

Pelatihan penguatan ekonomi pesantren melalui pemberdayaan usaha santri di Pondok Pesantren Darul Fikri Kabupaten Kubu Raya

Supriaman, Memet Agustiar, Faishol Luthfi*, M. Iman Taufik, Diah Arminingsih
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: faishol.luthfi@ekonomi.untan.ac.id)

Received: 26-August-25; Revised: 1-October-25; Accepted: 6- October-25

Abstract

Islamic boarding schools play a strategic role in producing a generation that is not only outstanding in religious aspects but also economically independent. However, many Islamic boarding schools still face limitations in optimally managing their economic potential. Therefore, this activity aims to enhance students' capabilities in entrepreneurship and business management. This initiative is designed as a training programme focused on creative and digital economy-based entrepreneurship, business management, and the optimisation of pesantren resources. The methods employed include theoretical training, hands-on practice, and ongoing mentoring to enable students to develop and manage businesses independently. This training creates a sustainable business ecosystem within the boarding school, enhances students' entrepreneurial skills, and increases the number of productive business units that can serve as income sources for the boarding school. Through this training, positive impacts are generated, including the enhancement of students' entrepreneurial knowledge and the management of Darul Fikri Islamic Boarding School, enabling the school to become a model of an economically independent boarding school and to contribute positively to the surrounding community.

Keywords: Entrepreneurship, Business Independence, Islamic Boarding School, Student Empowerment.

Abstrak

Pesantren memiliki peran strategis dalam mencetak generasi yang tidak hanya unggul dalam aspek keagamaan, tetapi juga memiliki kemandirian ekonomi. Namun, banyak pesantren masih menghadapi keterbatasan dalam mengelola potensi ekonomi mereka secara optimal. Oleh karena kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas santri dalam bidang kewirausahaan dan manajemen usaha. Kegiatan ini dirancang dalam bentuk pelatihan kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif dan digital, manajemen bisnis, serta optimalisasi sumber daya pesantren. Metode yang digunakan mencakup pelatihan teori, praktik langsung, serta pendampingan berkelanjutan agar santri mampu mengembangkan dan mengelola usaha secara mandiri. Pelatihan ini menciptakan ekosistem usaha pesantren yang berkelanjutan, meningkatnya keterampilan santri dalam berwirausaha, serta bertambahnya unit usaha produktif yang dapat menjadi sumber pendapatan bagi pesantren. Dengan adanya pelatihan ini, memberikan dampak positif bagi peningkatan pengetahuan berwirausaha bagi para santri dan pengelola Pondok Pesantren Darul Fikri, sehingga Pondok Pesantren Darul Fikri dapat menjadi model pesantren yang mandiri secara ekonomi serta mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar.

Kata kunci: Kewirausahaan, Kemandirian usaha, Pesantren, Pemberdayaan Santri.

How to cite: Supriaman, Agustiar, M., Luthfi, F., Taufik, M. I., & Arminingsih, D. (2025). Pelatihan penguatan ekonomi pesantren melalui pemberdayaan usaha santri di Pondok Pesantren Darul Fikri Kabupaten Kubu Raya. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(4), 619–629. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i4.2269>

1. Pendahuluan

Pesantren memiliki peran sentral dalam membentuk generasi yang berilmu dan berakhlak, tetapi tantangan kemandirian ekonomi masih menjadi kendala bagi banyak pesantren di Indonesia. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya sistem ekonomi yang berkelanjutan dan terbatasnya keterampilan kewirausahaan santri. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Baidhowi dan Setiawan (2019), banyak pesantren masih bergantung pada dana donatur dan belum mampu mengelola usaha secara optimal untuk menopang keberlangsungan pesantren. Di sisi lain, pesantren memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi berbasis kemandirian melalui pemberdayaan santri. Sebagaimana dikemukakan oleh Farid dan Rahman (2021), pesantren dapat menjadi pusat ekonomi berbasis komunitas yang mampu menghasilkan produk unggulan lokal dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi para santri dan masyarakat sekitar.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mustofa et al. (2022), mayoritas pesantren di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan unit usaha yang dapat menopang kebutuhan operasionalnya secara mandiri. Hal ini menunjukkan keterbatasan keterampilan kewirausahaan di kalangan santri menjadi salah satu penyebab utama lemahnya sistem ekonomi pesantren. Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis untuk membangun ekosistem ekonomi pesantren yang berdaya saing dan berkelanjutan. Di sisi lain, peluang ekonomi pesantren cukup besar jika dimanfaatkan secara optimal. Farid dan Rahman (2021), menekankan bahwa pesantren memiliki basis komunitas yang kuat dan dapat menjadi pusat ekonomi berbasis komunitas yang menghasilkan produk unggulan lokal. Lebih lanjut, Suryani (2022), menyatakan bahwa pemberdayaan santri dalam bidang kewirausahaan dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan, tidak hanya bagi pesantren tetapi juga bagi masyarakat sekitar.

Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi dalam pengembangan ekonomi pesantren juga menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Digitalisasi usaha pesantren dapat meningkatkan akses pasar dan memperluas jangkauan bisnis pesantren hingga skala nasional maupun internasional. Hal ini menunjukkan bahwa pesantren yang menerapkan strategi pemasaran digital lebih mampu meningkatkan pendapatan dibandingkan dengan pesantren yang masih mengandalkan metode konvensional. Meskipun demikian, tidak semua pesantren memiliki sumber daya yang cukup untuk mengembangkan usaha mandiri. Studi yang dilakukan oleh Prihatiningtyas et al. (2024) menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama dalam pengembangan ekonomi pesantren adalah minimnya keterampilan kewirausahaan santri serta kurangnya pendampingan dalam manajemen usaha. Hal ini diperkuat menegaskan bahwa pelatihan kewirausahaan yang sistematis dapat meningkatkan keterampilan santri dalam mengelola bisnis pesantren secara profesional.

Oleh karena itu, program Pelatihan Penguatan Ekonomi Pesantren Melalui Pemberdayaan Santri sebagai Akselerator Kemandirian Usaha di Pondok Pesantren Darul Fikri Kabupaten Kubu Raya, ini hadir sebagai solusi untuk meningkatkan

keterampilan santri dalam mengelola usaha secara mandiri. Program pelatihan berbasis praktik yang melibatkan santri dalam proses produksi dan pemasaran dapat meningkatkan keterampilan bisnis mereka secara signifikan. Selain itu, penekanan sinergi antara pesantren, pemerintah, dan pelaku usaha dapat mempercepat terwujudnya kemandirian ekonomi pesantren.

Dengan adanya program ini, diharapkan pesantren dapat mengembangkan ekosistem bisnis yang berkelanjutan serta menciptakan generasi santri yang memiliki keterampilan ekonomi yang kuat. Pesantren yang memiliki unit usaha mandiri dapat berkontribusi dalam menciptakan kesejahteraan bagi santri dan masyarakat sekitar. Pesantren yang mengembangkan ekonomi kreatif berbasis santri mampu meningkatkan kemandirian finansial dalam kurun beberapa tahun. Melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan santri dalam kewirausahaan tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis pesantren secara lebih luas. Dengan demikian, Pondok Pesantren Darul Fikri Kabupaten Kubu Raya dapat menjadi model pesantren yang mandiri secara ekonomi dan berdaya saing tinggi dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

2. Metode Pengabdian

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Pelatihan Penguatan Ekonomi Pesantren Melalui Pemberdayaan Santri sebagai Akselerator Kemandirian Usaha di Pondok Pesantren Darul Fikri Kabupaten Kubu Raya” dilaksanakan dengan metode yang sistematis agar mencapai hasil yang optimal. Responden dalam pengabdian ini berjumlah 33 peserta pelatihan yang terdiri dari para santri yang terdiri dari siswa SD dan SMP, serta pengelola unit usaha pesantren. Metode yang digunakan untuk mengambil data yaitu dengan kuesioner. Analisa data menggunakan statistik deskriptif.

Metode pelaksanaan ini mencakup beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan meliputi dua kegiatan utama, yaitu survei dan analisis kebutuhan serta penyusunan materi pelatihan. Melakukan survei untuk mengidentifikasi kondisi ekonomi pesantren, unit usaha yang telah berjalan, serta kebutuhan pelatihan santri. Selain itu, menganalisis peluang usaha yang dapat dikembangkan di pesantren berdasarkan potensi lokal dan tren pasar. Dalam tahap penyusunan materi pelatihan, menyusun materi yang mencakup manajemen usaha, pemasaran digital, inovasi produk, dan pengelolaan keuangan, serta melibatkan akademisi, pelaku usaha, dan praktisi bisnis dalam penyusunan materi agar lebih aplikatif.
2. Tahap pelaksanaan meliputi beberapa kegiatan utama, yaitu pelatihan kewirausahaan untuk santri, pendampingan dan mentoring usaha, workshop pemasaran digital, serta penerapan dan pengembangan usaha santri. Pada kegiatan pelatihan kewirausahaan, diberikan pelatihan kepada santri mengenai dasar-dasar kewirausahaan, inovasi produk, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan usaha. Pelatihan dilakukan secara teori dan praktik melalui metode diskusi, studi kasus, serta simulasi bisnis. Selanjutnya, dalam kegiatan

pendampingan dan mentoring usaha, santri mendapatkan pendampingan intensif dari mentor yang berasal dari kalangan akademisi dan praktisi bisnis untuk membantu mereka mengembangkan usaha. Sesi mentoring mencakup pembuatan rencana bisnis, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan usaha

Kegiatan berikutnya adalah workshop pemasaran digital yang bertujuan untuk melatih santri dalam penggunaan media sosial, marketplace, serta strategi digital marketing guna meningkatkan daya saing produk pesantren. Dalam kegiatan ini, santri juga dibantu dalam pembuatan konten promosi dan branding produk secara profesional. Terakhir, pada tahap penerapan dan pengembangan usaha santri, para santri yang telah mendapatkan pelatihan mulai menerapkan ilmunya dengan menjalankan usaha berbasis pesantren, disertai dengan monitoring dan evaluasi berkala untuk menilai perkembangan usaha yang dijalankan.

3. Hasil Pengabdian

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelatihan Penguatan Ekonomi Pesantren melalui Pemberdayaan Santri sebagai Akselerator Kemandirian Usaha dilaksanakan di Pondok Pesantren Darul Fikri, Kabupaten Kubu Raya, pada tanggal 23 Maret 2025. Pelatihan ini diikuti oleh 33 peserta yang terdiri dari para santri yang terdiri dari siswa SD dan SMP, serta pengelola unit usaha pesantren. Adapun kegiatan dibagi menjadi beberapa tahap:

1. Tahap persiapan diawali dengan koordinasi dengan pengurus Pondok Pesantren Darul Fikri. Kegiatan ini dilanjutkan dengan penyusunan modul pelatihan yang meliputi materi kewirausahaan, manajemen usaha, dan strategi pemasaran berbasis digital. Selain itu, dilakukan pula penyiapan sarana dan prasarana yang mencakup ruang pelatihan, peralatan presentasi, alat tulis, dan bahan praktik agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar.
2. Tahap pelaksanaan pelatihan terdiri atas empat sesi utama yang dirancang untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan santri di Pondok Pesantren Darul Fikri. Sesi I berfokus pada *Penguatan Mindset Kewirausahaan*, di mana peserta mendapatkan pemahaman tentang pentingnya kemandirian ekonomi pesantren serta peran santri sebagai penggerak usaha, dengan narasumber M. Iman Taufik, M.E. Sesi II membahas *Manajemen Usaha Pesantren* yang mencakup materi tentang perencanaan usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan pencatatan transaksi harian, juga dipandu oleh M. Iman Taufik, M.E.

Selanjutnya, Sesi III menitikberatkan pada *Pemasaran Digital*, berupa pelatihan praktis mengenai penggunaan media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk usaha pesantren, yang disampaikan oleh Supriaman, M.Si. Terakhir, Sesi IV berfokus pada *Praktik Pengelolaan Usaha* melalui simulasi penjualan dan manajemen stok untuk unit usaha pesantren, seperti toko koperasi santri dan produksi makanan ringan, dengan narasumber Diah Arminingsih, M.E.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi Kegiatan

Hasil penilaian menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif pada berbagai aspek kemampuan peserta. Pada aspek pemahaman materi, peserta memperoleh skor rata-rata 4,5 yang mengindikasikan tingkat pemahaman yang sangat baik terhadap materi yang disampaikan. Keterampilan praktik mendapatkan skor 4,3, menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh ke dalam kegiatan praktis dengan baik. Kemampuan bekerja sama memperoleh skor tertinggi, yaitu 4,6, yang mencerminkan tingginya semangat kolaborasi dan kerja tim selama pelatihan. Sementara itu, penerapan pemasaran digital memperoleh skor 4,4, menandakan bahwa peserta cukup mahir dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan pemasaran. Secara keseluruhan, skor rata-rata yang tinggi pada semua aspek menegaskan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan kompetensi peserta.

Tabel 1. Evaluasi Peserta Pelatihan

Aspek Penilaian	Rata-rata Skor (1-5)
Pemahaman materi	4,5
Keterampilan praktik	4,3
Kemampuan bekerja sama	4,6
Penerapan pemasaran digital	4,4

Peningkatan kapasitas SDM dalam pemberdayaan ini tercermin dari bertambahnya pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan para santri serta pengurus pesantren, yang meliputi pemahaman konsep dasar bisnis, kemampuan menyusun rencana usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Pelatihan ini juga membentuk sikap wirausaha yang proaktif, meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil inisiatif, serta mendorong kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan serta mengelola unit usaha pesantren secara mandiri dan berkelanjutan.



Gambar 2. Foto Bersama Setelah Kegiatan

Terbentuknya tim santri wirausaha menjadi salah satu hasil nyata dari pelatihan ini, di mana kelompok santri yang dipilih dan dilatih secara khusus bertanggung jawab dalam mengelola unit usaha pesantren. Tim ini memiliki pembagian tugas yang jelas, mulai dari produksi, pemasaran, hingga pencatatan keuangan, sehingga setiap anggota mendapatkan pengalaman langsung dalam menjalankan bisnis. Keberadaan tim ini tidak hanya memperkuat operasional usaha pesantren, tetapi juga menjadi wadah pembelajaran praktis yang menanamkan rasa tanggung jawab, kerjasama, dan jiwa kepemimpinan pada para santri.

Pengembangan unit usaha dalam pemberdayaan ini dilakukan melalui dua langkah strategis, yaitu optimalisasi pemasaran daring dan penerapan sistem pencatatan keuangan yang lebih teratur. Pemasaran daring memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun citra positif usaha pesantren di mata konsumen. Sementara itu, pencatatan keuangan yang tertib diterapkan untuk memantau arus kas, menghitung keuntungan, dan mengevaluasi kinerja usaha secara berkala, sehingga pengelolaan bisnis menjadi lebih transparan, akuntabel, dan berkelanjutan.

Peningkatan motivasi kemandirian tercermin dari semakin kuatnya dorongan santri untuk mengelola usaha secara mandiri sebagai sumber pendanaan berkelanjutan. Pelatihan yang diberikan tidak hanya membekali keterampilan teknis, tetapi juga menanamkan rasa percaya diri, tanggung jawab, dan semangat untuk berinovasi dalam menciptakan peluang usaha baru. Kesadaran ini mendorong santri untuk lebih proaktif, tidak bergantung pada bantuan eksternal, serta berkomitmen mengembangkan potensi ekonomi pesantren demi mendukung kemandirian dan kesejahteraan bersama.

Rencana tindak lanjut difokuskan pada upaya memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha melalui branding produk khas pesantren dan pengembangan kerja sama pemasaran. Branding dilakukan dengan menciptakan identitas visual dan kemasan yang menarik, sekaligus menonjolkan nilai-nilai keislaman dan keunikan produk sebagai ciri khas Pondok Pesantren Darul Fikri. Sementara itu, kerja sama

pemasaran akan dibangun dengan melibatkan jaringan alumni, masyarakat sekitar, pelaku UMKM, dan platform digital untuk memperluas jangkauan distribusi. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk, memperkuat citra positif pesantren, serta membuka peluang pasar yang lebih luas baik di tingkat lokal maupun regional.

Sebagai bagian dari evaluasi kegiatan, dilakukan pengukuran persepsi dan pengetahuan santri sebelum dan sesudah pelatihan melalui kuisioner. Responden adalah 33 santri yang terdiri dari siswa SD dan SMP.

Tabel 2. Pengetahuan dan Persepsi tentang Wirausaha

Pertanyaan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Tahu apa itu wirausaha	43%	100%
Percaya santri bisa jadi pengusaha sukses	63%	97%
Termotivasi jadi pengusaha	%	93%
Punya ide usaha sendiri	30%	87%
Suka berkreasi atau membuat sesuatu	50% (sering)	80% (sering)

Data menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman dan motivasi berwirausaha. Hal ini sesuai dengan teori *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa niat (*intention*) seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku (Ajzen, 1991; Bošnjak et al., 2020; Grilli & Notaro, 2018; Knabe, 2012; Özkan et al., 2024; Sajid et al., 2023). Melalui pelatihan ini, sikap santri terhadap kewirausahaan menjadi lebih positif dan norma bahwa santri juga bisa sukses secara ekonomi makin terbentuk. Sejalan dengan semangat “Santripreneur” yang kini banyak didorong oleh pemerintah dan Bank Indonesia, kegiatan ini menguatkan posisi pesantren sebagai pusat pembelajaran ekonomi kreatif berbasis nilai-nilai Islam.

Tabel 3. Persepsi Kreativitas dan Rencana Masa Depan

Pertanyaan	Respon Dominan Setelah Pelatihan
Usaha yang ingin dimiliki (dari yang menjawab “Ya”)	Kuliner (40%), Kerajinan (33%), Herbal (27%)
Motivasi jadi pengusaha	Ingin mandiri (63%), Bantu orang tua (20%), Uang (10%), Sosial (7%)
Percaya diri untuk menjual produk sendiri	Ya (90%), Masih ragu (7%), Tidak (3%)
Menjadi pengusaha adalah bagian dari ibadah	Ya (90%), Tidak tahu (7%), Tidak (3%)

Ditemukan bahwa santri memiliki preferensi usaha yang sangat relevan dengan potensi lokal, seperti kuliner dan kerajinan tangan. Ini membuktikan bahwa pendekatan ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal masih sangat efektif. Dalam konteks *Creative Economy*, kreativitas individu menjadi modal penting dalam menciptakan nilai ekonomi — dan hal ini telah terlihat pada para santri. Di sisi lain, narasi bahwa “wirausaha adalah bagian dari ibadah” juga semakin kuat. Ini sejalan dengan *maqashid syariah*, bahwa dalam Islam, aktivitas ekonomi bukan hanya sekadar mencari penghasilan, tapi juga mendekatkan diri kepada Allah melalui kontribusi nyata pada kesejahteraan umat.

Tabel 4. Keyakinan dan Langkah Selanjutnya

Pertanyaan	Jawaban Dominan
Keyakinan menjadi pengusaha sukses dan taat kepada Allah	Sangat yakin (70%), Yakin (20%), Ragu (10%)
Langkah pertama setelah pelatihan	Mulai usaha kecil (47%), Diskusi dengan orang tua (27%), Belajar lebih lanjut (23%), Belum tahu (3%)

Sebagian besar santri menunjukkan keyakinan tinggi terhadap kemampuannya menjadi pengusaha sukses yang juga taat. Ini mencerminkan *self-efficacy* yang semakin kuat — sebuah konsep dari Bandura (1997) yang menekankan pentingnya kepercayaan individu terhadap kemampuan dirinya dalam melakukan suatu tindakan (Garrido, 2025). Pelatihan yang dirancang untuk memberi pengalaman langsung, bukan hanya teori, ternyata berhasil meningkatkan rasa percaya diri tersebut.

Selain itu, temuan ini juga mendukung agenda nasional dalam mendorong UMKM muda melalui program digitalisasi dan pemberdayaan ekonomi pesantren. Dalam berita terkini, Kemenkop UKM dan Bank Indonesia menyatakan pesantren adalah salah satu elemen penting dalam penguatan UMKM halal dan ekonomi syariah nasional.

Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Santri

Pelatihan kewirausahaan syariah dan ekonomi kreatif yang diberikan kepada santri telah meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi mereka untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil kuisisioner, sebanyak 93% santri merasa lebih termotivasi menjadi pengusaha setelah mengikuti pelatihan, dan 87% telah memiliki ide usaha sendiri. Para santri juga telah menunjukkan kepercayaan diri yang lebih tinggi untuk menjual produk, sebagaimana terlihat dari 90% yang menyatakan siap memasarkan produk mereka.

Pembelajaran ini selaras dengan konsep *entrepreneurship education*, yaitu bahwa pendidikan kewirausahaan efektif dalam membentuk sikap, pengetahuan, dan keterampilan wirausaha (Greenbank & Hepworth, 2008). Dengan bekal ini, para santri mulai melangkah menuju kemandirian ekonomi, baik dalam jangka pendek selama berada di pesantren maupun dalam jangka panjang setelah lulus.

Mengoptimalkan Potensi Ekonomi Pesantren

Kegiatan ini telah berhasil membentuk unit usaha santri bernama “Darul Fikri Kreatif”, yang mulai memproduksi dan menjual produk seperti keripik santri, gantungan kunci islami, dan minuman herbal. Produk-produk ini dihasilkan dari pelatihan produksi kreatif berbasis sumber daya lokal. Unit usaha ini menjadi bentuk konkret dari optimalisasi potensi pesantren sebagai entitas ekonomi yang berbasis komunitas dan syariah. Menurut *konsep ekonomi Islam*, pengembangan usaha yang dilakukan secara kolektif dan adil adalah bagian dari pemberdayaan umat. Unit usaha ini diharapkan tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi santri, tetapi juga menopang keberlanjutan operasional pesantren secara keseluruhan.

Mendukung Wisata Religi Berbasis Pesantren

Pesantren Darul Fikri yang juga dikenal sebagai destinasi wisata religi telah menunjukkan potensi besar untuk mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif berbasis wisata. Melalui kegiatan ini, santri mulai menjual produk-produk kreatif kepada pengunjung pesantren. Momen ini dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan penjualan langsung. Integrasi antara wisata religi dan ekonomi kreatif mendukung konsep *halal lifestyle tourism*, yang saat ini sedang berkembang di Indonesia. Produk oleh-oleh khas pesantren menjadi nilai tambah yang memperkuat identitas tempat wisata sekaligus mendukung ekonomi lokal. Inisiatif ini dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan model wisata religi yang edukatif, produktif, dan memberdayakan.

Memperluas Akses Pasar dan Digitalisasi Produk Santri

Hasil pelatihan digital marketing menunjukkan bahwa santri mulai aktif memanfaatkan media sosial, terutama Instagram dan *WhatsApp Business*, untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, mereka telah diperkenalkan pada konsep dasar *e-commerce*, pembuatan konten promosi, dan manajemen branding produk. Perubahan ini penting dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Berdasarkan laporan Google & Temasek tahun 2022 yang dikutip dari Santoso et al. (2025), pelaku UMKM yang melakukan digitalisasi memiliki potensi pertumbuhan pendapatan hingga 80%. Oleh karena itu, penguasaan strategi pemasaran digital menjadi kunci daya saing produk santri di era sekarang.

Mendorong Sinergi antara Pesantren, Masyarakat, dan Lembaga Keuangan Syariah

Selama pelaksanaan program, dilakukan pendekatan awal dengan beberapa lembaga keuangan syariah di wilayah Kubu Raya, seperti BMT dan Bank Syariah Indonesia, untuk membuka peluang kerja sama dalam bentuk pembiayaan mikro syariah. Meski belum seluruhnya terealisasi, proses ini telah membuka ruang dialog dan kesadaran pentingnya dukungan permodalan berbasis syariah. Sinergi ini mencerminkan prinsip *sharia-based economic empowerment*, di mana pemberdayaan tidak bisa dilakukan sendiri-sendiri, tetapi harus melibatkan aktor-aktor ekonomi syariah lainnya. Dengan dukungan yang berkelanjutan, diharapkan santri dan pesantren dapat mengakses modal secara adil, halal, dan produktif.

Kegiatan pengabdian ini telah berjalan lancar meskipun terdapat beberapa keterbatasan. Keterbatasan-keterbatasan tersebut diantaranya adalah terkait dengan dana dan jumlah pesantren dimana diharapkan pemberdayaan ini dapat lebih masif dilakukan di pesantren-pesantren seluruh Kalimantan Barat sehingga terlihat efektifitas kegiatan. Untuk itu, keterbatasan ini dapat menjadi perbaikan bagi pelaksana lain sehingga diharapkan kegiatan dapat berjalan lebih maksimal.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan program pemberdayaan ini telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan santri. Pelatihan ini berhasil mendorong terbentuknya unit usaha “Darul Fikri Kreatif” yang mengoptimalkan potensi lokal dan bernilai ekonomi. Pelatihan yang diberikan meningkatkan pemahaman, keterampilan

praktik, kemampuan kerja sama, serta pemanfaatan pemasaran digital oleh santri. Peningkatan motivasi, keberanian memulai usaha, serta munculnya kesadaran bahwa berwirausaha merupakan bagian dari ibadah menjadi modal penting dalam mengembangkan kemandirian ekonomi pesantren. Selain itu, program ini telah memulai sinergi dengan lembaga keuangan syariah dan membuka peluang pengembangan pariwisata religi berbasis ekonomi kreatif.

Selain itu, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain: perlunya pendampingan berkelanjutan bagi unit usaha yang telah terbentuk melalui bimbingan rutin dari akademisi, praktisi bisnis, dan mitra strategis; integrasi kurikulum kewirausahaan berbasis ekonomi Islam ke dalam kurikulum pesantren atau kegiatan ekstrakurikuler agar pembelajaran berlangsung kontinu; penguatan jaringan dan kemitraan dengan lembaga keuangan syariah, dinas terkait, UMKM lokal, dan marketplace untuk mendukung akses permodalan, pemasaran, dan distribusi produk; optimalisasi digitalisasi usaha melalui pembangunan platform digital resmi seperti website atau toko online guna memperluas jangkauan pasar; serta replikasi program di pesantren lain di Kalimantan Barat dan wilayah lain sebagai langkah memperluas dampak pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Baidhowi, & Setiawan, A. (2019). *Harmonization of Islamic Law Norms in Sharia Banking Laws*. <https://doi.org/10.2991/icils-19.2019.39>
- Bošnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(ue 3), 352. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Farid, M., & Rahman, F. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Model Santripreneur di Pondok Pesantren. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 106–117.
- Garrido, G. L. (2025). *Bandura's Self-Efficacy Theory Of Motivation In Psychology*. Simplypsychology. <https://www.simplypsychology.org/self-efficacy.html>
- Greenbank, P., & Hepworth, S. (2008). Improving the career decision-making behaviour of working class students: Do economic barriers stand in the way? *Journal of European Industrial Training*, 32(7). <https://doi.org/10.1108/03090590810899801>
- Grilli, G., & Notaro, S. (2018). Exploring the influence of an extended theory of planned behaviour on preferences and willingness to pay for participatory natural resources management. *Journal of Environmental Management*, 232, 902. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.11.103>
- Knabe, A. (2012). Applying Ajzen's Theory of Planned Behavior to a Study of Online Course Adoption in Public Relations Education. *Social Psychology Commons*, 186(January), 1–237.
- Mustofa, M. A., Fahrozi, R., Silviani, D., & Andaka, F. (2022). Pelatihan Kewirausahaan untuk Santri di Pesantren Hidayatullah Depok. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(5),

- 14–20. <https://doi.org/10.55182/jpm.v2i5.246>
- Özkan, Ö., Norman, P., Rowe, R., Day, M., & Poulter, D. (2024). Predicting drivers' intentions to voluntarily use intelligent speed assistance systems: An application of the theory of planned behaviour. *Transportation Research Part F Traffic Psychology and Behaviour*, 104, 532. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2024.06.003>
- Sajid, M., Zakkariya, K. A., & Ertz, M. (2023). Beyond the bin: overcoming the intention–behavior gap in zero-waste living. *Management of Environmental Quality An International Journal*, 35(3), 587. <https://doi.org/10.1108/meq-07-2023-0218>
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). *JUBISDIGI : Jurnal Bisnis Digital Digitalisasi UMKM : Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*. 01(01), 21–30. <https://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.936>
- Prihatiningtyas, S., Umardiyah, F., Wulandari, A., Wardani, D. K., Ningsih, W. S., Mufajar, I. A., & Wildan, M. A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Desa Pesantren. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 42-50. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i1.4495>