

PEMBERDAYAAN SANTRI MELALUI KEWIRAUSAHAAN DAN KEMAMPUAN PENGUATAN KEUNGGULAN PRODUK BERBASIS PADA KEARIFAN LOKAL

Beni Dwi Komara

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

benikomara@umg.ac.id

Heri Cahyo Bagus Setiawan

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

hericbs@umg.ac.id

Aries Kurniawan

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

ariesaja@umg.ac.id

ABSTRACT

Nowadays Santri are not only required to focus on studying religious knowledge but are also required to be able to learn to be Santri who have economic independence. With the expectation that later when they enter the community, Santri will become role models in the application of religion in their lives, which is also related to economic independence. This study aims to find out how the empowerment of Santri carried out by Islamic Boarding Schools to establish economic independence through entrepreneurship and have the ability to strengthen product excellence based on local wisdom values that are rooted in Indonesian culture and remain in line with Islamic teachings, not based on other systems that only concerned with the life of the world without regard to life after death. The study was conducted at the Independent Mukmin Islamic Boarding School which has 2 locations in Sidoarjo and Tulungagung. The research methodology uses qualitative, to be able to make interpretive naturalistic approaches and presented in descriptive form, or described in depth. As a result, Santri Empowerment is able to be done through religious education by memorizing the Koran and the yellow book and providing knowledge of the business world that is learned in theory and practice. The entrepreneurship of this coffee business fully involves students in the whole process starting from planning, preparing the organizational structure, implementing HR, Finance, production and marketing. Santri has been taught how to strengthen product excellence, especially cultural excellence in the form of local wisdom that is not owned elsewhere and is able to be a product strength booster, namely the creation of mutual cooperation by all stakeholders in the coffee business and the identity of students & Islamic boarding schools which is very good for the domestic market which is predominantly Muslim.

Keywords: Empowerment, Santri, Entrepreneurship, Product Strengthening, Local Wisdom

PENDAHULUAN

Menteri Agama Fachrul Razi menyampaikan bahwa pada tahun 2020 jumlah santri mukim sudah mencapai angka 5 juta orang pada 28.194 pesantren yang tersebar diseluruh Indonesia. Sedangkan total santri bila dihitung bermukim dan tidak bermukim angkanya sangat bear yaitu 18 juta orang (Hidayatullah, 2020).

Dengan jumlah santri yang sangat besar maka demi kemajuan bangsa para santri tidak hanya dituntut untuk fokus mempelajari ilmu agama saja namun juga dituntut untuk bisa belajar menjadi santri mandiri yang berdaya secara ekonomi. Dengan harapan ketika nanti terjun di masyarakat santri ini akan menjadi panutan dalam penerapan agama dalam kehidupannya yang didalamnya juga terkait dengan kemandirian ekonominya.



Oleh sebab itu perlu dilakukan upaya pemberdayaan santri dengan cara mengembangkan kemampuan berfikir, menghilangkan kebiasaan yang kurang tepat, dan mengembangkan potensi diri agar dapat memecahkan masalah kehidupan sehari-hari secara konstruktif, inovatif dan kreatif sehingga dapat menghadapi realitas kehidupan dengan baik secara lahiriah maupun batiniah (Haedari, 2004). Pemberdayaan akan dilakukan melalui implementasi kewirausahaan. Mengapa kewirausahaan yang dipilih untuk pemberdayaan santri, karena setidaknya ada 5 alasan yaitu, mengurangi kegalauan santri selepas tamat pendidikan, meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia, menyumbang pendapatan daerah, memutus mata rantai 'uang sogokan' di lembaga impian seperti pegawai negeri dan mempertajam jiwa wirasaha, mampu membaca peluang ekonomi dan sosial di sekitar (Endang, 2019). Pemberdayaan santri ini juga bagian dari upaya rekonstruksi sosial pedagang tradisional, sebuah langkah yang berorientasi pada ekonomi rakyat untuk menghidupkan kembali pedagang tradisional yang memiliki kekuatan ekonomi dan tidak hanya menjadi objek sosial Ekonomi, politikus politisi, dan pemerintah daerah pada waktu-waktu tertentu saja (Komara & Prasetya, 2019).

Selain kemampuan kewirausahaan santri juga diharapkan memiliki kemampuan memberikan penguatan keunggulan produk sehingga bisa memberikan sentuhan positif produk menjadi lebih bersaing dan mampu menembus pasar. Produk memiliki daya saing bila didukung oleh faktor-faktor penguat, seperti faktor dukungan budaya, ketersediaan bahan baku, dukungan letak geografis, dukungan pariwisata dan dukungan lingkungan Creativogenik. (Samodro, 2013).

Saat ini sudah banyak pesantren yang mulai memberikan pembekalan kewirausahaan kepada para santrinya. Diantaranya adalah Pondok Pesantren Mukmin Mandiri yang terletak di dua lokasi yaitu di Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Tulungagung. Pondok Pesantren ini juga dikenal sebagai Pesantren Agrobisnis dan Agroindustri. Didirikan KH. Muhammad Zakki, seorang kiai kharismatik yang juga seorang pengusaha eksportir kopi. Mengekspor kopi ke negara Asia, negara-negara timur tengah dan bahkan sampai ke Eropa. Praktik kewirausahaan di Pondok Pesantren Mukmin telah memberikan kontribusi moral, berupa pesantren bisa

menjadikan santri menjadi wirausahawan. Kedua, dalam betuk material diaman pesantren juga mampu memberdayakan kemandirian ekonomi santri, sementara santri mendapatkan insentif keuangan (pendapatan) untuk kinerjanya yang terlibat dalam praktik kewirausahaan, serta mendukung ekonomi pesantren. (Setiawan, 2019).

Berdasarkan paparan diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang bertujuan mengetahui bagaimana pemberdayaan santri yang dilakukan oleh Pondok Pesantren untuk membentuk kemandirian ekonomi melalui kewirausahaan dan bagaimana santri bisa memiliki kemampuan penguatan keunggulan produk berbasis pada nilai-nilai kearifan lokal yang berakar dari budaya bangsa Indonesia dan tetap sejalan dengan ajaran agama Islam, bukan berdasarkan sistem lain yang hanya mementingkan kehidupan dunia semata tanpa memperdulikan kehidupan setelah mati.

METODE PENELITIAN

Indepth Interview

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah social. (Raco, J. 2018).

Metode Pengumpulan Data

Indepth Interview

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam kepada 2 orang santri (santri yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di pesantren), 1 orang pengasuh pesantren (kiyai pesantren) dan 1 orang santri senior yang membidangi pengembangan usaha pesantren (manajemen). Secara spesifik, tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk mengetahui informasi dari aspek sejarah, aktivitas santri dan pesantren, programan entrepreneur pesantren dan manajemen kewirausahaan yang dijalankan di pesantren. Para informan tersebut, dirasa mewakili untuk menjawab kebutuhan riset ini agar nantinya bisa mengungkap mulai dari sejarah dan sekap terjangnya dalam dunia usaha (kewirausahaan).

Dalam melakukan wawancara dalam riset ini, peneliti mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2009).

Indepth interview memiliki beberapa tahapan dalam proses pengumpulan datanya, tahapan tersebut yaitu sebagai berikut:

a) Persiapan awal

Pada tahap persiapan awal, peneliti membuat janji dengan informan untuk melakukan wawancara.

b) Proses wawancara

Pada tahap ini, peneliti menyampaikan isu yang menjadi topik dalam penelitian. Kemudian peneliti memberikan maksud kedatangan sebagai pembuka dalam mengawali proses wawancara tentang beberapa pertanyaan kunci yang sudah dipersiapkan sebelumnya agar memudahkan peneliti dalam proses wawancara.

Tujuan melakukan in-depth Interview dalam riset ini seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pelaksanaannya dengan langsung melakukan wawancara secara mendalam kepada perwakilan santri, pengasuh pesantren (kiyai pesantren) dan seorang santri senior yang membidangi pengembangan usaha pesantren.

Profil Informan In-depth-Interview

No	Nama Informan	Umur	Posisi/Jabatan
1	KH. Muhammad Zakki	50	Pengasuh Pesantren (Kiyai)
2	Abdul	35	Santri Senior
3	Fais	23	Santri
4	Huda	25	Santri

Teknik Analisis

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan:

1. Rekaman. Peneliti merekam keseluruhan isi pembicaraan antara pihak peneliti dengan informan.
2. Hasil rekaman tersebut ditranskrip dengan menggunakan teknik verbatim yang bertujuan untuk menuliskan satu per satu kata yang diucapkan dalam setiap pembicaraan yang sudah direkam. Verbatim yang digunakan dalam penelitian ini ada dua:
 - a. Verbatim quotation.
 - b. Verbatim transcription
 - c. Kategorisasi. Mengkategorikan setiap informasi.
3. Membahas dan menganalisa setiap kutipan yang berhubungan dengan konten bahasan

penelitian dengan bantuan lampiran hasil transkrip.

Trianggulasi

Riset ini menggunakan triangulasi sumber. Sumber yang didapatkan ialah hasil dari wawancara mendalam (indepth interview) di pesantren Mukmin Mandiri. Informan terdiri dari perwakilan santri, pengasuh pesantren (kiyai) dan pihak manajemen (santri senior).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis dan pembahasan dalam riset ini akan di paparkan model dan konsep pemberdayaan santri melalui kewirausahaan dan bagaimana santri bisa memiliki kemampuan penguatan keunggulan produk berbasis pada nilai-nilai kearifan lokal yang ada di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri.

Profil Santri Ponpes Mukmin Mandiri

Jumlah santri Pondok Pesantren Mukmin Mandiri saat ini sudah mencapai 200 orang, dimana sebagian santri mondok dan sebagian pulang kerumah. Pondok pesantren ini memiliki 2 lokasi yakni di Sidoarjo dan di Desa Nyawangan Kecamatan Sendang Tulungagung dengan luas lahan sebesar 650 hektar, berada di ketinggian lereng Gunung Wilis. Santri yang mondok atau nyantri menetap di pesantren, rata-rata adalah mahasiswa dari UIN Sunan Ampel Surabaya, Universitas Sunan Giri, Universitas Negeri Surabaya (UNESA), UPN Surabaya, Universitas Airlangga Surabaya dan ITS Surabaya. Untuk bisa menjadi santri mereka harus lolos seleksi membaca Alquran dan tes wawancara kewirausahaan. Di pondok pesantren pada umumnya, para santri membayar uang sahrinya atau biaya nyantri ke pondok pesantren. Tidak berlaku di pesantren Mukmin Mandiri, santri nyantri justru mendapatkan insentif (pemasukan) sesuai dengan porsinya. Kondisi inilah kemudian membuat pesantren ini menarik. (Majalah Mukmin Mandiri, 2013).

Sesuai disampaikan santri Fais 23 tahun, “ Santri disini harus lolos tes membaca Alquran dan mempunyai tekad kuat menjadi pengusaha pas diwawancarai... penting mental pengusaha, solanya nanti mereka terjun langsung usaha bersama pondok. Usaha itu nanti kita dapat tambahan insentif dan juga tidak bayar pondok...” (Fais, 23).

Pemberdayaan Santri Yang Dilakukan



Sebagai pesantren entrepreneur, pesantren Mukmin Mandiri melakukan upaya pemberdayaan santri dengan menerapkan model kurikulum ilmu agama Islam dan kewirausahaan berbasis praktik berstandar sekolah bisnis atau selevel dengan Perguruan Tinggi. Santri akan digembleng dengan hafalan Alquran, kitab kuning dan pengetahuan dunia bisnis juga dipelajari secara teori dan praktik. (Majalah Mukmin Mandiri, 2013). Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh santri Huda (25). "...Iya ada, kurikulumnya khusus emang untuk mewujudkan visi dan misi pesantren kita, santri selain mengerti ilmu agama Islam juga diajarkan bisnis dan kewirausahaan 75% praktik, 25% teori di sini.. kita santri harus sungguh-sungguh kalau mau berhasil..." (Huda, 25). Pengaturan waktu belajar entrepreneur diatur secara demokratis dengan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai santri entrepreneur. Bisa membagi waktu praktik wirausaha dengan kuliah secara proporsional. Bagi santri yang kuliahnya pagi, para santri berangkat kuliah sambil membawa produk kopi, baru setelah selesai perkuliahan para santri Mukmin Mandiri bergerak ke pasar-pasar. Dan bagi santri yang jam perkuliahannya malam, tentu tidak ada kendala berarti mereka bisa membagi porsinya dengan melakukan kegiatan produksi. Yang terpenting para santri mampu menyeimbangkan antara ngaji, kuliah dan berwirausaha (Majalah Bilik Santri, 2012). Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Kolis, (22). "...Konsep "fid-dunya khasanah wa fil akhirati khasanah", jadi kita juga belajar agama dan kuliah juga ikut wirausaha. Jadwal kita sesuaikan .. biar gak tabrakan.." (Kolis, 22). Hal serupa juga disampaikan oleh pengasuh Ponpes Mukmin Mandiri Prof. Dr. KH. Muhammad Zakki (50). "...Sejak kecil saya dididik di lingkungan pesantren milik orangtua di Lamongan. Sesudah berkeluarga, saya juga menekuni bisnis dan Alhamdulillah maju. Saya ingin menularkan ke santri yang sudah menetap di pesantren ini... Santri di sini tidak hanya mengaji, tetapi juga diberi insentif setiap bulannya dari pengolahan kopi yang semuanya dikelola oleh para santri. Disini, kami mendidik para santri tidak hanya mengerti soal agama, tapi mengerti juga masalah ekonomi dan bisnis.. " Kyai Zakki (50).

Kewirausahaan Santri Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri

Santri terlibat penuh pada pengelolaan usaha kopi, mulai dari hulu hingga hilir. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Kyai Zakki (50). "... Para santri yang mengolah kopi mulai dari penanaman bibit kopi, pengolahan biji kering, hingga menjadi roster (bubuk)... Para santri yang lulus bisa diharapkan sudah memiliki bekal untuk berwirausaha, berbisnis, maupun di bidang industri lainnya. Pesantren Mukmin berharap santrinya pandai berdagang untuk menunjang perekonomian " Kyai Zakki (50). Keyakinan serupa juga pernah disampaikan oleh Menteri Koperasi (Menkop) dan UKM AAGN Puspayoga pada peresmian Yayasan Pondok Pesantren Mukmin Mandiri 2 di Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, pada Minggu 2 Desember 2018, bahwa beliau yakin karena berbasis agama, pondok pesantren mampu menciptakan sosok social entrepreneur yang tidak sekadar mencari untung semata. Melainkan wirausaha yang bisa memberikan benefit untuk kehidupan sosial masyarakat sekitar. (Indopos, 2018)

Dalam pelaksanaan usaha Kyai dan santri membuat struktur organisasi pelaksanaan usaha kopi yang terdiri dari bagian produksi, pemasaran, keuangan dan SDM. Dilanjutkan dengan membuat program kerja dibangun dan dijalankan secara profesional dengan pembagian kerja yang proporsional oleh bagian SDM. Santri di bagian departemen produksi, memproduksi produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan pasar. Bagian produksi harus memperhatikan kualitas mutu, segi rasa (taste) dan penerapan manajemen islaminya. Diantaranya dengan memastikan bahan kopi dari kebun berkualitas dan supplier terpercaya, melakukan proses sesuai standar operasi prosedur, memastikan takaran-timbangan jumlahnya sesuai tertera dalam kemasan, di bacakan doa pada proses produksi dan menjaga kebersihan ke higienisan produk. Artinya dalam manajemen produksi produk kopi, para santri Mukmin Mandiri menerapkan manajemen produksi secara moderen, profesional dan menerapkan nilai-nilai islam dan prinsip syariah. (Setiawan, 2019). "... Sudah dibentuk struktur organisasi, dan dibagi santri siapa saja dan masuk di bagian apa dalam organisasi usaha... santri bagian produksi yang bekerja sesuai prosedur, menyiapkan kopi sampek siap dipasarkan... Kopi yang diproduksi mulai grade A-C. Produksi perhari tidak kurang dari 300 bal kopi dengan berat 5 kg/bal.." (Huda, 25).

Produk kopi dipasarkan di pasar-pasar tradisional yang ada di kota-kota dan di daerah-

daerah. Selain itu santri Mukmin Mandiri juga membuat program kerjasama pemasaran kopi antar pondok pesantren, yang di mulai dari Jawa Timur. Inilah yang disebut sebagai kerjasama yang merahmati dan memberkahi. Upaya dari kecil terus dilakukan sampai sekarang meskipun pesaing kopi adalah pebisnis besar yang menguasai pasar. Pondok selalu mendorong santri untuk membuat terobosan dan bersungguh-sungguh menjalankan usaha dengan selalu melakukan perbaikan dan inovasi produk agar usaha tetap lestari. Santri selalu dibimbing untuk tetap positif meskipun pada awalnya dulu pernah produk dinilai jelek tapi alhamdulillah artinya direspon. Lalu lakukan perbaikan-perbaikan untuk menjaga mutu. Hal ini sesuai dengan penuturan Abdul (35) santri senior yang dipercaya sebagai kepala pemasaran. "...Ditolak sudah biasa, belum nawarkan sudah ditolak biasa...Sabar saat mencari calon pelanggan, terus datang hingga mereka iba dan sungkan menolak yang selanjutnya.... Pernah dulu kopi kita dibilang jelek alhamdulillah artinya direspon, besoknya diperbaiki untuk menjaga mutu.. Pelanggan yg banyak komplain diajak ke pondok dimintai pendapat untuk perbaikan dan diajak seduluran...Pokoknya berusaha sungguh-sungguh supaya tetap eksis..." Abdul (35).

Saat ini produk kopi ini tidak hanya bisa ditemukan di pasar-pasar tradisional saja namun telah berhasil menembus pasar mancanegara diantaranya Malaysia, Dubai dan Australia. Sungguh langka di kalangan perkopian nasional, usaha pondok pesantren Mukmin Mandiri yang di kelola para santri bisa menembus pasar Internasional. hal ini disampaikan oleh Abdul (35), sebagai berikut, "... Kami sudah melakukan ekspor, kopi kita tembus ke Australia, Malaysia dan Dubai ... Kami yakin " (Abdul, 35).

Keberhasilan santri dalam bisnis kopi ini ditentukan oleh minat & motivasi yang kuat untuk memiliki bisnis sendiri, kemampuan untuk membuat rencana bisnis, bekerja keras sehingga mereka memiliki keberanian memulai dan menjalankan bisnis, pengetahuan & keterampilan ditunjukkan dengan mengikuti pelatihan kewirausahaan dan keberadaan dukungan keluarga & lingkungan seperti Pondok Pesantren. (Komara & Setiawan, 2020).

Kemampuan Penguatan Keunggulan Produk

Keberhasilan usaha kopi masuk kepasar domestik dan impor diantaranya karena memiliki

keunggulan produk dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Pondok Pesantren mengajarkan pula kemampuan untuk menguatkan keunggulan produk agar kedepan dengan produk apapun santri memiliki kemampuan untuk menciptakan produk unggul yang mampu bersaing dipasar. Mengenai produk kopi berikut penguatan keunggulan produk yang telah dipelajari santri secara praktik, diantaranya adalah : cara memilih produk yaitu kopi, karena kopi sudah ditanam di banyak perkebunan Indonesia hingga pasokan bahan baku cukup berlimpah dan minum kopi sudah menjadi budaya. Banyak sekali komunitas pecinta kopi di nusantara ini, baik di cafe, restaurant maupun di warung-warung kaki lima. Kedepan bisnis ini menjanjikan order yang berkesinambungan. Semakin kreatifnya masyarakat modern searang dalam mengemas dan mendesain kopi ini membuat pasar kopi semakin besar dan harga kopi semakin bagus. Perusahaan yang dapat bertahan dalam persaingan bisnis, harus menggunakan strategi yang berorientasi pada nilai-nilai inovatif dan efisien dengan melihat sumber daya dan kemampuan perusahaan secara holistik. Ketika perusahaan industri kopi raksasa menggunakan strategi Red Ocean dalam perluasan persaingan pasar, perusahaan industri kopi kecil dan menengah (UMKM) seperti Produk kopi Santri & Pondok Pesantren Mukmin Mandiri mengambil strategi Blue Ocean alternatif menjadi pilihan strategis. Pilihan strategi yang melakukan diferensiasi fokus. Merumuskan penggunaan strategi samudra biru dengan membentuk konsep baru, yaitu perawatan outlet, coffee shop dan scrub pembuatan, terapi aroma dan kopi doa sangat penting untuk kelangsungan hidup dan ekspansi di luar arena Red Ocean. (Setiawan & Komara, 2020).

Semua ini adalah faktor penguat keunggulan produk dengan cara Pondok Pesantren bersama Santri telah mampu mengamankan pasokan bahan baku melalui penanaman sendiri kopi di tulungagung dan memiliki pemasok-pemasok terpercaya yang paham menjaga kualitas, penguasaan pasar domestik dan impor, terus mengembangkan produk yang bisa diterima cafe, restaurant dan memulai pembukaan kafe-kafe Mukmin Mandiri di tempat wisata atau perkantoran yang ramai dan yang tidak kalah penting produk kopi ini telah memiliki merek sendiri yaitu Mahkota Raja. Hal diatas menunjukkan bahwa penguatan keunggulan produk telah dilakukan dengan baik berdasarkan

penguasaan faktor-faktor seperti faktor dukungan budaya, Ketersediaan bahan baku, dukungan letak geografis, dukungan pariwisata dan dukungan lingkungan Creativogenik. (Samodro, 2013).

Hal ini sesuai pernyataan Kyai Zakki (50) yang juga menjadi Ketua Dewan Kopi Jawa Timur, "...Kita memiliki keuntungan dengan 30ribu hektar tanaman kopi di Jatim saja. 60ribu ton panen pertahun, 30% arabika dan 70% robusta kopi, pasar kopi sangat besar konsumsi 1,5 kg pertahun/orang. Indonesia ekspor 70ribu ton pertahun dan selalu naik 10% pertahunnya." (Kyai Zakki, 50).

Hal menarik juga dinyatakan oleh Abdul (35), "... Tidak hanya muda-mudi, tua-dewasa bahkan bayi juga kadang diminumi kopi supaya tidak step, kopi sudah membudaya di tepat kita. Kopi tidak ada masa matinya. Makin lama makin tenar... Produk kita juga mulai masuk ke restaurant dan kafe dengan membuat merek premium, dengan desain dan kemasan yang menarik. Pembuatan kafe dan warung santri mukmin Mandiri juga sudah mulai kami kerjakan..." Abdul (35).

Kearifan Lokal Sebagai Penguat Keunggulan Produk

Satu lagi keunggulan budaya berupa kearifan lokal yang tidak dimiliki ditempat lain dan mampu menjadi penguat keunggulan produk yaitu terciptanya gotong-royong oleh seluruh stake holder bisnis kopi dan Identitas santri & Pondok Pesantren yang sangat bagus bagi pasar domestik yang mayoritas muslim. Gotong royong memajukan perekonomian ini didukung tidak hanya oleh Pondok Pesantren dan Santri saja seperti uraian panjang diatas, namun juga bersama masyarakat selaku penyedia calon santri & masyarakat sebagai pelanggan produk kopi, pemerintah dan perusahaan. Sebagai contoh Pondok Pesantren (Ponpes) Mukmin Mandiri Jawa Timur meluncurkan program Hulu Hilir Kopi Santripreneur di Ponpes Mukmin Mandiri 2 di Desa Nyawang Kecamatan Sendang Tulungagung, Jumat 26 Januari 2018. Peluncuran ditandai dengan penandatanganan nota kerja sama dengan Dinas Perkebunan Provinsi Jatim, Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jatim dan Perwakilan Bank Indonesia (BI) Jawa Timur. Hadir dalam acara launching ini Kepala Dinas Perkebunan Provinsi Jatim, Ir Karyadi MM, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jatim, Dr. Mas Purnomo Hadi MM dan Kepala

Perwakilan BI Jatim, Difi Ahmad Johansyah. (Helmi Supriyatno, 2018).

Identitas santri & Pondok Pesantren yang sangat bagus bagi pasar domestik yang mayoritas muslim adalah sebuah keunggulan besar yang mampu dimanfaatkan dengan sangat baik oleh Pondok Pesantren Mukmin Mandiri dan Santri. Produk berupa kopi biji goreng, bubuk dan sachet dengan merek dagang "Mahkota Raja". Dengan komposisinya terdiri dari kopi biji jenis robusta dan arabika dicampur dengan bacaan Doa. Dalam kemasannya, terdapat tulisan "blend doa". Penyantuman tulisan "blend doa" tentu bukan tanpa maksud, melainkan menjaga keistiqomahan rasa (taste), keunggulan dan kebanggaan tersendiri bagi santri dan pesantren (majalah mukmin mandiri 2014). Hal ini sesuai dengan pernyataan santri senior yang juga sebagai ketua bidang pemasaran Abdul (35). "... Produk kopi ini disamping diproses secara profesional (taste dan kualitas), juga melalui proses spiritual (riyadhah, puji-pujian dan doa-doa). Identitas santri & Ponpes pada produk ditunjukkan melalui kemasan, merek dan design, Blend doa...setiap Kamis malam Jumat kotmil Quran dan doa khusus untuk kopi, proses syariah, ... upaya ini agar menghipnotis pasar & Produk yang telah meluncurkan agar terus diperbaiki serta memperlakukan supplier dan pelanggan layaknya saudara..." Abdul (35).

Santri dan pondok pesantren mukmin Mandiri juga membangun kerjasama kemitraan antar pondok pesantren dilakukan tentu bukan tanpa maksud, melainkan dengan misi pemberdayaan ekonomi ummat, santri dan pondok pesantren. Selain itu, melihat potensi pesantren tersebut jika di gerakan secara ekonomi, akan menghasilkan usaha ekonomi mandiri di pondok pesantren dengan melibatkan para santrinya masing-masing untuk mengelolanya. (Setiawan, 2019). Sesuai dengan pernyataan Santri Abdul (35), "... Sesama pesantren jadi kita mudah kerjasama untuk pemasaran kopi dan juga memajukan ekonomi pesantren dan santri mereka." Abdul (35).

KESIMPULAN

Dari pembahasan dan analisa, dapat disimpulkan bahwa riset ini, sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Santri melalui pendidikan agama dengan hafalan Alquran dan kitab kuning serta memberikan pengetahuan

- dunia bisnis yang dipelajari secara teori dan praktik.
2. Kewirausahaan bisnis kopi ini sepenuhnya melibatkan santri pada keseluruhan proses mulai dari perencanaan, penyusunan struktur organisasi, pelaksanaan bidang SDM, bidang Keuangan, bidang produksi dan bidang pemasaran.
 3. Santri telah diajarkan cara memperkuat keunggulan produk, pada produk kopi merek atahu bahwa penguatan keunggulan berasal dari faktor pemilihan bisnis, penerapan strategi blue ocean, dukungan budaya masyarakat konsumen kopi, Ketersediaan bahan bahan baku, dukungan letak geografis, dukungan pariwisata dan dukungan lingkungan kreatif dalam menciptakan merek, desain & kemasan.
 4. Keunggulan budaya berupa kearifan lokal yang tidak dimiliki ditempat lain dan mampu menjadi penguat keunggulan produk yaitu terciptanya gotong-royong oleh seluruh stake holder bisnis kopi dan Identitas santri & Pondok Pesantren yang sangat bagus bagi pasar domestik yang mayoritas muslim.

SARAN

Dengan mempertimbangkan deskripsi hasil penelitian serta merujuk pada keterbatasan dari penelitian yang dilakukan, maka melalui penelitian ini disarankan sebagai berikut :

1. Pemberdayaan santri melalui kewirausahaan dan kemampuan penguatan keunggulan produk berbasis pada kearifan lokal yang berhasil dilakukan oleh Pondok Pesantren Mukmin Mandiri ini bisa dijadikan role model pesantren lain di Indonesia
2. Bisnis yang dipilih pesantren bisa disesuaikan dengan kemampuan dan peluang yang dimiliki masing-masing pesantren.
3. Perlu dilakukan penelitian serupa dengan obyek penelitian pada pondok pesantren lainnya. Sehingga bisa dilakukan analisis perbandingan untuk mendapatkan model yang paling bagus.

DAFTAR PUSTAKA

Endang Fitriyani, 2019. Inilah Pentingnya Bekal Kewirausahaan Bagi Santri, bisa diakses di <https://kejarumkm.com/2019/04/08/inilah->

pentingnya-bekal-kewirausahaan-bagi-santri/
Haedari,Amin.2004.ManajemenPondokPesantren .Jakarta:IRDPress.
Rohiat.2008.ManajemenSekolah.Bandung: PTRefikaAditama.
Helmi Supriyatno, 2018. Kerja Sama Pemprov Jatim-BI, Ponpes Mukmin Mandiri Hasilkan Biji Kopi. bisa diakses di <https://www.harianbhirawa.co.id/kerja-sama-pemprov-jatim-bi-ponpes-mukmin-mandiri-hasilkan-biji-kopi/>
Hidayatullah, 2020. Total 18 Juta Santri dan 28 Ribu Pesantren di Indonesia bisa diakses di <https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2020/02/14/178098/total-18-juta-santri-dan-28-ribu-pesantren-di-indonesia.html>
Irwanto (2006). Focus Group Discussion: A simple manual : Jakarta: Yayasan Obor.
Indopos, 2018. Resmikan Yayasan Ponpes Mukmin, Menkop dan UKM Harap Cetak Social Entrepreneur. Minggu, 2 Desember 2018
<https://indopos.co.id/read/2018/12/02/157352/resmikan-yayasan-ponpes-mukmin-menkop-dan-ukm-harap-cetak-social-entrepreneur/>
Komara, Beni Dwi, and Heri Cahyo Bagus Setiawan. "Inkubator Bisnis Sebagai Pendorong Tumbuhnya Wirausaha Muda: Studi Tentang Sukses Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik." *Jurnal Riset Entrepreneurship* 3.1 (2020): 33-39.
Komara, B.D. and Prasetya, A., 2019. Konstruksi Sosial pada Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Era Kompetisi Perdagangan Bebas. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(1), pp.1-8.
Kominfo Jatim, 2020. Festival Kopi Ber-SNI, Cara Dewan Kopi Jatim Kenalkan Kopi ke Mancanegara. Bisa diakses di <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/festival-kopi-ber-sni-cara-dewan-kopi-jatim-kenalkan-kopi-ke-mancanegara>
Prasetya, A. and Komara, B.D., 2019. Perlawanan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kebijakan Relokasi Pemerintah Daerah. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(2), pp.1-7.
Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya
Samodro, S. (2018). Upaya Meningkatkan Daya Saing Ekspor Produk Umkm Makanan

- Dan Minuman Melalui Pengembangan Usaha Dengan Berbasis Pada Kearifan Lokal Di Indonesia. Prosiding Sembadha, 1(1), 130-137.
- Setiawan, Heri Cahyo Bagus. "Kontribusi Praktik Kewirausahaan Di Pondok Pesantren (Studi Pada Pondok Pesantren Entrepreneur Mukmin Mandiri, Waru Sidoarjo)." *Jurnal Riset Entrepreneurship* 2.2 (2019): 8-18.
- Setiawan HCB. 2014. *Memproduksi Kopi Sambil Menghafal Alquran*. Edisi Perdana, Februari-April 2014. Majalah Mukmin Mandiri.
- Setiawan, H. C. B., & Komara, B. D. (2020). The Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis?. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 26-32.
- Sugiyono, 2007 *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Syam, N. 2010. *Local Wisdom untuk Pendidikan*. Online:
<http://nursyam.sunanampel.ac.id/?p=2155>.
Diakses 3 Februari 2012
- Tim Wacana Nusantara. 2009. *Kearifan Lokal dalam Sastra Bugis Klasik*
<http://www.nusantaraonline.com>
- Zakki. M 2012. *PP. Mukmin Mandiri, Seimbangkan Ngaji, Kerja dan Kuliah*. Majalah Mimbar Pembangunan Agama, Kementerian Agama Jawa Timur. Halaman Bilik Santri. Edisi Agustus 2012.