun keamanan.</li> <li>2.Meningkatkan strategi pemasaran, baik dari media sosial maupun media cetak.</li> </ol>

### Strategi Pengembangan Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam

Adapun strategi pengembangan bisnis menurut perspektif Ekonomi Islam yang dapat diterapkan ke depannya oleh Al-Hidayah Mart, setelah melakukan analisis SWOT. di antaranya:

#### Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, perusahaan yang memiliki kualitas SDM yang baik, maka akan berdampak pada kemajuan perusahaan, sehingga pengembangan SDM di perusahaan perlu di prioritaskan. Adapun beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas SDM, agar memperoleh sumber daya manusia yang unggul dan mampu bertanggung jawab sesuai keahliannya. Dapat dilakukan melalui Perencanaan SDM, Perekrutan karyawan, Pelatihan atau Training, Penilaian prestasi. Serta Kompensasi, Islam sendiri mendorong umatnya

untuk memilih calon pegawai berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan teknis yang dimiliki. Sebagaimana firman Allah dalam surah al-Qashas: 26 “*Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya*”. [QS. al-Qashas (28): 26]

### **Meningkatkan Pemasaran**

Salah satu strategi untuk menarik pelanggan adalah dengan menyediakan fasilitas yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, salah satunya dengan menggunakan baliho sebagai alat untuk memberikan informasi langsung terhadap pelanggan, faktor lokasi yang strategis yang didukung oleh potensi pelanggan yang sangat besar diperlukan usaha yang lebih agresif dalam mempromosikan Al-Hidayah Mart.

Pesantren Al-Hidayah memiliki santri ratusan, ini merupakan peluang yang bisa dimanfaatkan dalam meningkatkan penjualan produk-produk yang disediakan oleh Al-Hidayah Mart, dengan adanya kartu member Al-Hidayah Mart diharapkan lebih memudahkan santri dalam berbelanja.

### **Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Keamanan**

Melakukan pengelolaan unit usaha secara profesional dan meningkatkan kualitas pelayanan baik dalam bentuk produk usaha, maupun melengkapi sarana dan prasarana untuk meningkatkan daya tarik konsumsi pelanggan. Dengan meningkatkan sarana dan prasarana dalam suatu usaha merupakan salah satu ikhtiar untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qura'an surah At-Taubah: 105 “*Dan katakanlah, 'bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaan mu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan'*”. [QS. at-Taubah (9): 105]

Ketika menafsirkan ayat diatas, Hasbi Ash-Shiddieqy membagi tujuan bekerja (beramal) bagi seorang muslim menjadi empat yaitu tujuan dunia, akhirat, dirinya sendiri dan umat. Maksudnya adalah kita harus bersungguh-sungguh dalam bekerja memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen, karena apa yang kita kerjakan akan dilihat oleh Alla SWT. Dan akan ada pertanggung jawabannya di akhirat kelak. Hal ini di kuatkan dengan Hadist Riwayat Abu Dawud.

*“Bekerjalah semaksimal yang kamu biasa lakukan, karena sesungguhnya Allah tidak pernah bosan sampai kalian bosan sendiri. Hanya saja, amal perbuatan yang paling dicintai oleh Allah adalah sedikit namun berketetapan”*. (HR. Abu Dawud)

Bekerja sebaik mungkin akan menghasilkan citra organisasi yang baik, Apabila pelayanan prima dengan meningkatkan sarana dan prasarana dilakukan dengan sebaik mungkin, dari hal kecil dengan berketetapan dan berjangka panjang, maka akan meningkatkan jumlah konsumen dan keuntungan.

### **Melakukan Evaluasi**

Evaluasi diperlukan untuk mengukur kinerja sebuah perusahaan, apakah kinerja perusahaan sesuai atau tidaknya dengan target yang ingin di capai, ada beberapa langkah dalam proses evaluasi yang dapat meningkatkan pengembnagan bisnis yaitu meninjau kembali faktor internal dan eksternal, mengukur target unit usaha dan membandingkan dengan capain kinerja, serta melakukan pengawasan untuk memastikan program berjalan sesuai rencana. . Ajaran Islam sangat memperhatikan adanya bentuk pengawasan terhadap diri terlebih dahulu sebelum melakukan pengawasan terhadap orang lain. Hal ini antara lain berdasarkan hadits Rasulullah Saw sebagai berikut:

*“Periksalah dirimu sebelum memeriksa orang lain. Lihatlah terlebih dahulu atas kerjamu sebelum melihat kerja orang lain”*. (HR. Tirmidzi: 2383).

Dari hadist di atas dapat di pahami bahwa pengawasan dan mengevaluasi diri sendiri dan orang lain perlu dilakukan agar tercapai tujuan organisasi. Oleh karena itu semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata, Niat karna Allah karna Allah maha mengetahui, Allah selalu mengawasi hambanya.

## Simpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Startegi Pengembangan Ekonomi Pesantren Pondok Karya Pembangunan Al-Hidayah Kota Jambi dengan Studi Kasus Al-Hidayah Mart. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Al-Hidayah Mart adalah suatu unit usaha yang bergerak dibidang ritel sebagai salah satu pemasok pendapatan pondok pesantren PKP AL-Hidayah Kota Jambi. Adapun potensi dan peluang serta strategi pengembangan Al-Hidayah Mart sebagai pengembangan ekonomi pesantren. dapat disimpulkan sebagai berikut:

Potensi dan peluang yang dimiliki Al-Hidayah Mart, dalam hal pengembangan ekonomi pesantren dapat dilihat dari: Pertama, Indikator Kekuatan yang di miliknya berupa lokasi yang strategis, target pasar yang jelas, sumber daya yang dimiliki, permodalan, dan harga terjangkau. Kedua, Indikator Kelemahan yang harus di perbaiki yaitu kurangnya SDM yang berkualitas, kurangnya pemanfaatan teknologi keamanan, dan kurangnya promosi. Ketiga, Indikator Peluang yang harus di manfaatkan yaitu potensi pelanggan yang meningkat, relasi alumni sebagai pemasok barang, dan jaringan kemitraan yang semakin meluas. Keempat, Indikator Ancaman yang harus minimalkan di yaitu pesaing yang berada di dalam dan luar pondok pesantren Al-Hidayah.

Strategi pengembangan, dan berdasarkan analisis Internal dan Eksternal maka strategi yang dapat dikembangkan oleh Al-Hidayah Mart dalam pengembangan usaha nya adalah antara lain:

Strategi SO (*Strenght Opportunities*): Mengadakan even bersekala besar, membuat kartu member Al-Hidayah Mart, memelihara kerjasama yang baik dengan kemitraan maupun alumni, Memperluas jaringan bisnis dengan membuka cabang di luar pondok pesantren. Strategi WO (*Weakness Opportunities*): Melakukan pelatihan dan evaluasi bulanan untuk meningkatkan kinerja dan kualitas karyawan, meningkatkan tingkat keamanan dengan security atau CCTV, Menyediakan, banner, sepanduk atau baliho yang lebih informative dan inovatif di minimarket Al-Hidayah Mart. Strategi ST (*Strenght Threat*): Memberikan diskon/promo di hari-hari khusus, meningkatkan promosi dan manajemen pemasaran. Strategi WT (*Weakness Threat*): Meningkatkan mutu pelayanan, dari segi karyawan, fasilitas minimarket maupun keamanan, Meningkatkan strategi pemasaran, baik dari media sosial maupun media cetak.

Rekomendasi strategi pengembangan bisnis dalam prespektif ekonomi Islam sebagai berikut: Meningkatkan kualitas SDM, Meningkatkan pemasaran, Meningkatkan kualitas pelayanan dan keamanan, Melakukan evaluasi.

## Referensi

- Abdul, K. A. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat dan Kebiasaan Belanja Masyarakat di Kelurahan Tamamaung Kota Makasar. *Skripsi*. hlm 14.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Kementrian Agama RI
- Anwarrosid, M. F. (2020). Upaya Pengembangan Kewirausahaan Santri Melalui Unit Usaha di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo. *Skripsi*. IAIN Ponorogo.
- Buna, I. (2008). Penelitian Kualitatif. *Jurnal*. STAIN Pemekasan Press.
- Choirul, F. Y., & Suwito, N. S. (2010). Model Pengengembangan Ekonomi Pesantren, STAIN Yogyakarta: Purwokerto Pres.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitaitaif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

- Deasy, W. (2012). Peningkatan Entrepreneurship dalam Menciptakan Lapangan Pekerjaan dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Jurnal ISEI Jember*. Volume 2 Nomor 2.
- Deadorff, A. (2009). Economic Development. Deadorffs Glossary of Internasional Economic.
- Dinn, W. (2015). *Manajemen Kurikulum*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fredyy, R. (2014). *Analissi SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- George, S., dan Jhon, M. (2002). *Manajemen Strategik*. Penerjemah Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.
- Halim, A. (2005). *Manajemen Pesantren*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Hasbulloh. (2009). *Kapita Selekta Pendidikan Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ilham, B., & Khotibul, U. (2017). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Santri dan Masyarakat di Lingkungan pondok Pesantren Wirausaha Lantabur Kota Cirebon, *Jurnal Al-Mustashfa*. Vol. 2(1), Juli 2017.
- Imami A. S., Halimi, F., & Muhammad, M. (2021). Penguatan Kapasitas Ekonomi Pondok Pesantren Nurul Jadid Melalui Unit Usaha EN-JE Mart, *Jurnal Penelitian dan Kajian Keislaman*, Vol. 9(3).
- Iskandar, P. (2010). *Economics Pengantar Mikro dan Makro*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2014). Pustaka Bahasa, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasiona Indonesia.
- Katadata, (2021). Indonesia negara berpenduduk muslim terbesar dunia. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Komariah, N. (2016). Pondok Pesantren Sebagai Role Model Pendidikan Berbasis Full Day School. *Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 221–240.
- Khoerunnisa, E. (2019) Strategi Pengembangan Ekonomi Pesantren Al-Munawwir Kompleks Q Krpyak Yogyakarta (Studi Kasus Minimarket Q-Mart).
- Maruf. (2019). Pondok Pesantren Lembaga Pendidikan Pembentuk Karakter. *Jurnal Mubtadiin*, Volume 2 Hlm 93–104.
- Mulia, N. (1996). *Pengantar Manajemen*. Jakarta Djambatan.
- Nita, A. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Mini Market Islam Sebagai Pendidikan Kemandirian Santri. *Jurnal Al-Hikmah*, Vol 18. Hlm 158
- Nurul, F. A. (2018). Pembangunan Masyarakat Berbasis, Pengembangan ekonomi Pesantren Rubat Mbalong Ell Firdaus Tambaksari Kedungreja Cilacap Jawa Tengah. *Skripsi*. IAIN Purwokerto.
- Sukimin, (2012). *Pengembangan Media Pembelajaran*, Yogyakarta: PT Pustaka Insan Madani.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitaitaif dan R&B*, Bandung: Alfabet.
- Shafwan, M. H. (2014). *Inti Sari Sejarah Pendidikan Islam*. Solo: Pustaka Arafah.
- Rintan, S. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial, *Jurnal Kewirausahaan*, Volume 3 Nomor 2.
- Umiarso, (2011). *Pesantren di Tengah Arus Pendidikan*. Semarang: Pustaka Rasail.
- Wiliam, G. (1989). *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Penerjemah Hariyadin Mahardika. Jakarta: Erlangga.
- Zainal, A., & Abdul, W. (2016). *Kyai & Ekonomi Dialektika & Praktisi Ekonomi Islam di Madura*.
- Ziemik, M. (1986). *Pesantren dalam Perubahan Sosial*: Jakarta