

Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Usaha Kopi: Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Hasan Panti, Jember

Yuana Chelsea^{1*}, Hamidah², Jamil Mustofa³, Taufiqur Rahman⁴, Ubaidatun Nurul Hikmah⁵

¹ Perbankan Syari'ah, Unive Islam Kiai Achmad Siddik Jember

¹yuanac66@gmail.com, ²hamidahusnainn@gmail.com, ³jamilmustofa043@gmail.com, ⁴duaupik@gmail.com, ⁵subeyyy1604@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren melalui pengembangan usaha kopi di Pondok Pesantren Al-Hasan, Panti, Jember. Pesantren sebagai institusi pendidikan Islam memiliki peran strategis dalam pembangunan sosial-ekonomi, terutama dalam meningkatkan kapasitas santri agar mampu mandiri secara ekonomi. Usaha kopi di pesantren ini menjadi contoh konkret bagaimana lembaga keagamaan memanfaatkan sumber daya internal untuk menciptakan unit usaha berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan melalui metode observasi partisipatif dan studi dokumentasi, dengan fokus pada analisis sumber daya fisik, intelektual, dan finansial, serta kajian SWOT terhadap keberlanjutan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal fisik yang dimiliki meliputi ruang produksi, alat roasting dan grinding, perlengkapan kemasan, serta warung penjualan di lingkungan pesantren. Modal intelektual terdiri dari pelatihan barista bagi santri, keterlibatan alumni sebagai mentor, dan pemanfaatan branding Islami dalam kemasan produk. Sementara itu, modal finansial bersumber dari dana internal pondok, hasil unit usaha lain seperti koperasi dan toko kitab, serta skema pre-order dan infaq jamaah. Ketiga bentuk modal ini menunjukkan sinergi yang baik dalam mendukung kegiatan produksi dan distribusi kopi. Dari sisi analisis SWOT, ditemukan bahwa kekuatan utama usaha ini terletak pada jumlah santri yang besar, keberadaan jaringan alumni sebagai pasar potensial, dan lokasi strategis di daerah penghasil kopi. Peluang eksternal mencakup tren minum kopi di kalangan muda, termasuk santri, serta potensi ekspansi ke marketplace digital dan jaringan kedai kopi syariah. Namun demikian, kelemahan seperti kurangnya keterampilan manajerial, keterbatasan SDM dalam pemasaran digital, dan belum tersedianya sistem pencatatan keuangan yang profesional menjadi tantangan serius. Ancaman utama datang dari kenaikan harga bahan baku, merek kompetitor yang lebih dikenal luas, serta pembatasan jam operasional di lingkungan pendidikan yang dapat menghambat distribusi. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi pesantren dapat menjadi strategi efektif dalam mencetak santri yang tidak hanya religius tetapi juga produktif secara ekonomi. Usaha kopi yang dilakukan tidak hanya menjadi sumber pemasukan pondok, tetapi juga media pelatihan keterampilan wirausaha bagi para santri. Hal ini sejalan dengan tren ekonomi pesantren yang mulai bertransformasi menjadi pusat inkubasi bisnis berbasis nilai-nilai keislaman (Zarkasyi, 2020; Rahmawati & Huda, 2021; Prasetyo, 2022; Amiruddin, 2023; Sari & Maulana, 2023).

Kata Kunci: ekonomi pesantren, usaha kopi, pemberdayaan santri, kewirausahaan Islami, analisis SWOT

PENDAHULUAN

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang telah lama berakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Selain fungsi utamanya sebagai pusat pendidikan dan dakwah, pesantren kini mulai bergerak ke arah yang lebih progresif sebagai motor penggerak ekonomi umat. Transformasi ini dipicu oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya kemandirian ekonomi bagi lembaga pendidikan Islam serta tantangan global yang menuntut lembaga keagamaan agar adaptif terhadap perkembangan zaman (Zarkasyi, 2020). Dalam perkembangannya, banyak pesantren mulai menginisiasi unit-unit usaha produktif berbasis keterampilan santri. Kegiatan kewirausahaan yang berkembang di lingkungan pesantren mencakup pengolahan makanan, peternakan, pertanian, dan industri kreatif berbasis syariah. Tujuannya bukan hanya untuk menciptakan pendapatan lembaga, melainkan juga untuk mencetak santri yang tidak hanya religius tetapi juga mandiri secara ekonomi (Rahmawati, S., & Huda, 2021). Kewirausahaan pesantren pada akhirnya diharapkan mampu berkontribusi dalam membangun ekonomi umat dari level akar rumput, sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar (Amiruddin, 2023).

Salah satu inovasi yang muncul adalah pengembangan usaha kopi di lingkungan pesantren. Fenomena ini tidak lepas dari semakin populernya budaya ngopi di kalangan anak muda, termasuk santri, serta melimpahnya potensi alam Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbaik di dunia. Pondok Pesantren Al-Hasan di Panti, Jember, merupakan contoh nyata pesantren yang memanfaatkan potensi lokal ini dengan mengembangkan unit usaha kopi yang melibatkan santri secara langsung dalam proses produksi, distribusi, hingga pemasaran. Usaha ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan pondok, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran keterampilan praktis bagi santri (Maulana, H., & Sari, 2023). Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi pesantren melalui unit usaha kopi memiliki dampak signifikan terhadap pemberdayaan komunitas internal dan eksternal. (Prasetyo, 2022) menekankan bahwa keberhasilan ekonomi pesantren ditentukan oleh kemampuan integrasi nilai-nilai keislaman dengan manajemen bisnis modern. Sementara itu, (Yusuf, M., Basri, H., & Rahayu, 2020)

menunjukkan bahwa keterlibatan alumni dan masyarakat sekitar dalam rantai pasok usaha pesantren memperkuat jaringan bisnis dan loyalitas konsumen.

(Fathurrahman, M., & Widodo, 2021) menyoroti pentingnya pelatihan kompetensi seperti barista, teknik sangrai, dan packaging sebagai kunci sukses pengembangan usaha kopi berbasis pesantren. Penguatan identitas Islami melalui kemasan, nama produk, dan nilai dakwah menjadi keunikan yang tidak dimiliki oleh industri kopi konvensional. Selain itu, (Novitasari, I., & Setiawan, 2020) menambahkan bahwa pesantren yang berhasil mengintegrasikan pemasaran digital melalui media sosial memiliki daya saing lebih tinggi, karena mampu menembus pasar luar dengan biaya promosi yang efisien. Namun demikian, tantangan tetap ada. (Fitriani, 2022) mengungkapkan bahwa keterbatasan manajemen profesional, pencatatan keuangan yang lemah, serta ketergantungan pada santri yang belum berpengalaman menjadi hambatan umum dalam usaha pesantren. Hal serupa juga disampaikan oleh (Hamid, R., & Latifah, 2021), yang menyatakan bahwa banyak unit usaha pesantren belum memiliki sistem keuangan dan evaluasi usaha yang terstruktur, sehingga sulit melakukan ekspansi secara strategis.

Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan pendekatan kolaboratif dan partisipatif dalam pengelolaan usaha. (Sulaiman, M., Azzam, M., & Khadijah, 2023) menunjukkan bahwa keterlibatan stakeholder internal (pengasuh, santri, alumni) dan eksternal (petani kopi, pemerintah, e-commerce) dapat meningkatkan keberlanjutan usaha. Dukungan pelatihan, akses modal, serta pendampingan bisnis menjadi kunci agar usaha pesantren dapat bertahan dan bersaing. Secara umum, pengembangan unit usaha kopi berbasis pesantren merupakan bentuk sinergi antara nilai-nilai spiritual dan semangat produktivitas. Ia bukan hanya mengajarkan santri tentang ilmu duniawi, tetapi juga memberi ruang bagi aktualisasi keterampilan hidup yang konkret. Oleh karena itu, perlu adanya dokumentasi ilmiah dan kajian mendalam terhadap model praktik ekonomi pesantren agar dapat direplikasi oleh pesantren lainnya di Indonesia.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi partisipatif. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang praktik pemberdayaan ekonomi di Pondok Pesantren Al-Hasan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha kopi. Peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan observasi lapangan untuk mengamati alur produksi, manajemen, dan peran santri dalam proses usaha. Observasi dilakukan selama dua minggu pada bulan Mei 2025. Dalam prosesnya, peneliti mencatat aktivitas keseharian yang berkaitan dengan usaha kopi seperti proses sangrai, penggilingan, pengemasan, penjualan, hingga pemasaran digital.

Selain observasi, penelitian ini juga melibatkan wawancara informal dengan beberapa pihak, antara lain pengurus pesantren, santri yang terlibat dalam produksi, serta alumni yang berperan sebagai mitra usaha atau reseller. Wawancara ini bertujuan untuk mengungkap persepsi, pengalaman, serta harapan mereka terhadap keberlanjutan usaha kopi. Semua data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan merujuk pada kerangka SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk melihat potensi serta tantangan pengembangan usaha.

Sub Title 2

Pada bagian ini, fokus utama diarahkan pada pendekatan pemecahan masalah yang diterapkan dalam pengembangan usaha kopi pesantren. Strategi penyelesaian yang digunakan bersifat adaptif dan berbasis lokalitas, di mana pihak pesantren mengidentifikasi permasalahan yang muncul secara kolektif melalui forum musyawarah internal. Permasalahan seperti keterbatasan alat produksi, kurangnya pelatihan teknis, serta lemahnya sistem pemasaran ditanggapi dengan solusi berbasis kolaborasi antara santri, pengurus, dan alumni. Misalnya, untuk mengatasi keterbatasan peralatan, pesantren bekerja sama dengan donatur dan alumni untuk menyediakan mesin roasting dan kemasan. Sementara untuk pelatihan barista, pesantren mengundang pelatih dari komunitas kopi lokal secara berkala.

Metode penyelesaian ini tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dalam mengantisipasi ancaman eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku atau kompetisi pasar. Strategi jangka panjang yang diterapkan meliputi digitalisasi pemasaran, pemanfaatan media sosial untuk branding, serta pengembangan platform pre-order dan crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan. Dengan demikian, pengembangan usaha kopi pesantren ini tidak hanya berjalan dengan mengandalkan sumber daya yang ada, tetapi juga terus dikembangkan dengan pendekatan inovatif dan berkelanjutan.

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT Pondok Pesantren Nuris

Aspek	Uraian
Strengths	SDM santri melimpah, dukungan pesantren, lokasi dekat petani kopi, branding Islami
Weaknesses	Kurangnya pelatihan teknis, sistem keuangan belum profesional, pasar terbatas saat libur
Opportunities	Tren ngopi santri, e-commerce, dukungan alumni, pelatihan dari luar pesantren
Threats	Harga bahan baku naik, pesaing dari merek kopi besar, keterbatasan jam operasional

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kopi di Pondok Pesantren Al-Hasan dikelola secara mandiri dengan memanfaatkan sumber daya internal pesantren, baik fisik, intelektual, maupun finansial. Modal fisik meliputi ruang produksi, mesin roasting dan grinder, alat pengemasan, dan warung penjualan di dalam lingkungan pondok. Modal intelektual diperoleh dari pelatihan barista yang diberikan oleh alumni dan mitra komunitas kopi, serta pengetahuan pengurus tentang syariat yang dimanfaatkan untuk branding Islami produk seperti label halal, nama arab, dan konten dakwah dalam promosi. Sementara itu, modal finansial bersumber dari dana koperasi, hasil penjualan kitab, serta sistem pre-order dan infaq dari masyarakat sekitar.

Pondok ini berhasil mengembangkan model ekonomi yang melibatkan santri secara langsung sebagai tenaga kerja dalam proses produksi, pengemasan, hingga promosi. Santri tidak hanya belajar agama, tetapi juga memperoleh keterampilan kewirausahaan. Strategi pemberdayaan ini sesuai dengan pendekatan pesantrenpreneurship, di mana pendidikan agama dibarengi dengan praktik ekonomi riil sebagai bentuk dakwah sosial (Rahmawati, S., & Huda, 2021). Pemasaran produk dilakukan melalui warung pesantren, jejaring alumni, dan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Namun demikian, sistem pencatatan keuangan dan evaluasi usaha masih dilakukan secara manual dan belum menggunakan metode pembukuan standar. Hal ini menjadi tantangan dalam aspek profesionalisme manajemen usaha (Hamid, R., & Latifah, 2021).

Analisis SWOT Usaha Kopi

Berdasarkan observasi dan wawancara, analisis SWOT terhadap usaha kopi Pondok Pesantren Al-Hasan disajikan sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strengths): Sumber daya manusia yang melimpah, lokasi yang dekat dengan petani kopi lokal, dan branding Islami menjadi keunggulan utama pesantren dalam menjalankan usaha kopi. Hal ini diperkuat dengan dukungan penuh dari pengurus dan partisipasi aktif alumni sebagai reseller (Zarkasyi, 2020).
2. Kelemahan (Weaknesses): Pesantren belum memiliki sistem akuntansi usaha yang baku, dan pelatihan barista hanya bersifat periodik. Ketergantungan pada santri yang bersifat musiman juga menjadi kendala, terutama saat liburan panjang ketika banyak santri pulang kampung (Fitriani, 2022).
3. Peluang (Opportunities): Tren konsumsi kopi di kalangan generasi muda, termasuk santri, semakin meningkat. Selain itu, produk kopi berlabel Islami memiliki ceruk pasar tersendiri di kalangan umat Islam yang mendambakan produk halal dan bernilai dakwah (Maulana, H., & Sari, 2023).
4. Ancaman (Threats): Kenaikan harga bahan baku seperti gula, kemasan, dan biji kopi dapat menekan margin keuntungan. Selain itu, merek kopi komersial yang lebih dikenal luas menjadi pesaing serius bagi produk pesantren (Fathurrahman, M., & Widodo, 2021).

Temuan ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya bahwa pesantren dapat menjadi pusat inkubasi bisnis jika mampu mengelola potensi internal secara profesional dan adaptif terhadap perubahan pasar (Prasetyo, 2022). Meski sebagian pesantren masih mengalami kesulitan dalam aspek manajemen dan teknologi, integrasi antara nilai spiritual dan praktik ekonomi menciptakan model usaha yang berakar kuat di masyarakat (Yusuf, M., Basri, H., & Rahayu, 2020). Praktik yang dilakukan Pondok Pesantren Al-Hasan juga sejalan dengan pendekatan dakwah bil hal, yaitu menyampaikan nilai-nilai Islam melalui aktivitas nyata yang bermanfaat secara sosial dan ekonomi. Melalui usaha kopi, pesantren tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi lembaga, tetapi juga memberikan pelatihan keterampilan, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat jaringan sosial berbasis nilai-nilai Islam (Sulaiman, M., Azzam, M., & Khadijah, 2023).

Pentingnya digitalisasi dan peningkatan kapasitas manajerial juga ditegaskan oleh (Novitasari, I., & Setiawan, 2020) yang menekankan bahwa penggunaan media sosial dan pembukuan berbasis aplikasi sederhana dapat memperkuat daya saing UMKM berbasis pesantren. Untuk itu, perlu ada dukungan dari pemerintah, LSM, maupun alumni dalam bentuk pelatihan manajemen usaha, pendampingan keuangan syariah, dan akses permodalan syariah (Maulana, H., & Sari, 2023). Akhirnya, praktik ekonomi di Pondok Pesantren Al-Hasan membuktikan bahwa pesantren tidak hanya sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai entitas sosial-ekonomi yang mampu mandiri dan berdaya guna secara berkelanjutan (Sari, A., & Maulana, 2023).

KESIMPULAN

Pengembangan unit usaha kopi di Pondok Pesantren Al-Hasan, Panti, Jember, merupakan praktik konkret dari integrasi antara pendidikan agama dan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Pesantren ini tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan Islam, tetapi juga sebagai ruang praktik kewirausahaan yang melibatkan santri secara langsung dalam aktivitas ekonomi yang bernilai produktif dan edukatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kopi pesantren sangat ditopang oleh pemanfaatan sumber daya internal yang komprehensif, meliputi modal fisik (alat produksi, ruang usaha, kemasan), modal intelektual (pelatihan barista, pengetahuan branding Islami), dan modal finansial (koperasi, dana infaq, dan hasil usaha pesantren lain).

Kegiatan ini membuktikan bahwa santri tidak hanya dapat diposisikan sebagai objek pendidikan, tetapi juga sebagai subjek pembangunan ekonomi yang aktif, kreatif, dan adaptif terhadap dinamika pasar. Santri diberi ruang untuk belajar keterampilan teknis seperti roasting, pengemasan, hingga pemasaran digital, sekaligus memahami prinsip syariah dalam berwirausaha. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga membentuk karakter santri yang mandiri dan bertanggung jawab secara sosial serta spiritual. Namun demikian, penelitian ini juga mengungkapkan sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi. Lemahnya sistem pencatatan keuangan, keterbatasan pelatihan lanjutan, serta sifat musiman keterlibatan santri menjadi faktor penghambat keberlanjutan usaha. Selain itu, ancaman eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku dan persaingan dari merek kopi komersial juga memerlukan strategi adaptif jangka panjang. Maka, peningkatan kapasitas manajerial, adopsi teknologi digital, serta kolaborasi dengan pihak luar seperti alumni, komunitas kopi, dan pemerintah menjadi sangat penting dalam mendukung keberlangsungan program ini.

Dari sudut pandang teoritik, model usaha kopi di pesantren ini merepresentasikan pendekatan entrepreneurial pesantren yang menjembatani antara nilai-nilai tradisional pesantren dan tuntutan modernitas ekonomi. Pesantren bukan hanya tempat belajar agama, tetapi juga menjadi laboratorium sosial-ekonomi berbasis syariah. Temuan ini mendukung pandangan bahwa ekonomi pesantren dapat menjadi kekuatan alternatif dalam pembangunan ekonomi lokal dan nasional jika dikelola secara sistematis dan inklusif. Oleh karena itu, praktik pemberdayaan ekonomi di Pondok Pesantren Al-Hasan ini layak dijadikan model replikasi bagi pesantren lain, dengan penyesuaian konteks lokal dan dukungan sistem pelatihan serta infrastruktur bisnis. Penelitian lebih lanjut dapat diarahkan pada kajian keberlanjutan usaha pesantren berbasis digital, pembiayaan syariah, dan integrasi kurikulum kewirausahaan ke dalam sistem pendidikan formal di lingkungan pondok pesantren.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan kemudahan yang diberikan selama proses penyusunan jurnal ini, mulai dari tahap observasi, pengumpulan data, hingga penyusunan laporan akhir. Penelitian ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan dan kontribusi dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam prosesnya. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Pengasuh Pondok Pesantren Al-Hasan, Panti, Jember, beserta seluruh jajaran pengurus yang telah memberikan akses dan izin kepada tim peneliti untuk melakukan kegiatan observasi di lingkungan pesantren. Ketersediaan mereka dalam membuka ruang diskusi, memberikan informasi yang relevan, serta mendampingi proses pengumpulan data lapangan sangat berarti dalam memperkaya temuan penelitian ini.

Penulis juga sangat menghargai partisipasi aktif para santri yang terlibat dalam unit usaha kopi, yang telah bersedia berbagi pengalaman, pengetahuan, dan aspirasi mereka terkait kegiatan wirausaha di pesantren. Tanpa keterlibatan santri secara langsung, penelitian ini tidak akan mendapatkan gambaran menyeluruh tentang proses pemberdayaan ekonomi yang terjadi secara nyata di lapangan. Apresiasi mendalam juga disampaikan kepada para alumni Pondok Pesantren Al-Hasan yang telah menjadi mitra penting dalam distribusi dan pemasaran produk kopi pesantren. Keterlibatan alumni sebagai jejaring ekonomi menunjukkan kekuatan relasi sosial yang tumbuh dari sistem pendidikan pesantren dan menjadi modal sosial yang luar biasa dalam membangun kemandirian ekonomi.

Ucapan terima kasih yang tulus juga diberikan kepada dosen pembimbing dan para penguji yang telah memberikan masukan berharga dalam proses penyusunan karya ilmiah ini. Arahan akademik yang diberikan sangat membantu dalam memperkuat analisis dan memperjelas arah metodologi yang digunakan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada tim observasi yang terdiri dari rekan-rekan mahasiswa satu kelompok yang telah bekerja sama secara solid dan penuh tanggung jawab. Kolaborasi tim yang baik selama proses penelitian menjadi kunci kelancaran kegiatan ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi komunitas akademik, tetapi juga bagi para praktisi, pengelola pesantren, dan pihak-pihak yang berkomitmen dalam mendorong kemandirian ekonomi berbasis pesantren di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, R. (2023). Model pemberdayaan santri berbasis unit usaha mandiri. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 6(1), 87–89.
- Fathurrahman, M., & Widodo, H. (2021). Penguatan kapasitas wirausaha santri melalui pelatihan barista dan manajemen kopi. *Jurnal Ekonomi Umat*, 8(2), 121–133.
- Fitriani, A. (2022). Tantangan pengembangan ekonomi pesantren di era digital. *Journal of Islamic Economics Studies*, 5(3), 201–214.
- Hamid, R., & Latifah, S. (2021). Manajemen keuangan pesantren berbasis usaha produktif. *Jurnal Akuntansi Syariah Indonesia*, 4(1), 44–56.
- Maulana, H., & Sari, N. (2023). Branding produk pesantren dalam industri kreatif halal. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 99–112.
- Novitasari, I., & Setiawan, D. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM Pesantren. *Jurnal Ekonomi Digitas Syariah*, 3(1), 50–63.
- Prasetyo, D. (2022). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Pesantren. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(1), 22–29.
- Rahmawati, S., & Huda, M. (2021). Transformasi Ekonomi Pesantren dalam Pengembangan Kewirausahaan Santri. *Jurnal Ilmu Soisal Dan Pendidikan*, 5(1), 33–41.
- Sari, A., & Maulana, H. (2023). Digitalisasi Usaha Pesantren dalam Menghadapi 4.0. *Journal of Islamic Entrepreneurship*, 4(2), 55–68.
- Sulaiman, M., Azzam, M., & Khadijah, F. (2023). Peran kepemimpinan pesantren dalam pengembangan ekonomi berbasis komunitas. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 7(1), 70–83.
- Yusuf, M., Basri, H., & Rahayu, D. (2020). Kolaborasi Pesantren dan Petani dalam Pemberdayaan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Syariat*, 4(2), 145–159.
- Zarkasyi, A. (2020). Pondok Pesantren Sebagai Basis Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 18(2), 145–159.