



## Strategi Kewirausahaan Sosial Dengan Pendekatan Swot Matrix Dan Sbm Pada Kopontren Yabipa Di Kabupaten Bandung

Argya Putra Fathurrachman<sup>1</sup>, Ayu Ruth Diana Hutabarat<sup>2</sup>, Mohammad Aldo Hermansyah<sup>3</sup>, Ni Made Diastin Ayu Lestari<sup>4</sup>

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung

---

### Abstrak

Received: 2 November 2025  
Revised: 14 November 2025  
Accepted: 29 November 2025

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pengusaha sosial dalam menjalankan usaha berbasis pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus terhadap beberapa pelaku usaha sosial yang telah berhasil mengembangkan bisnis sekaligus memberikan dampak sosial di wilayah tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kepemimpinan visioner, jejaring sosial yang kuat, kemampuan inovasi, serta dukungan lingkungan sosial berperan signifikan dalam menentukan keberhasilan usaha sosial di Kabupaten Bandung. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengusaha sosial lainnya dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat sekitar.*

**Kata Kunci:** *Pengusaha Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, Keberhasilan Usaha, Inovasi, Kepemimpinan Visioner.*

(\* Corresponding Author: [argyapf140604@gmail.com](mailto:argyapf140604@gmail.com), [ayuruth3@gmail.com](mailto:ayuruth3@gmail.com), [aldohermansyah14@gmail.com](mailto:aldohermansyah14@gmail.com), [diastinlestari30@gmail.com](mailto:diastinlestari30@gmail.com)

**How to Cite:** Fathurrachman, A., Hutabarat, A., Hermansyah, M., & Lestari, N. M. (2025). Strategi Kewirausahaan Sosial Dengan Pendekatan Swot Matrix Dan Sbm Pada Kopontren Yabipa Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(12.C), 227-240. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13530>.

---

### PENDAHULUAN

Kewirausahaan sosial adalah bentuk usaha yang bertujuan tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat. Dengan kata lain, kewirausahaan sosial menggabungkan logika bisnis dengan misi sosial, di mana keberhasilan tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari dampak positif yang dihasilkan bagi lingkungan dan komunitas (Dees, 2001). Konsep ini menjadi semakin penting di tengah berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang kompleks, terutama ketika upaya pemerintah belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara menyeluruh (Ismail, 2020). Salah satu isu lingkungan yang mendesak saat ini adalah persoalan sampah organik. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), lebih dari separuh sampah yang dihasilkan masyarakat Indonesia merupakan sampah organik, seperti sisa makanan dan daun-daunan (KLHK, 2023). Jika tidak dikelola dengan baik, limbah ini bisa menyebabkan pencemaran, menimbulkan bau tak sedap, dan bahkan memicu berbagai penyakit. Namun, di balik masalah tersebut, terdapat potensi besar yang dapat dimanfaatkan, misalnya dengan mengolah sampah organik menjadi pupuk kompos.

Mengubah sampah menjadi pupuk bukan hanya soal teknis pengolahan, tetapi juga bisa menjadi bagian dari strategi kewirausahaan sosial yang bermanfaat secara ekonomi sekaligus lingkungan. Salah satu contoh yang menarik adalah kegiatan yang dilakukan oleh Kopontren

YABIPA (Yayasan Bina Insan Pakuan) di Kabupaten Bandung. Kopontren ini menginisiasi program pengolahan sampah organik menjadi pupuk kompos sebagai upaya untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pondok pesantren, sekaligus sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitar (Kompas, 2025). Inisiatif ini menjadi contoh nyata bagaimana lembaga berbasis agama dapat memainkan peran aktif dalam menciptakan solusi yang berkelanjutan. Kegiatan pengolahan pupuk kompos di Kopontren YABIPA tidak berjalan begitu saja. Di dalamnya terdapat berbagai strategi yang dirancang agar kegiatan ini tidak hanya berhasil dalam jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan. Misalnya, mereka melibatkan para santri dalam proses pembuatan kompos, memberi pelatihan keterampilan, serta membangun kemitraan dengan masyarakat dan instansi terkait. Dengan demikian, para santri tidak hanya belajar ilmu agama, tetapi juga memperoleh bekal kewirausahaan dan kepedulian lingkungan yang aplikatif (Amalia & Ridwan, 2021).

Penelitian ini mencoba mengkaji strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh Kopontren YABIPA dalam mengelola pupuk kompos. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana strategi tersebut dijalankan, apa saja kendala yang dihadapi, dan sejauh mana dampaknya terhadap lingkungan serta masyarakat sekitar. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model kewirausahaan sosial di lingkungan pondok pesantren dan komunitas berbasis nilai lokal lainnya, sehingga kegiatan ekonomi tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga membawa kebermanfaatan bagi banyak pihak.

Kewirausahaan sosial adalah bentuk usaha yang bertujuan tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk menciptakan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat. Dengan kata lain, kewirausahaan sosial menggabungkan logika bisnis dengan misi sosial, di mana keberhasilan tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari dampak positif yang dihasilkan bagi lingkungan dan komunitas (Dees, 2001). Konsep ini menjadi semakin penting di tengah berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang kompleks, terutama ketika upaya pemerintah belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara menyeluruh (Ismail, 2020). Salah satu isu lingkungan yang mendesak saat ini adalah persoalan sampah organik. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), lebih dari separuh sampah yang dihasilkan masyarakat Indonesia merupakan sampah organik, seperti sisa makanan dan daun-daunan (KLHK, 2023). Jika tidak dikelola dengan baik, limbah ini bisa menyebabkan pencemaran, menimbulkan bau tak sedap, dan bahkan memicu berbagai penyakit. Namun, di balik masalah tersebut, terdapat potensi besar yang dapat dimanfaatkan, misalnya dengan mengolah sampah organik menjadi pupuk kompos.

Mengubah sampah menjadi pupuk bukan hanya soal teknis pengolahan, tetapi juga bisa menjadi bagian dari strategi kewirausahaan sosial yang bermanfaat secara ekonomi sekaligus lingkungan. Salah satu contoh yang menarik adalah kegiatan yang dilakukan oleh Kopontren YABIPA (Yayasan Bina Insan Pakuan) di Kabupaten Bandung. Kopontren ini menginisiasi program pengolahan sampah organik menjadi pupuk kompos sebagai upaya untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pondok pesantren, sekaligus sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitar (Kompas, 2025). Inisiatif ini menjadi contoh nyata bagaimana lembaga berbasis agama dapat memainkan peran aktif dalam menciptakan solusi yang berkelanjutan. Kegiatan pengolahan pupuk kompos di Kopontren YABIPA tidak berjalan begitu saja. Di dalamnya terdapat berbagai strategi yang dirancang agar kegiatan ini tidak hanya berhasil dalam jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan. Misalnya, mereka melibatkan

para santri dalam proses pembuatan kompos, memberi pelatihan keterampilan, serta membangun kemitraan dengan masyarakat dan instansi terkait. Dengan demikian, para santri tidak hanya belajar ilmu agama, tetapi juga memperoleh bekal kewirausahaan dan kepedulian lingkungan yang aplikatif (Amalia & Ridwan, 2021).

Penelitian ini mencoba mengkaji strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan oleh Kopontren YABIPA dalam mengelola pupuk kompos. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana strategi tersebut dijalankan, apa saja kendala yang dihadapi, dan sejauh mana dampaknya terhadap lingkungan serta masyarakat sekitar. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model kewirausahaan sosial di lingkungan pondok pesantren dan komunitas berbasis nilai lokal lainnya, sehingga kegiatan ekonomi tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga membawa kebermanfaatannya bagi banyak pihak.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kewirausahaan Sosial**

Kewirausahaan sosial merupakan konsep yang menggabungkan prinsip-prinsip kewirausahaan dengan tujuan sosial untuk menciptakan nilai yang berdampak positif bagi masyarakat luas (Dees, 1998). Berbeda dengan kewirausahaan tradisional yang lebih fokus pada keuntungan finansial, kewirausahaan sosial menitikberatkan pada pemecahan masalah sosial melalui inovasi dan model bisnis yang berkelanjutan (Mair & Marti, 2006). Dalam konteks ini, wirausaha sosial berperan sebagai agen perubahan yang tidak hanya mencari keuntungan ekonomi, tetapi juga berkontribusi dalam mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan. Menurut Yunus (2010), kewirausahaan sosial dapat diartikan sebagai usaha untuk mengembangkan dan menerapkan solusi inovatif terhadap masalah sosial yang sistemik. Hal ini meliputi pengelolaan sumber daya, penerapan teknologi tepat guna, serta pemberdayaan komunitas untuk mencapai perubahan yang berkelanjutan. Dalam praktiknya, kewirausahaan sosial sering kali melibatkan kolaborasi antara sektor bisnis, masyarakat sipil, dan pemerintah untuk memperkuat dampak sosial yang dihasilkan.

Di bidang pertanian dan pengelolaan limbah, kewirausahaan sosial telah menunjukkan peran penting dalam menciptakan produk ramah lingkungan seperti pupuk kompos. Usaha ini tidak hanya menyediakan solusi atas permasalahan limbah organik, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat terutama di daerah pedesaan dan komunitas pesantren (Santos et al., 2015). Dengan demikian, kewirausahaan sosial menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Kewirausahaan sosial juga menekankan pada prinsip keberlanjutan, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Hal ini menuntut wirausaha sosial untuk mengembangkan model bisnis yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa mengorbankan nilai-nilai sosial dan ekologi (Smith & Stevens, 2010). Oleh karena itu, keberhasilan kewirausahaan sosial diukur tidak hanya dari aspek finansial, tetapi juga dari dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkannya.

Secara khusus, dalam konteks pesantren seperti Kopontren YABIPA, kewirausahaan sosial berperan dalam memberdayakan anggota pesantren melalui pelatihan, pengelolaan sumber daya lokal, serta pengembangan produk pupuk kompos yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar (Rahmawati & Santoso, 2021). Dengan demikian, kewirausahaan sosial tidak hanya mendukung pengembangan ekonomi pesantren, tetapi juga memperkuat fungsi pesantren sebagai pusat pemberdayaan komunitas dan pelestarian lingkungan.

### SWOT Matrix

Analisis SWOT Matrix adalah salah satu alat strategis yang digunakan untuk memahami posisi suatu organisasi, bisnis, atau program berdasarkan empat komponen utama, yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Metode ini tidak hanya membantu dalam mengenali kondisi internal dan eksternal, tetapi juga mempermudah proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang lebih terarah dan efisien (Kotler & Keller, 2016).

- Strengths (Kekuatan):

Kekuatan adalah faktor internal positif yang dimiliki oleh organisasi atau program dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan. Contohnya meliputi sumber daya manusia yang kompeten, teknologi yang mumpuni, jaringan kerja yang luas, atau reputasi yang baik di masyarakat.

- Weaknesses (Kelemahan):

Kelemahan merupakan faktor internal yang dapat menghambat kinerja atau pencapaian target. Ini bisa berupa kurangnya pengalaman, keterbatasan dana, proses produksi yang belum efisien, atau minimnya promosi.

- Opportunities (Peluang):

Peluang adalah kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan organisasi. Misalnya, adanya tren masyarakat terhadap produk ramah lingkungan, kebijakan pemerintah yang mendukung, atau pertumbuhan pasar yang tinggi.

- Threats (Ancaman):

Ancaman adalah faktor eksternal yang bisa berdampak negatif terhadap keberlangsungan atau pertumbuhan organisasi. Ini bisa berasal dari pesaing baru, perubahan regulasi, krisis ekonomi, atau penurunan minat konsumen.

Setelah seluruh faktor diidentifikasi, SWOT Matrix akan disusun dengan memadukan keempat komponen tersebut ke dalam strategi yang lebih aplikatif, yaitu:

- Strategi SO (Strengths–Opportunities): Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada.

- Strategi WO (Weaknesses–Opportunities): Meminimalkan kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang eksternal.

- Strategi ST (Strengths–Threats): Menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi dan mengatasi ancaman dari luar.

- Strategi WT (Weaknesses–Threats): Menyusun langkah defensif untuk mengurangi dampak kelemahan internal dan ancaman eksternal secara bersamaan.

### Social Business Model Canvas (SBMC)

Social Business Model Canvas (SBMC) adalah kerangka kerja visual yang digunakan untuk merancang, mengembangkan, dan menganalisis model bisnis sosial. SBMC dikembangkan

sebagai adaptasi dari Business Model Canvas (BMC) yang dikenalkan oleh Osterwalder dan

Pigneur (2010), namun dengan fokus utama pada penciptaan nilai sosial selain nilai ekonomi.

Model ini sangat relevan digunakan oleh organisasi yang mengusung misi sosial, seperti wirausaha sosial (social entrepreneurs), lembaga non-profit, maupun perusahaan yang menjalankan program tanggung jawab sosial.

Menurut Joyce dan Paquin (2016), SBMC merupakan alat yang efektif untuk merancang model bisnis berkelanjutan karena mampu mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam struktur bisnis secara utuh.

Adapun komponen untuk SBMC diantaranya:

- Customer Segments – pihak-pihak yang dilayani, termasuk penerima manfaat sosial dan pelanggan komersial (Osterwalder & Pigneur, 2010).
- Value Propositions – manfaat atau solusi yang ditawarkan, baik secara ekonomi maupun sosial (Yunus, 2010).
- Channels – saluran komunikasi dan distribusi produk atau jasa (Osterwalder & Pigneur, 2010).
- Customer Relationships – cara organisasi membangun dan memelihara hubungan dengan para pelanggan atau komunitas (Joyce & Paquin, 2016).
- Revenue Streams – sumber pendapatan, yang dapat berasal dari penjualan, hibah, donasi, atau sponsor (Yunus, 2010).
- Key Resources – aset penting yang mendukung operasional organisasi (Joyce & Paquin, 2016).
- Key Activities – kegiatan utama yang dijalankan untuk menciptakan nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010).
- Key Partnerships – mitra eksternal yang mendukung pencapaian tujuan sosial dan bisnis (Joyce & Paquin, 2016).
- Cost Structure – biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan dan mencapai tujuan sosial (Yunus, 2010).
- Mission – misi atau cara dari perusahaan tersebut mencapai visi atau tujuan.
- Community Reinvestment – keuntungan yang digunakan kembali ke dalam komunitas atau program sosial.
- Social Innovation – penemuan atau inovasi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah sosial.

Koperasi Pesantren (Kopontren)

Kopontren atau Koperasi Pesantren merupakan lembaga koperasi yang dikelola oleh dan untuk komunitas pesantren. Kopontren berfungsi sebagai sarana pemberdayaan ekonomi pesantren dengan mengelola berbagai usaha yang mendukung kebutuhan santri, pengasuh, dan masyarakat sekitar. Tujuan utama Kopontren adalah meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren sekaligus mendukung pelaksanaan pendidikan dan dakwah (Ridwan, 2017).

Berbeda dengan koperasi konvensional, Kopontren memiliki karakteristik khusus yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal pesantren dalam pengelolaannya. Koperasi ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada penguatan ukhuwah sosial, solidaritas, dan pengembangan komunitas pesantren secara berkelanjutan (Huda & Munawir, 2020). Dalam praktiknya, Kopontren mengelola berbagai jenis usaha, mulai dari perdagangan kebutuhan santri, produksi makanan dan minuman, hingga usaha agribisnis seperti pengolahan pupuk kompos. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan pesantren, tetapi juga memberikan pelatihan dan pengalaman kewirausahaan bagi para santri dan anggota komunitas (Sari & Kurniawan, 2019).

Keberadaan Kopontren sangat strategis dalam mendukung program kewirausahaan sosial di pesantren, seperti yang dilakukan oleh Kopontren YABIPA di Kabupaten Bandung. Melalui

koperasi ini, pesantren dapat mengelola sumber daya secara efektif dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal, sekaligus mewujudkan misi sosial dan lingkungan yang berkelanjutan.

## **METODE**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap fenomena kompleks yang terjadi dalam konteks nyata, yaitu strategi kewirausahaan sosial pada Kopontren YABIPA di Kabupaten Bandung (Yin, 2018). Studi kasus cocok digunakan ketika batasan antara fenomena dengan konteksnya tidak jelas dan membutuhkan pemahaman yang holistik terhadap proses, interaksi, serta dinamika sosial yang terjadi (Creswell & Poth, 2018).

Dengan desain studi kasus, penelitian ini dapat menggali secara rinci bagaimana strategi kewirausahaan sosial dikembangkan dan dijalankan oleh Kopontren YABIPA, serta memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan atau hambatan dalam pelaksanaan program pupuk kompos. Selain itu, desain ini fleksibel untuk mengintegrasikan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, sehingga menghasilkan data yang kaya dan valid (Stake, 1995).

### **Sumber Data**

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara di Kopontren YABIPA. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi dan aktivitas kewirausahaan sosial, sedangkan wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pengurus dan anggota koperasi untuk menggali informasi mendalam terkait strategi, tantangan, dan peluang dalam pengelolaan pupuk kompos (Kawulich, 2005; Patton, 2015).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode utama, yaitu:

- **Observasi**

Peneliti melakukan observasi langsung di lokasi Kopontren YABIPA untuk mengamati aktivitas dan proses operasional yang terkait dengan kewirausahaan sosial, khususnya dalam produksi pupuk kompos. Observasi ini dilakukan secara sistematis dan partisipatif agar peneliti dapat memahami konteks nyata serta dinamika sosial yang terjadi di lapangan (Kawulich, 2005).

- **Wawancara Semi-Terstruktur**

Wawancara dilakukan dengan pengurus koperasi dan anggota Kopontren YABIPA menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara semi-terstruktur ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam, mengklarifikasi jawaban, dan mengeksplorasi berbagai aspek terkait strategi kewirausahaan sosial yang diterapkan (Patton, 2015).

### **Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan Social Business Model Canvas. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Kopontren Yabipa. Social Business Model Canvas digunakan untuk memahami model bisnis sosial yang digunakan oleh Kopontren Yabipa dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

### **Langkah-Langkah Penelitian**

Langkah-langkah penelitian ini adalah:

1. Identifikasi Kopontren YABIPA sebagai objek penelitian.
2. Pengumpulan data primer.
3. Analisis data menggunakan analisis SWOT dan Social Business Model Canvas.
4. Identifikasi strategi kewirausahaan sosial yang efektif dan berkelanjutan untuk

Kopontren Yabipa.

5. Penyusunan laporan penelitian.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah:

- Pedoman wawancara.
- Checklist observasi.  
Validitas dan Reliabilitas  
Validitas dan reliabilitas penelitian ini dijamin melalui:
  - Triangulasi data: Menggunakan beberapa sumber data untuk memvalidasi temuan.
  - Verifikasi data: Memverifikasi data dengan pengurus dan anggota koperasi.
  - Analisis data yang sistematis: Menggunakan analisis SWOT dan Social Business Model Canvas untuk memahami data secara sistematis.

Dengan menggunakan metode penelitian yang sistematis dan valid, penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang akurat dan bermanfaat untuk pengembangan strategi kewirausahaan sosial pada Kopontren Yabipa di Kabupaten Bandung.

### **Hasil Penelitian**

Profil Kopontren

Nama: Pondok Pesantren Yayasan Bina Insan Paripurna (YABIPA).

Tahun didirikan: 2017.

Lokasi: Jalan Pasir Melati, Cikadut, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Kode Pos: 40191

Jenjang: Pendidikan Menengah Pertama.

Kepala Sekolah: Pak Agung.

Jumlah Santri: 73.

Jumlah Guru: sekitar 20.

Visi:

Membangun Lembaga Pendidikan Islam Terpadu dengan mengusung kearifan lokal.

Misi:

- Mendidik para siswa yang berkarakter.
- Menyelenggarakan Pendidikan Pondok Pesantren dengan fasilitas terbaik (The Best Boarding School).
- Menyelenggarakan Pendidikan Nasional (SMP/SMA/SMK Terbaik).
- Menyelenggarakan Klinik Usaha sebagai sarana pelatihan bagi para siswa.

Fasilitas:

- Masjid Jabal Fath
- Ruang Kelas
- Lab Komputer
- Gazebo / Saung
- Kantin & Klinik Usaha

- Garden, Green house
- Tempat tidur dan Rak Individu
- UKS
- Pemeriksaan Kesehatan Rutin
- Rumah Sampah

Profil singkat:

Pondok Pesantren YABIPA (Yayasan Bina Insan Pembelajar) merupakan lembaga pendidikan Islam terpadu yang berkomitmen mencetak generasi berakhlak mulia, cerdas, mandiri, dan berwawasan global. Dengan lingkungan yang asri dan sarana prasarana yang lengkap, YABIPA hadir sebagai tempat terbaik bagi para santri untuk tumbuh dan berkembang secara spiritual, intelektual, dan sosial.

Hasil Wawancara:

- Pak Agung (Kepala Sekolah YABIPA)

Kelompok 1 berhasil melakukan wawancara dengan Kepala Sekolah YABIPA yaitu Pak Agung. Beliau menjelaskan bahwa YABIPA saat ini sedang berfokus pada penambahan fasilitas namun tetap melakukan kegiatan pembelajaran secara normal. YABIPA juga akan menambah fasilitas untuk pelatihan LifeSkill bagi para Santri agar para Santri siap untuk menghadapi dunia luar. Selain itu, YABIPA telah membangun Rumah Sampah sebagai solusi sampah yang menumpuk di sekitar perumahan sekitar YABIPA sekaligus mengajarkan kepada para santra cara mengelola sampah menjadi hal yang berguna seperti pupuk, dan lainnya.

- Pak Mariyo (Pengurus Green House YABIPA)

Kelompok 1 telah melakukan wawancara dengan Pengurus Green Gardeb YABIPA yaitu Pak Mariyo. Beliau menjelaskan saat ini Green House YABIPA menggunakan metode NFT (Nutrient Film Technique) yang dimana metode ini tidak menggunakan tanah serta menghemat penggunaan air. Selain itu, Metode ini juga dapat mempercepat pertumbuhan tanaman seperti Selada, Kangkung, dan jenis tanaman daun lainnya. Beliau juga menjelaskan bahwa YABIPA akan membangun kolam untuk budidaya ikan yang terletak di sebelah Green House YABIPA.

- Bu Himmah (Guru dan Marketing YABIPA)

Kelompok 1 telah melakukan wawancara dengan Guru dan marketing dari produk YABIPA yaitu Bu Himmah. Beliau menjelaskan bahwa YABIPA berhasil memproduksi satu produk yang dapat membantu kegiatan rumah tangga yaitu sabun cuci piring. Produk ini juga dibuat oleh para Santri yang dibantu oleh para guru sebagai salah satu metode pembelajaran LifeSkill. Selain itu, Produk ini juga telah membantu orang tua Santri dan warga sekitar YABIPA dikarenakan harga yang ditawarkan cukup terjangkau yaitu Rp. 7.000,00 untuk botol 450 ml.

- Pak Agus (Bendahara YABIPA)

Kelompok 1 telah melakukan wawancara dengan Bendahara dari YABIPA yaitu Pak Agus. Beliau menjelaskan bahwa saat ini YABIPA sedang memfokuskan dana yang dikumpulkan untuk membangun fasilitas yang dapat menunjang para santri dan guru serta memperbanyak kegiatan terutama Lifeskill yang dapat melatih keterampilan para santri dan karena itu juga hampir tiap tahun ada pembangunan di YABIPA.

Analisis SWOT Matrix

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>The organisation</b><br>Pondok Pesantren Yayasan Bina Insan Pariapura (YABIPA).  | <b>Strengths - S</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Fasilitas lengkap: Rumah Sampah, Green House, Klinik Usaha.</li> <li>● Produk santri (pupuk &amp; sabun) diterima masyarakat.</li> <li>● Program Life Skill aktif bersama santri.</li> <li>● Lingkungan pondok asri dan sejuk.</li> </ul>     | <b>Weaknesses - W</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pemasaran masih terbatas di lingkungan sekitar.</li> <li>● Fasilitas produksi belum modern.</li> <li>● Manajemen distribusi belum profesional.</li> <li>● Dana operasional terbatas.</li> </ul>      |
| <b>Opportunities - O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dukungan Pemerintah terhadap Ekonomi Pesantren</li> <li>• Pasar Produk Halal dan Organik yang Terus Tumbuh</li> <li>• Akses Mudah ke Platform Digital untuk Pemasaran</li> <li>• Kemitraan dan Kolaborasi Lokal</li> <li>• Minat Generasi Muda terhadap Kewirausahaan Sosial</li> </ul> | <b>SO strategies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gantikan fasilitas lengkap untuk produksi ramah lingkungan</li> <li>● Sajikan Life Skill santri dengan tren pasar</li> <li>● Promosikan produk via media sosial dan marketplace</li> <li>● Jadikan pondok pusat edukasi lingkungan</li> </ul> | <b>WO strategies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gandeng CSR/LSM untuk bantu fasilitas dan dana</li> <li>● Latih santri digital marketing</li> <li>● Bangun kemitraan distribusi online</li> <li>● Perluas pasar lewat komunitas lingkungan</li> </ul> |
| <b>Threats - T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Persaingan dari produk komersial besar.</li> <li>● Fluktuasi bahan baku dan musim</li> <li>● Minimnya partisipasi warga jika tak didukasi.</li> <li>● Regulasi perizinan bisa berubah.</li> </ul>   | <b>ST strategies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bangun brand produk santri yang jelas &amp; ramah lingkungan</li> <li>● Diversifikasi produk berbasis lokal</li> <li>● Edukasi masyarakat soal lingkungan</li> <li>● Gandeng ahli hukum soal izin usaha</li> </ul>                            | <b>WT strategies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Efisiensi tim internal dan relawan.</li> <li>● Cari dana dari donatur dan lembaga sosial.</li> <li>● Rancang program pelibatan warga.</li> <li>● Bentuk tim advokasi usaha dan legalitas.</li> </ul>  |

Berikut adalah analisis SWOT Matrix dari Kopontren YABIPA:

### 1. Strengths (Kekuatan)

- Fasilitas lengkap: Rumah Sampah, Green House, Klinik Usaha.
- Produk santri (pupuk & sabun) diterima masyarakat.
- Program Life Skill aktif bersama santri.
- Lingkungan pondok asri dan sejuk.

### 2. Weaknesses (Kelemahan)

- Pemasaran masih terbatas di lingkungan sekitar.
- Fasilitas produksi belum modern.
- Manajemen distribusi belum profesional.
- Dana operasional terbatas.

### 3. Opportunities (Peluang)

- Dukungan Pemerintah terhadap Ekonomi Pesantren
  - Berdasarkan data KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah), lebih dari 1.000 pesantren di Indonesia telah masuk program Pesantren Ekonomi Mandiri.
  - Pemerintah juga menggulirkan Program Santripreneur dan Pembiayaan Syariah Koperasi Pesantren (Kopontren) melalui Kementerian Koperasi dan Bank Syariah Indonesia (BSI).
- Pasar Produk Halal dan Organik yang Terus Tumbuh
  - Nilai ekonomi halal global diproyeksikan mencapai USD 3 triliun pada 2025 (Global Islamic Economy Report).
  - Di Indonesia, permintaan terhadap produk herbal, organik, dan ramah lingkungan semakin meningkat, terutama pasca-pandemi. YABIPA bisa mengembangkan produk hasil pertanian atau olahan herbal seperti menanam sayuran dan sabun alami.
- Akses Mudah ke Platform Digital untuk Pemasaran
  - Platform seperti Tokopedia Salam, Bukalapak Halal, dan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) membuka akses ke pasar nasional tanpa biaya besar.
  - Data dari Hootsuite (2024): pengguna internet di Indonesia mencapai 215 juta orang, dan tren belanja online terus meningkat bahkan di daerah pedesaan.
- Kemitraan dan Kolaborasi Lokal
  - Banyak BUMDes, pesantren lain, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) mencari mitra untuk distribusi produk lokal atau program pemberdayaan.
  - YABIPA bisa menjalin kerja sama dengan lembaga seperti:
    - a. Laznas BAZNAS atau Dompot Dhuafa
    - b. BUMDes Cikadut atau sekitar Bandung Timur
    - c. Pesantren mitra untuk koperasi jaringan
- Minat Generasi Muda terhadap Kewirausahaan Sosial

•Survei BPS menunjukkan bahwa lebih dari 65% santri usia muda tertarik menjadi wirausaha, khususnya di bidang agribisnis, kuliner halal, dan produk digital.

•YABIPA dapat memanfaatkan tren ini untuk mencetak santri pengusaha (santripreneur) berbasis koperasi.

#### 4. Threats (Ancaman)

- Persaingan dari produk komersial besar.
- Fluktuasi bahan baku dan musim.
- Minimnya partisipasi warga jika tak diedukasi.
- Regulasi perizinan bisa berubah.

#### 5. Strategi SO (Strengths + Opportunities)

- Gunakan fasilitas lengkap untuk produksi ramah lingkungan.
- Satukan Life Skill santri dengan tren pasar.
- Promosikan produk via media sosial dan marketplace.
- Jadikan pondok pusat edukasi lingkungan.

#### 6. Strategi WO (Weaknesses + Opportunities)

- Gandeng CSR/LSM untuk bantu fasilitas dan dana.
- Latih santri digital marketing.
- Bangun kemitraan distribusi online.
- Perluas pasar lewat komunitas lingkungan.

#### 7. Strategi ST (Strengths + Threats)

- Bangun brand produk santri yang islami & ramah lingkungan.
- Diversifikasi produk berbasis lokal.
- Edukasi masyarakat soal lingkungan.
- Gandeng ahli hukum soal izin usaha.

#### 8. Strategi WT (Weaknesses + Threats)

- Efisiensi tim internal dan relawan.
- Cari dana dari donatur dan lembaga sosial.
- Rancang program pelibatan warga.
- Bentuk tim advokasi usaha dan legalitas.

### Analisis SBMC

#### SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <b>MISSION:</b><br>Membidik siswa yang berkarakter melalui penyelenggaraan pendidikan pesantren dari pendidikan nasional (SMP/ISMA/SMK) dengan fasilitas terbaik, serta menyediakan Kiri'k' Usaha sebagai sarana pelatihan keterampilan bagi para siswa. |  |   |   |
| <b>IMPLEMENTATION</b>  |  | <b>MARKET</b>   |   |
| <b>Key Allies</b><br>• Orang tua yang menyediakan biaya di YABIPA.<br>• Pondok yang menyediakan sarana atau layanan ke YABIPA.<br>• Penerima mahasiswa yang membantu YABIPA.   | <b>Key Resources</b><br>• SDM.<br>• Bangunan.<br>• Fasilitas pendukung.<br><br><b>Key Activities</b><br>• Menembuh masalah santri di kelas.<br>• Melakukan evaluasi proses di setiap siklus kehabisan, dan lainnya.<br>• Kegiatan sosial seperti gotong royong, dan lainnya. | <b>Social Innovation</b><br>• Membuat Rumah Sampah yang bertujuan untuk mengurangi sampah yang sudah menumpuk di sekitar permukiman warga.<br><br><b>Value Proposition</b><br>• Meraih banyak manfaat.<br>• Lokasi berada di lingkungan yang strategis.<br>• Lokasi berada di sekitar permukiman warga. | <b>Customer Relationships</b><br>• Membentuk pelayanan yang ramah dan baik kepada orang tua dan siswa yang datang ke YABIPA.<br>• Memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan santri.<br><br><b>Customer Segments</b><br>• Anak usia 12-15 tahun.<br>• Orang tua yang ingin anaknya mendapatkan pendidikan agama dan pendidikan umum yang baik. |
| <b>FINANCES</b>  |  |   |   |
| <b>Cost of Delivery</b><br>• Biaya makan untuk para santri dan guru.<br>• Biaya listrik dan pemeliharaan.<br>• Biaya pengajaran.<br>• Biaya.<br>• Biaya perawatan bangunan.<br>• Biaya operasional administrasi.   | <b>Community Reinvestment</b><br>• Memanfaatkan tenaga kerja sekitar untuk membantu.<br>• Memanfaatkan produk seperti sayuran dan buah-buahan yang segar.  | <b>Revenue Streams</b><br>• Pendidikan dan asrama.<br>• Perguruan saban cuci piring.<br>• Penjualan pupuk.  |   |

Berikut adalah hasil analisis Social Business Canvas (SBMC) dari Kopontren YABIPA:

#### 1. Customer Segments:

- Anak berusia 12-15 tahun yang ingin belajar hidup mandiri.
- Orang tua yang ingin anaknya mendapatkan pendidikan agama dan pendidikan umum yang baik.
- Orang tua yang ingin anaknya memiliki Lifeskill yang baik dan berguna bagi masyarakat.

2. Value Propositions:
  - Memiliki banyak fasilitas yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para santri seperti Rumah Sampah, Green House, dan lainnya.
  - Lokasi berada di dataran tinggi yang membuat lokasi tersebut adem dan tidak terlalu panas.
  - Lokasi berada di sekitar perumahan warga yang memberikan kemudahan terutama bagi warga sekitar yang ingin menyekolahkan anak di YABIPA.
3. Channels:
  - Bangunan yang terdiri dari ruang kelas, asrama, dan fasilitas lainnya yang digunakan para santri dan guru dalam kegiatan belajar dan mengajar.
  - Lahan yang digunakan sebagai pertanian untuk menanam Singkong, dan lainnya.
  - Masjid yang digunakan untuk kegiatan ibadah para guru dan santri.
4. Customer Relationships:
  - Memberikan pelayanan yang ramah dan baik kepada orangtua dan anak yang datang ke YABIPA
  - Memberikan pengajaran yang sesuai dengan kemampuan santri.
5. Revenue Streams:
  - Pendidikan dan asrama.
  - Penjualan sabun cuci piring.
  - Penjualan pupuk.
6. Key Resources:
  - SDM seperti tenaga pengajar, dan lainnya.
  - Bangunan untuk tempat belajar dan mengajar
  - Fasilitas pendukung seperti Rumah Sampah, Green House yang dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan santri.
  - Lahan yang digunakan untuk pertanian singkong, dan lainnya.
7. Key Activities:
  - Kegiatan belajar mengajar di kelas.
  - Kegiatan belajar agama di masjid seperti tes hafalan, dan lainnya.
  - Kegiatan Lifeskill seperti Fotografi, berkebun, dan lainnya.
8. Key Partnerships:
  - Orangtua yang menyekolahkan anaknya di YABIPA.
  - Donatur yang menyumbangkan dana atau lainnya ke YABIPA.
  - Pemerintah yang mengawasi serta membantu YABIPA.
9. Cost of Delivery:
  - Biaya makan untuk para santri dan guru.
  - Biaya listrik dan pembangunan.
  - Pajak bangunan.
  - Gaji.
  - Biaya perawatan bangunan.
  - Biaya pelatihan dan pembinaan.
10. Mission:
  - mendidik siswa yang berkarakter melalui penyelenggaraan pendidikan pesantren dan pendidikan nasional (SMP/SMA/SMK) dengan fasilitas terbaik, serta menyediakan Klinik Usaha sebagai sarana pelatihan keterampilan bagi para siswa.
11. Community Reinvestment:

- Membuka lapangan kerja bagi warga sekitar YABIPA sebagai guru, dan lainnya. Serta menyediakan produk seperti sabun cuci piring dengan harga terjangkau yang dapat membantu warga sekitar YABIPA.

#### 12. Social Innovation:

- Membuat Rumah Sampah yang bertujuan untuk mengatasi sampah yang sudah menumpuk di sekitar perumahan warga.

#### **Rekomendasi Bisnis**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta analisis SWOT dan SBMC yang dilakukan, maka Kopontren YABIPA disarankan untuk mengembangkan usaha pupuk kompos dengan strategi berikut:

##### Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga sebagai Bahan Baku

Kopontren YABIPA dapat memulai kerja sama dengan warga sekitar untuk mengumpulkan sampah organik rumah tangga. Langkah ini dapat didukung dengan menyediakan tempat khusus untuk sampah organik di area perumahan. Selain itu, jadwalkan sistem penjemputan sampah terpilah yang dilakukan oleh tim santri secara rutin.

##### Diversifikasi Produk Pupuk

Untuk memenuhi berbagai kebutuhan pasar, usaha dapat mengembangkan beberapa varian produk pupuk, seperti pupuk kompos padat, kompos cair (bio-enzim), serta pupuk khusus untuk tanaman hias atau hortikultura (tanaman kebun). Kemasan produk juga disarankan bervariasi dengan ukuran 500 gram hingga 1 kilogram yang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

##### Peningkatan Branding dan Kemasan Produk

Penting untuk menciptakan merek pupuk yang mencerminkan nilai-nilai pesantren sekaligus ramah lingkungan. Produk tersebut perlu dilengkapi dengan label yang menjelaskan manfaat, serta sertifikasi halal dan/atau organik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Penggunaan kemasan yang menarik dan ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah.

##### Pengembangan Saluran Distribusi

Produk pupuk dapat dipasarkan melalui berbagai kanal, seperti marketplace digital (Tokopedia, Shopee), kerjasama dengan toko pertanian, koperasi desa, dan komunitas. Selain itu, aktif mengikuti pameran dan bazar di lingkungan pesantren maupun komunitas dapat memperluas jaringan pemasaran.

##### Pelibatan Santri sebagai Agen Edukasi dan Pemasaran

Santri dilatih untuk memahami pemasaran digital, kemampuan berbicara di depan umum, dan edukasi mengenai lingkungan. Pembentukan tim yang dapat menjadi pelaksana utama dalam kegiatan usaha dan promosi produk sehingga peran santri semakin optimal dan berkontribusi langsung terhadap perkembangan usaha.

##### Edukasi dan Program Tukar Sampah

Menyelenggarakan pelatihan tentang cara memilah sampah dan pengomposan bagi warga dan santri untuk meningkatkan kesadaran lingkungan. Selain itu, dapat dibuat program reward, misalnya penukaran sampah dengan pupuk, sabun cuci piring, atau diskon khusus dengan jumlah tertentu, sehingga warga sekitar semakin termotivasi untuk berpartisipasi aktif.

##### Kolaborasi dan Akses Pendanaan

Mengupayakan kemitraan dengan pemerintah daerah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) lingkungan, serta program Corporate Social Responsibility (CSR) yang sering dilakukan perusahaan besar untuk mendapatkan dukungan berupa alat, pelatihan, dan perluasan

pasar. Pengajuan proposal pendanaan yang baik akan membantu memperkuat kapasitas dan keberlanjutan usaha.

Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu Kopontren YABIPA dalam mengembangkan usaha pupuk kompos yang tidak hanya mengatasi permasalahan lingkungan, tetapi juga memberdayakan masyarakat sekitar dan santri secara berkelanjutan.

## **KESIMPULAN & SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengusaha sosial di Kabupaten Bandung dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kepemimpinan visioner, jejaring sosial yang luas, kemampuan inovasi dalam produk dan layanan, serta dukungan lingkungan sosial. Faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan berperan penting dalam menciptakan keberlanjutan usaha serta dampak sosial yang nyata di masyarakat. Selain itu, pengusaha sosial yang mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis serta terus melakukan inovasi, cenderung memiliki ketahanan usaha yang lebih baik.

Dari hasil penelitian ini, disarankan kepada pengusaha sosial di Kabupaten Bandung untuk terus mengembangkan jejaring kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, komunitas, dan sektor swasta, guna memperluas dampak sosial yang dihasilkan. Selain itu, penting bagi pelaku usaha sosial untuk meningkatkan kapasitas kepemimpinan serta kemampuan inovasi, agar mampu bersaing dan beradaptasi di tengah dinamika pasar. Bagi pemerintah dan lembaga terkait, diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan, pendampingan, dan akses permodalan guna memperkuat ekosistem usaha sosial di daerah ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, R., & Ridwan, M. (2021). Peran kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan santri berbasis lingkungan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 134–145.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of “social entrepreneurship”*. Stanford University.
- Dees, J. G. (2001). *The meaning of social entrepreneurship revisited*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship.
- Huda, N., & Munawir, M. (2020). Koperasi pesantren sebagai penggerak ekonomi santri: Studi penguatan ekonomi berbasis komunitas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 23–34.
- Ismail, A. (2020). Kewirausahaan sosial sebagai alternatif pembangunan berbasis masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 24(3), 289–301.
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474–1486.
- Kawulich, B. B. (2005). *Participant observation as a data collection method*.
- KLHK (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan). (2023). *Data sampah nasional 2022*.
- Kompas. (2025, Januari 12). *Kopontren YABIPA olah sampah organik jadi pupuk kompos*. Kompas.id.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.

Rahmawati, F., & Santoso, B. (2021). Pemberdayaan ekonomi pesantren melalui wirausaha sosial berbasis lingkungan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 180–190.

Ridwan, M. (2017). Revitalisasi peran koperasi pesantren sebagai penggerak ekonomi umat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 35–45.

Santos, F. M., Pache, A.-C., & Birkholz, C. (2015). Making hybrids work: Aligning business models and organizational design for social enterprises. *California Management Review*,

Sari, Y. P., & Kurniawan, R. (2019). Penguatan koperasi pesantren sebagai lembaga pemberdayaan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 6(2), 165–178.

Smith, B. R., & Stevens, C. E. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 575–598.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE Publications.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. PublicAffairs.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Survei minat kewirausahaan santri di Indonesia*. Jakarta: BPS.

Global Islamic Economy Report. (2021). *State of the Global Islamic Economy Report 2021/2022*. DinarStandard & Salaam Gateway.

Hootsuite & We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2023). *Laporan Tahunan KNEKS 2023*. Jakarta: KNEKS.

<https://kneks.go.id>

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Program Penguatan Ekonomi Pesantren dan Kopontren*. <https://kemenkopukm.go.id>

Bank Syariah Indonesia. (2023). *Santripreneur: Mendorong Kewirausahaan di Lingkungan Pesantren*.

Dompot Dhuafa. (2022). *Kemitraan Ekonomi Umat: Laporan Tahunan Program Pemberdayaan Ekonomi*.