

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang telah ada sejak dahulu kala dan memiliki potensi yang cukup besar, termasuk potensi ekonomi, meningkatkan potensi ini merupakan tantangan bagi lembaga pesantren untuk mengembangkan pembangunan ekonomi di sekitar pesantren dan masyarakat sekitarnya. Pesantren terkenal dengan pendekatan yang baik terhadap pendidikan, yang tidak hanya mencakup pelajaran agama tetapi juga penanaman keterampilan kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi (Ulum, 2018:617).

Jika dilihat dari adanya pesantren merupakan pendidikan yang sangat fleksibel terhadap keberadaan masyarakat dan santri nya, serta kemandirian pesantren dibuktikan dengan kemampuan memenuhi kebutuhan dalam unit bisnis pesantren hal ini sangat berkaitan dengan program yang telah dicanangkan oleh Gubernur Jawa Barat yakni program khusus untuk pesantren yaitu *One Pesantren One Product* (OPOP).

Berkaitan dengan hal diatas maka mengembangkan unit usaha berbentuk koperasi pesantren merupakan salah satu strategi untuk mencapai kemandirian pesantren. Unit usaha berbentuk koperasi pesantren yang terstruktur dengan baik biasanya menghasilkan hasil yang menguntungkan, santri dan masyarakat sekitar pesantren harus berperan aktif dalam upaya pengembangan produk pesantren, oleh karena itu, sangat penting untuk membekali santri dan masyarakat sekitar pesantren dengan pembelajaran dan wawasan yang memadai untuk mendorong pengembangan unit usaha yang didirikan di pesantren.

Jika berbicara tentang pendidikan tentunya pesantren sangat terikat dengan kata tersebut, pendidikan sendiri berasal dari kata didik, namun dalam kata yang lebih khusus, pendidikan sering dipandang sebagai sarana atau suatu yang dijadikan maksud atau tujuan. Menurut W.J.S. Poerwadarminto (2013:14) dalam Kamus besar bahasa Indonesia, istilah “mendidik” berasal dari akar kata “belajar” untuk menunjukkan bahwa belajar merupakan kata kerja yang berarti memelihara dan memberikan latihan (mengajar).

Pesantren memiliki sejarah panjang yang dituangkan dalam beberapa dokumen hukum, antara lain Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Penetapan Standar Nasional Pendidikan, dan Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan agama dan keagamaan, dan Undang-Undang No. 18 Tahun 2019 tentang Pesantren menyelenggarakan pendidikan formal dan nonformal.

Sebagai garda terdepan, pesantren diharapkan dapat membantu penyelesaian masalah seperti kemiskinan, kurangnya pendidikan, kerusakan lingkungan, sumber daya manusia, dan lain-lain. Menurut Nur Syam (2005:78), pesantren adalah lembaga pendidikan keagamaan yang berperan dalam pranata sosial; dengan demikian, fungsinya dapat disimpulkan dari faktor-faktor berikut: (1) sebagai landasan nilai dan etika; (2) memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam tentang nilai-nilai dan ajaran agama; (3) bertindak sebagai pengatur atau penyaring bagi kemajuan moralitas dan kehidupan spiritual; dan (4) berperan sebagai mediator berbagai kepentingan yang muncul dan berkembang di masyarakat.

Carell A Steenbrink, (1994) menyebutkan Pondok pesantren merupakan program lembaga pendidikan Islam tertua yang ada di Indonesia, pondok pesantren merupakan lembaga yang bergerak dalam segala aspek karena dipandang sebagai bagian dari masyarakat secara luas. Namun, untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat di pesantren, pesantren harus berani tampil terbuka dan membudayakan diri sebagai suatu inovasi. Selain interaksi kiai dan santri, pendirian pesantren dapat berinteraksi dengan masyarakat sekitar, interaksi tersebut pada akhirnya mengalami perubahan positif, mempromosikan perubahan, pertumbuhan, dan usaha pesantren. Perubahan ini terlihat dalam berbagai cara, termasuk peningkatan kesadaran dan kepekaan terhadap kekhawatiran saat ini, khususnya yang berkaitan dengan kesulitan ekonomi. Pesantren memiliki hubungan dengan masyarakat setempat, contoh nya seperti pertukaran kegiatan maupun pertukaran dalam hal jual beli, makna dan fungsi pertukaran ini berkembang seiring waktu, menghasilkan pertumbuhan, perkembangan, dan pemberdayaan masyarakat termasuk peningkatan kesadaran dan empati terhadap isu-isu lokal, khususnya yang berkaitan dengan ekonomi lokal.

Pesantren adalah lembaga pendidikan yang melayani fungsi keagamaan serta sosial, pesantren bertanggung jawab untuk memastikan moral masyarakat dan santri sementara selain itu harus memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam dan berkembang. Masyarakat umum selalu percaya bahwa semua kiai dicetak dari produk pesantren, yang berarti pesantren hanya menjadi seorang kiai tanpa bisa untuk berdagang atau berwirausaha. Namun, pada kenyataannya, pesantren juga bisa mencetak kader-kader unggul yang mampu bersaing dalam berwirausaha. Oleh karena itu, penting bagi lulusan pesantren yang dikenal dengan nama alumni pesantren memiliki keterampilan untuk memulai usaha sendiri dengan kemampuan yang terdidik semenjak dari pesantren.

Pesantren diakui secara luas sebagai salah satu lembaga yang memiliki dampak signifikan dalam pemberdayaan masyarakat melalui program-program mulai dari pelajaran agama hingga pelatihan kewirausahaan, terutama yang berkaitan dengan masalah ekonomi. Sehingga sejumlah pesantren terus mencari cara untuk menggabungkan kurikulum agama masyarakat dengan pengajaran bisnis.

Pesantren memberikan kontribusi signifikan dalam pemberdayaan masyarakat dengan memberikan program-program yang mencakup pendidikan agama serta pelatihan kewirausahaan. Sehingga, pesantren menjadi lembaga terkenal dengan pengaruh signifikan dalam masalah ekonomi. Berbagai pesantren telah berusaha untuk mengintegrasikan pengajaran kewirausahaan ke dalam sistem pendidikan agama, terutama karena minat dan bakat dari pada kader di dalam nya.

Salah satu nya Pesantren Dadali Dinillah di Tasikmalaya telah berperan penting dalam perkembangan kewirausahaan santri dan masyarakat sekitar. Selain akademisi agama, pondok pesantren Dadali Dinillah memberikan pendidikan kewirausahaan kepada para santrinya melalui unit usaha pesantren. Pesantren memiliki kapasitas untuk berkembang sebagai lembaga sosial yang menumbuhkan inisiatif dan kreativitas yang baik, bertindak sebagai sumber utama pertumbuhan yang mengutamakan kesejahteraan material dan spiritual.

Pesantren Dadali Dinillah Tasikmalaya berkomitmen untuk mendorong kewirausahaan pada santrinya dan masyarakat sekitar. Topik penelitian peneliti berkaitan dengan kehidupan santri dan kewirausahaan *One Pesantren One Product*

(OPOP). Peneliti bermaksud untuk menganalisis potensi Pondok Pesantren Dadali Dinillah, dengan mempertimbangkan keberadaan bagian wirausaha bisnisnya melalui program *One Pesantren One Product* (OPOP). Motivasi untuk menyelidiki ini berasal dari pengamatan bahwa dampak pesantren sangat efektif terhadap pendidikan santri-santri nya, seperti yang ditunjukkan oleh pemberdayaan banyak individu melalui adanya ekonomi pesantren.

Pesantren Dadali Dinillah Singaparna merupakan suatu pesantren yang mempunyai peran dan potensi untuk mengembangkan pemimpin bisnis muslim. Bagian bisnis pondok pesantren Dadali Dinillah Singaparna tidak hanya mengajarkan siswa tentang Islam, tetapi juga tentang memulai dan menjalankan bisnis masyarakat sendiri yang dimulai belajar bisnis dari lingkungan pesantren. Dengan memenuhi misinya sebagai lembaga sosial yang mendorong inisiatif individu dan kemanfaatan kolektif, pesantren dapat membantu lingkungannya berkembang dengan cara yang sesuai dengan landasan religius dan filosofisnya sekaligus mempromosikan kesejahteraan material dan spiritual. Oleh karena itu, Pondok Pesantren Dadali Dinillah Singaparna, salah satu pondok pesantren di wilayah Tasikmalaya, sangat memprioritaskan untuk mendorong jiwa kewirausahaan di kalangan santri dan masyarakat setempat sehingga cara hidup santri memberi peneliti sebuah penelitian yang bisa dipelajari.

Peneliti juga berharap dapat mengetahui lebih jauh tentang potensi pondok pesantren Dadali Dinillah Singaparna dengan melihat unit bisnis pesantren, karena tidak hanya santri yang diuntungkan dari kegiatan wirausaha pesantren, namun masyarakat sekitar juga mendapat dampak positif dari adanya unit bisnis yang dikembangkan oleh pesantren.

Anwas (2014) dalam buku pemberdayaan masyarakat di era globalisasi dijelaskan bahwa pemberdayaan adalah upaya masing-masing memberdayakan yang tidak berdaya dan melemahkan yang berkuasa. Metode umum yang digunakan pesantren untuk membantu santri dan masyarakatnya memperoleh kemandirian adalah dengan mengajari masyarakat keterampilan yang dapat dipasarkan seperti membuat makanan ringan (keripik singkong). Pemberdayaan ekonomi ini dimentori secara langsung oleh guru-guru senior yang ada di pesantren, atau

internal pesantren sering menyebut ustaz dan ustazah, karena kegiatan utamanya sebagai individu yang memiliki keterampilan di bidang ilmu agama Islam (ustaz/ustazah). Dengan melihat antusias yang luar biasa ini tentu nya pemerintah harus lebih mampu untuk melek melihat dari unit bisnis yang dilakukan oleh Pesantren karena menjadikan warganya merasa lebih berdaya. Inisiatif membangun unit bisnis pesantren dan keadaan lainnya adalah contoh dari apa yang di lakukan dalam upaya program *One Pesantren One Product* (OPOP).

Gagasan Ruth tentang pemberdayaan (1994) setelah menyoroti pentingnya memberdayakan orang atau kelompok untuk membuat keputusan tentang kehidupan masyarakat dan dunia di sekitar masyarakat berdasarkan nilai, tujuan, dan kekuatan masyarakat sendiri. Strategi pemberdayaan lebih dari sekedar memberikan kontrol yang lebih besar kepada yang tidak berdaya atas hidup masyarakat. Istilah "pemberdayaan" mengacu pada efek positif yang mungkin dimiliki pendidikan pada individu, kelompok, atau komunitas dengan meningkatkan rasa harga diri, kompetensi, dan otonomi masyarakat. Untuk memberikan dampak positif pada kehidupan masyarakat sendiri dan kehidupan individual yang masyarakat sayangi, sangat penting bagi individu untuk diberdayakan dengan mendapatkan informasi, sumber daya, dan kepercayaan diri yang diperlukan.

Ife dalam Anwas (2014: 49) menambahkan bahwa memberdayakan masyarakat berarti memberi masyarakat alat yang masyarakat butuh kan untuk berpartisipasi dan membentuk kehidupan komunal, serta sumber daya untuk melakukannya. Khairuddin (2008) menjelaskan lebih jauh tentang topik ini, kunci untuk memberdayakan individu adalah memberi masyarakat pedoman yang masyarakat butuh kan supaya bisa mandiri. Kemampuan dalam membuat penilaian, untuk mengambil risiko, untuk mencari dan menangkap pengetahuan, dan untuk bertindak atas inisiatif sendiri dari adanya upaya pemberdayaan.

Dalam kutipan yang sama, Rappaport (1984) mendefinisikan pemberdayaan sebagai pendekatan yang membantu individu, kelompok, dan masyarakat mengambil alih nasib masyarakat sendiri. Peningkatan kapasitas ekonomi pesantren, yang telah dibudidayakan di dalam pesantren, menjadi modal utama

sebagai tujuan inisiatif pemerintah Jawa Barat yang bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran ekonomi pesantren. Untuk itu, Pemprov Jawa Barat memberikan fasilitas melalui pelaksanaan program pemberdayaan pesantren yang biasa dikenal dengan *One Pesantren One Product* (OPOP).

Mengutip dari *website* resmi *One Pesantren One Product* (OPOP) yang diakses tanggal 30 Januari 2023, *One Pesantren One Product* adalah suatu pengembangan kewirausahaan santri dan masyarakat yang berdasar kepada pondok pesantren, santri dan masyarakat sekitar. Dengan bantuan berbagai sumber daya, setiap pesantren harus mampu menghasilkan setidaknya satu produk yang dapat bersaing untuk kepentingan masyarakat sekitar, inilah yang dimaksud dengan program *One Pesantren One Product* (OPOP).

Program *One Pesantren One Product* (OPOP) Jawa Barat juga mendapatkan apresiasi khusus dari pondok pesantren Dadali Dinillah Singaparna, dengan terus menghasilkan dan menambah mutu serta kualitas untuk menjadi unggulan yang akan dijadikan dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP). Mengingat tingginya antusias dari santri dan masyarakat maka pimpinan pesantren Dadali Dinillah KH. Yarin Rahmat Insani LC., M.Ag. siap untuk memfasilitasi beberapa hal yang diperlukan untuk bersaing dengan pesantren yang lain nya.

Pondok pesantren Dadali Dinillah Singaparna sendiri telah mempunyai produk unggulan dalam mengembangkan ekonomi pesantren, seperti makanan ringan atau lebih dikenal dalam kalangan internal Dadali *Snack* yang dalam hal ini ialah keripik singkong, Adapun yang lain nya ialah jawadah dan angleng yang telah dipasarkan diwilayah Singaparna. Pesantren Dadali Dinillah Singaparna menjadi contoh nyata potensi pesantren sebagai pusat ekonomi. Pendapatan yang dihasilkan oleh bagian kewirausahaan Pesantren Dadali Dinillah, khususnya melalui produksi keripik singkong dan angleng, menjadi bukti keberhasilan dalam bisnis usaha.

Program *One Pesantren One Product* (OPOP) Jawa Barat terdiri dari tiga pilar fundamental, yaitu *Santripreneur*, *Pesantrenpreneur*, dan *Sociopreneur*.

1) Program *Santripreneur* dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para santri dalam menciptakan produk syariah berkualitas tinggi yang mengutamakan kemanfaatan ini berfokus pada pemberdayaan santri dan

masyarakat. Program ini dibuat dengan tujuan untuk membina kemampuan serta keterampilan santri dan masyarakat dalam menghasilkan produk-produk tersebut.

- 2) *Pesantrenpreneur* adalah program yang berupaya untuk menghasilkan barang halal yang lebih baik yang dapat diterima di kalangan lokal, nasional, dan internasional. Hal ini ditawarkan melalui Koperasi Pesantren dan dirancang untuk memberdayakan ekonomi pesantren.
- 3) *Sosiopreneur* merupakan program pemberdayaan lulusan dari alumni pondok pesantren yang bekerja sama dengan masyarakat sekitar. Upaya ini dicapai melalui penggunaan berbagai inovasi sosial dan didasarkan pada teknologi digital.

Sebelum program *One Pesantren One Product* (OPOP) dilaksanakan oleh Pemerintah Jawa Barat, tentunya setiap pesantren sudah memiliki program untuk meningkatkan perekonomian sekaligus memberdayakan santri dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan perkembangan pesantren. Hal ini terjadi karena sebelumnya Pemerintah Jawa Barat belum menginisiasi program *One Pesantren One Product* (OPOP). Program sejenis ini dapat dikenali dari pembentukan unit-unit usaha serta berbagai pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan tingkat sumber daya manusia yang ada di pesantren guna meningkatkan kualitas ekonomi lokal. Program peningkatan ekonomi pesantren akan lebih terkonsep dan lebih mudah dipantau dengan adanya *One Pesantren One Product* (OPOP). Program *One Pesantren One Product* (OPOP) terdiri dari tiga pilar, yaitu *santripreneur*, *pesantrenpreneur*, dan *sociopreneur*. Masing-masing dari ketiga jenis wirausaha ini memiliki peran masing-masing dalam pengembangan ekonomi pesantren dan sumber daya manusia.

Pondok Pesantren Dadali Dinillah merupakan salah satu pesantren yang memiliki unit usaha keripik singkong yang berdiri pada tahun 2021. Pelaksanaan program di antara pesantren tentunya tidak sama antara satu pesantren dengan pesantren lainnya, karena masing-masing pesantren pasti memiliki ide dan konsep sendiri-sendiri. Pesantren Dadali Dinillah membeli singkong yang dibudidayakan oleh masyarakat setempat untuk diolah menjadi keripik, dan hasilnya keripik ini

kemudian dijual ke pelanggan. Unit usaha yang membuat keripik singkong ini mampu menghasilkan kurang lebih 30 kilogram singkong per minggu nya. Ketika program *One Pesantren One Product* (OPOP) diluncurkan, produk keripik singkong serta angleg Jawadah langsung didaftarkan, kemudian mendapat pendampingan dalam hal perizinan, sertifikat MUI, dan pemasaran. Tujuannya adalah untuk memberdayakan masyarakat dan para siswa sebelum adanya program, sehingga pada saat program diluncurkan, produk keripik singkong dan angleg Jawadah dapat segera didaftarkan.

Program *One Pesantren One Product* (OPOP) ini sudah membantu usaha produk keripik singkong maupun jawadah angleg menjadi lebih berkembang, dengan adanya hal tersebut membuat peneliti tergerak dan terdorong dalam melakukan penelitian berjudul **“Upaya pemberdayaan masyarakat dan santri di pesantren melalui Program *One Pesantren One Product*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil informasi dan konteks yang di kemukakan dalam latar belakang yang disajikan, berikut dapat diidentifikasi sebagai masalah di antara nya:

- 1.2.1 Terdapat penilaian bahwasanya pesantren hanya mencetak kiai atau pengajar bukan wirausahawan.
- 1.2.2 Masih tidak adanya daya pendukung untuk bergerak dalam bidang kewirausahaan yang baik dan kompeten.
- 1.2.3 Belum adanya fasilitas yang terarah supaya program pengembangan usaha pesantren lebih terbentuk dan mampu untuk bersaing dengan produk lain.
- 1.2.4 Dengan hadir nya program *One Pesantren One Product* (OPOP) dari awal nya sulit untuk hal perizinan dan pemasaran menjadi lebih gampang dan resmi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi data latar belakang yang telah di tampilkan sebelumnya, berikut telah diidentifikasi sebagai permasalahan yaitu:

1.3.1 Bagaimana upaya pemberdayaan kepada masyarakat dan santri di pesantren melalui program *One Pesantren One Product* (OPOP)?

1.3.2 Bagaimana hasil pemberdayaan kepada masyarakat dan santri di pesantren melalui program *One Pesantren One Product* (OPOP)?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Untuk mengetahui upaya pemberdayaan kepada masyarakat dan santri melalui program *One Pesantren One Product* di Pesantren Dadali Dinillah Cikadongdong, Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya.

1.4.2 Untuk mengetahui hasil pemberdayaan kepada masyarakat dan santri melalui program *One Pesantren One Product* di Pesantren Dadali Dinillah Cikadongdong, Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1.5.1.1 Untuk meningkatkan keilmuan dan wawasan dalam program Pendidikan masyarakat, khususnya mengenai upaya dan hasil santri dan masyarakat dalam kewirausahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pada pesantren dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP).

1.5.1.2 Untuk memberikan wawasan dan pengetahuan yang berhubungan mekanisme upaya dan hasil pemberdayaan kepada masyarakat dan santri melalui program *One Pesantren One Product* (OPOP) di Pesantren Dadali Dinillah Cikadongdong, Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya.

1.5.1.3 Sebagai referensi kepada peneliti selanjutnya dalam hal metode dan upaya peningkatan usaha pondok pesantren dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP).

1.5.1.4 Untuk dilakukan peningkatan keilmuan pada penelitian yang akan berlangsung dimasa yang akan datang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- 1.5.2.1 Bagi peneliti, penelitian ini menambah keilmuan serta pengetahuan mengenai pemberdayaan masyarakat dan santri melalui bidang kewirausahaan di pesantren dadali Dinillah singaparna, kabupaten Tasikmalaya.
- 1.5.2.2 Bagi masyarakat dan santri, penelitian ini bisa membuat keyakinan tentang peluang kewirausahaan yang baik dan benar melalui program kewirausahaan *One Pesantren One Product*.
- 1.5.2.3 Bagi Pesantren, penelitian ini menumbuhkan hal positif dalam meningkatkan upaya masyarakat dan santri untuk menambah sosial ekonomi pesantren dalam upaya kewirausahaan.
- 1.5.2.4 Bagi Pemerintah setempat temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan refleksi atas implementasi program yang dilakukan oleh pemerintah provinsi Jawa Barat yaitu *One Pesantren One Product*. Ini akan memungkinkan program untuk disempurnakan dan dibawa lebih sejalan dengan tujuan yang akan di maksud.
- 1.5.2.5 Bagi Jurusan Pendidikan Masyarakat manfaat dalam penelitian mampu dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan tentang pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan non formal, serta penerapan pemberdayaan dan pelatihan masyarakat yang merupakan salah satu fokus utama pendidikan masyarakat.
- 1.5.2.6 Bagi peneliti selanjut nya penelitian ini bisa menciptakan hal yang bermanfaat, mengenai informasi yang dikumpulkan sebagai titik awal bahan pertimbangan atau referensi ketika melakukan penelitian lebih lanjut untuk program yang sama atau sebanding.

1.6 Definisi Operasional

Untuk memperjelas pengertian serta keberlangsungan mengenai penelitian, maka peneliti harus membuat penjelasan kalimat di antara nya:

1.6.1 Upaya Pemberdayaan Masyarakat dan Santri

Menurut Zubaedi (2013) pemberdayaan berasal dari kata daya yang artinya mampu dan berdaya dalam kelompok atau masyarakat, pemberdayaan diartikan

sebagai kesetaraan, keadilan, dan demokrasi tanpa paksaan atau penindasan tetapi setiap orang juga memiliki beberapa tanggung jawab dan hak istimewa. Upaya pemberdayaan adalah bahwa setiap orang adalah istimewa dan setara. Oleh karena itu, upaya penguatan kapasitas seseorang atau masyarakat adalah pemberdayaan.

Pemberdayaan terhadap masyarakat dan santri dalam hal upaya, dari awal hingga akhir produk itu jadi dan siap edar untuk dijual, sehingga pemberdayaan ini menghasilkan bentuk mutualisme yang mana saling menguntungkan antara pesantren sebagai lembaga yang menyediakan dan memfasilitasi produk dan masyarakat serta santri sebagai pelaku usaha dari produk yang dibuat, upaya yang dijalankan sebagai langkah dalam menggapai tujuan untuk memperoleh masyarakat dan santri yang berdaya dalam kehidupan.

1.6.2 Program *One Pesantren One Product* (OPOP)

Sebuah ide yang diusung langsung gubernur Jawa Barat melalui pemerintah daerah untuk mengembangkan produk-produk dari pesantren agar bisa berdaya saing dengan produk luar, program ini menciptakan peluang besar bagi pesantren bahwa pesantren sangat berpeluang untuk menghasilkan produk yang baik dan bermanfaat. *One Pesantren One Product* (OPOP) adalah inisiatif yang dibuat untuk tahun 2019 s/d 2023 jadi selama beberapa tahun itu pula, Gubernur Jawa Barat akan mengawal pelaksanaan program kegiatan *One Pesantren One Product* (OPOP). Kemudian, tujuan dalam inisiatif ini adalah untuk meningkatkan status keuangan pesantren yang berpedoman pada hukum syariah. *One Pesantren One Product* adalah wadah penciptaan ide-ide baru untuk produk unggulan pondok pesantren melalui kreativitas santri. Selain itu, *One Pesantren One Product* (OPOP) memberi pesantren manfaat dengan keterampilan usaha di masa sekarang ini.

Beberapa bentuk pelatihan di bidang pertumbuhan bisnis, Program *One Pesantren One Product* (OPOP) pun memberi akses untuk meningkatkan teknis perdagangan dengan menyediakan pembeli (*offtaker*) atas barang-barang yang didaftarkan setelah diproduksi oleh masing-masing pesantren. Mengikuti penerapan teknologi baru ini, industri pesantren akan terus berkembang dan tidak lagi terbatas pada tingkat perkembangan sebelumnya.

1.6.2.1 Inovasi Produk *One Pesantren One Product*

Inovasi produk didefinisikan oleh Jusuf (2018) sebagai upaya di mana barang atau jasa di kenalkan ke masyarakat luas dengan maksud untuk memuaskan permintaan konsumen. Inovasi produk merupakan sebuah hal yang mampu dihasilkan sebagai perkembangan fungsi produk, yang bisa meningkatkan produk menjadi lebih berkembang dari produk yang diciptakan pada saat inovasi produk. Memahami praktik mana yang paling efektif dan mana yang harus dianut untuk progres peningkatan dari produk diperlukan untuk melakukan inovasi dan pembaharuan produk. Penting nya inovasi produk dalam upaya perdagangan dan perdagangan menjadikan produk harus terus melakukan perubahan-perubahan yang signifikan, di antara nya inovasi produk dapat dibagi menjadi tiga kategori:

1) Pengembangan kategori produk baru (*Dopmevelent of new product categories*)

Secara khusus, produk ini adalah benar-benar baru dalam dunia usaha. Hal ini dikarenakan produk perusahaan yang beragam sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan barang yang sesuai dengan preferensinya.

2) Barang baru (*New Product*)

Produk yang baru untuk perusahaan tetapi tidak untuk pasar, sehingga menjadikan produk hanya disebut barang baru.

3) Produk yang sama sekali baru (*New to the World-Product*)

Produk terobosan dari inovasi perusahaan masih baru, sehingga *fresh* dan menjadi kan produk yang belum ada sebelum nya.

Untuk mengembangkan inovasi produk, ada tiga tanda yang perlu benar-benar di fahami, antara lain sebagai berikut:

1) Standar produk

Menurut Kotler (2010), karakteristik keseluruhan dari satu produk yang didasarkan pada kapasitas untuk memenuhi tuntutan, inilah yang dimaksud dengan istilah “kualitas produk”. Kapasitas suatu produk untuk menyalakan fungsinya, seperti kualitas, manfaat, *flexibel* dan peningkatan, dan sejumlah karakteristik lainnya, disebut sebagai kualitas produk.

2) Varian produk

Variasi produk merupakan kumpulan dari semua item dan barang yang diberikan oleh vendor untuk dibentuk kepada konsumen, hal ini persis yang diucapkan Machfoedz (2005). Bauran produk atau variasi produk dapat dikategorikan berdasarkan keluasan, panjang, kedalaman, dan keseragaman produk. Istilah "variasi produk" mengacu pada item yang diproduksi oleh perusahaan yang sama tetapi tersedia dalam berbagai bentuk dan mungkin memiliki tampilan yang berbeda.

3) Desain produk

Menurut Kotler (2010) didefinisikan sebagai jumlah aspek penampilan, manfaat, dan fungsi produk yang dibutuhkan di pasar sasaran. Menurut Kotler dan Amrstrong (2010), gagasan desain produk adalah sesuatu yang melampaui konsep gaya.

Tujuan inovasi produk pada pesantren adalah untuk menjamin kelangsungan hidup pesantren. Di pasar saat ini, di mana terdapat persaingan yang ketat, produk yang diberikan kepada klien harus luas dan mencakup semua manfaat dan kecanggihan saat ini. Karena produk bisnis yang ada peka terhadap perubahan keinginan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih pendek, dan persaingan yang lebih banyak, tujuan inovasi produk pesantren adalah mempertahankan eksistensi pesantren. Riset pasar perlu didahulukan dalam upaya inovasi barang baru, sehingga barang jadi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan pasar yang sudah ada. Berikut ini adalah apa yang dimaksud dengan inovasi:

1) Meningkatkan kualitas

Dalam kebanyakan kasus, tujuan inovasi di berbagai industri yang berbeda adalah untuk meningkatkan kualitas serta nilai dari sesuatu yang sudah ada, baik berupa produk maupun layanan.

2) Mengurangi pengeluaran

Pengurangan biaya, terutama yang terkait dengan tenaga kerja, adalah tujuan lain dari inovasi.

3) Membangun pasar baru

Setelah beberapa waktu, inovasi produk akan menghasilkan produk yang memiliki nilai lebih tinggi sebagai konsekuensi langsung dari inovasi tersebut; Alhasil, akan mampu melahirkan pasar baru di masyarakat.

4) Meningkatkan cakupan produk

Dalam artian produk yang telah diinovasi akan memiliki cakupan yang lebih luas jika dikaitkan dengan produk yang akan dipromosikan.

5) Mengubah Produk dan/atau Layanan yang Ditawarkan

Penggantian produk atau jasa yang dianggap kurang efektif dan efisien merupakan salah satu tujuan utama inovasi.

Kotler dan Keller (2012:332) menyatakan banyak sekali aspek-aspek rancangan atau desain produk yang mencakup bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, kehandalan, gaya, dan kemudahan perbaikan. Sedangkan konsep produk dalam Islam yang utama adalah halal. Konsep halal mencakup kenyataan bahwa tidak boleh ada bahan baku yang berbahaya di dalam produk yang akan berdampak negatif pada pelanggan dan masyarakat. Hal ini akan berdampak pada upaya produksi barang dan jasa yang harus berpedoman pada aturan Islam, yang tercermin dalam hukum-hukum syari'ah, perdagangan barang dan jasa seperti alkohol, judi, prostitusi dan ilmu sihir adalah dilarang. Meskipun dapat menghasilkan profit yang sangat tinggi. Pedagang dalam perspektif Islam, seharusnya tidak menyembunyikan informasi apapun tentang produk yang dijual kepada konsumen. Bahkan jika produk tersebut memiliki beberapa kekurangan (cacat), demikian juga sebaliknya, seorang pedagang tidak boleh menambah-nambahkan atribut kualitas produk yang ditawarkan jika atribut-atribut tersebut tidak pernah ada. Oleh karena itu, perusahaan harus jujur berperilaku etis dalam rangka menyediakan barang dan jasa dengan kualitas terbaik.

Citra kualitas produk dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Harga mahal contohnya, kerap kali dijadikan indikator kualitas tinggi oleh para konsumen. Upaya menghasilkan produk kualitas tinggi biasanya membutuhkan biaya besar, diantaranya biaya riset dan pengembangan, serta biaya bahan baku yang digunakan. Konsumen mempertimbangkan merk dan produk tersebut sekalipun harganya lebih mahal, disinilah peran *One Pesantren One Product* untuk membantu

mengembangkan dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan santri di pesantren Dadali Dinillah Tasikmalaya.

Sebuah strategi produk yang efektif adalah menghubungkan keputusan produk dengan investasi, pangsa pasar, dan siklus hidup produk, dan menggambarkan luasnya suatu lini produk. Tujuan dari suatu keputusan produk (product decision) adalah untuk mengembangkan sebuah strategi produk yang dapat memenuhi permintaan pasar dengan keunggulan bersaing. Strategi produk dapat memfokuskan diri pada pengembangan keunggulan bersaing melalui pembedaan, biaya rendah, respons cepat, atau perpaduan dari ketiganya.

Dasar untuk desain produk adalah : a. mode Produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen. Keadaan pasar akan menumbuhkan keinginan untuk membuat produk yang memiliki kesamaan dari segi desain dan kemasan. b. Teknologi Pemilihan macam produk yang dihasilkan tergantung pada kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa. Penentuan macam teknologi yang digunakan dapat didahului hasil riset dan pengembangan produk. Perkembangan teknologi memungkinkan para produsen memilih untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan memenuhi spesifikasi produk. Tujuan diadakannya perencanaan produk adalah agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan pemakainya. Bagi perusahaan, produk yang didesain dengan baik adalah produk yang mudah diproduksi dan didistribusikan. Sedangkan bagi pelanggan, produk yang di desain dengan baik adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah dibuka, dipasang digunakan, diperbaiki serta dibuang.