Volume 5 Number 2 (2024)
May – October 2024
Page: 677-693

E-ISSN: 2716-0750
P-ISSN: 2715-7997
DOI: 10.37680/amalee.v5i2.2426

Amalee
Indonesian Journal of Community Research and Engagement

Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui *One Pesantren One Product* (OPOP) di Pondok Pesantren Kawasan Pantura Lamongan

Dini Amalia[1], Shofiyah[2], Sifwatir Rif'ah[3], Nur Sa'idaturrohmah[4]

[1,2,3,4)] Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia
* Correspondence e-mail; diniamalia@iai-tabah.ac.id

Article history Submitted: 2023/02/10; Revised: 2024/09/11; Accepted: 2024/09/25

Abstract

The Covid pandemic has had a huge impact on Indonesia's Economy. UMKM boarding school was adversely affected. OPOP becomes one of the beneficial ways to revive this situation. Unfortunately, many boarding schools in East Java still have no experience joining OPOP. Hence, this *Madrasah* and *Pesantren*-based program urgently needs to be conducted. The accompaniment aims to optimize three boarding schools' products and economic potential on the North Coast of Lamongan. They are Maslakul Huda, Mazraatul Ulum, and Raudlatut Thullab boarding schools. This program applies the ABCD method and appreciative inquiry approach. The result signifies that all students, alums, and the boarding school can synergize more optimally to establish better financial management, marketing, and packaging products and enhance the understanding of benefits, strategy, and OPOP membership. In short, they perceive the accurate way to thoroughly improve their economic potential to realize a more empowered boarding school and prosperous society.

Keywords Economy; Empowerment; Islamic Boarding School; Opop

© 2024 by the authors. This is an open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah membawa perubahan mendalam pada semua aspek kehidupan, termasuk sektor kesehatan, pendidikan, dan terutama ekonomi. Penyebaran virus yang disebabkan oleh kerumunan manusia mengakibatkan pembatasan ketat terhadap aktivitas dan interaksi sosial, yang berdampak langsung pada sektor keuangan, yang merupakan inti dari sirkulasi dan keberlangsungan ekonomi.

Kebijakan-kebijakan baru yang diterapkan oleh pemerintah, seperti Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), pengurangan jam kerja, dan peralihan ke *Work From Home* (WFH), merupakan langkah-langkah penting yang diambil untuk mengurangi risiko penyebaran virus. Namun, kebijakan-kebijakan ini juga memicu pengurangan tenaga kerja dan bahkan pemutusan hubungan kerja, memaksa banyak pelaku usaha untuk merumahkan karyawan mereka. Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha besar, tetapi juga sangat terasa bagi pelaku ekonomi kelas bawah, termasuk usaha rumahan atau UMKM.

Dalam konteks UMKM, pesantren juga termasuk dalam kategori ini. Secara historis, pesantren memiliki pengalaman yang signifikan dalam membina, mencerdaskan, dan mengembangkan masyarakat. Pesantren seringkali berfungsi sebagai pusat pemberdayaan ekonomi lokal, memanfaatkan potensi yang ada di masyarakat sekitarnya untuk meningkatkan kesejahteraan dan mandiri secara ekonomi (Mahsun, 2022).

Di masa pandemi, perekonomian pesantren mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pembatasan kegiatan di pesantren menyebabkan aktifitas ekonomi terhenti (Bayu, 2022). Beberapa pesantren terpaksa memulangkan santrinya, terutama pesantren yang mempunyai santri dengan jumlah cukup besar atau ribuan. Hal ini menjadi permasalahan tersendiri bagi pesantren mengingat bahwa proses pembelajaran harus tetap berjalan meskipun dengan cara daring, dan sektor ekonomi pesantren bagaimanapun juga harus tetap berjalan. Kebijakan PPKM tentu saja berdampak signifikan terhadap pemasukan pesantren dan potensi ekonominya. Berkurangnya jumlah santri selama masa pandemi, terhentinya usaha dan aktifitas ekonomi berpengaruh besar terhadap roda ekonomi pesantren.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pondok pesantren (pondok pesantren) memiliki peran penting dalam kehidupan sosial, pendidikan, dan ekonomi masyarakat Indonesia, khususnya di pedesaan. Selain sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada pengajaran ilmu agama, pesantren juga dapat menjadi pusat pemberdayaan ekonomi bagi komunitas sekitarnya. Oleh karena itu, sebagai salah satu kontributor

perekonomian terbesar di Indonesia, ambruknya sebagian besar UMKM termasuk UMKM pesantren di masa pandemi menjadi *concern* khusus bagi pemerintah untuk melakukan berbagai *support* dan aksi penguatan. Salah satu inisiatif yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi pesantren adalah program *One Pesantren One Product* (OPOP), yang diluncurkan oleh pemerintah sebagai bagian dari upaya untuk menciptakan kemandirian ekonomi di lingkungan pesantren. Kebijakan tersebut diterapkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam Peraturan Gubernur dengan Nomor 62 Tahun 2020 tentang pemberdayaan masyarakat berbasis pesantren melalui program *One Pesantren One Product* atau OPOP (Ekon, 2021).

Program OPOP berfokus pada pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren melalui pengembangan satu produk unggulan dari setiap pesantren yang berpotensi dipasarkan secara luas. Inisiatif ini bertujuan untuk mendorong pesantren agar tidak hanya mandiri dalam aspek pendidikan, tetapi juga dalam aspek ekonomi. Melalui program ini, pesantren diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan keterampilan santri, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Seperti yang dikemukakan oleh Sudrajat (2019), bahwa OPOP menjadi salah satu strategi pemerintah dalam mengembangkan ekonomi pesantren agar mampu bersaing di tingkat regional dan nasional, serta menciptakan santri yang berjiwa wirausaha.

Dengan kata lain, OPOP merupakan sebuah program peningkatan kesejahteraan berbasis pondok pesantren dengan pemberdayaan santri, pesantren, dan alumni yang sekaligus menjadi tiga pilar pendukung utama (Ahmad & Hasbullah, 2019) (A. H. Wahid & Sa'diyah, 2020). Melalui program ini, pesantren memiliki kesempatan untuk mendapatkan berbagai fasilitas pengembangan usaha dan potensi ekonomi yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan pesantren, terutama di masa pandemi. OPOP juga menawarkan beberapa forum dan *event* bagi pesantren untuk pemasaran produk usaha dan perluasan jaringan.

Kawasan Pantura, khususnya di wilayah Lamongan, merupakan salah satu kawasan strategis dengan potensi ekonomi yang besar. Lamongan dianggap sebagai lokasi yang tepat mengingat kota yang menjadi salah satu kabupaten di Jawa Timur ini, banyak menyimpan sejuta pesona dan cerita, baik keindahan akan gunung kapurnya, pemandangan lautnya, masjid dengan keindahan gapura yang kemudian menjadi salah satu icon lamongan dan masih banyak keindahan-keindahan lainnya (Rif'ah, 2019, 2022). Wilayah ini terkenal dengan hasil perikanan, pertanian, dan produk lokal lainnya yang dapat dikembangkan oleh pesantren sebagai bagian dari program OPOP.

Selain itu, Kabupaten Lamongan memiliki beragam destinasi wisata yang menarik, mencakup wisata alam, budaya, sejarah, serta kuliner. Terdapat banyak tempat wisata, mulai dari wisata religi, wisata alam, spot fotografi, hingga pantai yang menyajikan keindahan visual. Letak geografisnya di pesisir utara Jawa Timur menjadikan wilayah ini memiliki potensi keindahan alam yang memukau (Rif'ah, 2022). Tujuan-tujuan wisata tersebut juga menjadi objek lokasi yang strategis bagi pemasaran produk-produk UMKM pesantren.

Dengan potensi dan sumber daya yang tersedia, yang tentunya masih dapat dikembangkan lebih lanjut, pesantren-pesantren di kawasan Pantura Lamongan memiliki peluang besar untuk memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan mengubahnya menjadi produk unggulan yang dapat dipasarkan secara lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini, kinerja perekonomian di sektor halal menunjukkan perkembangan yang signifikan, terutama dalam upaya pemulihan dan penguatan ekonomi masyarakat. Melalui pesantren, aktivitas ekonomi dapat terlihat jelas, di mana perputaran ekonomi terjadi di antara santri, oleh santri, dan untuk santri. Oleh karena itu, perhatian besar yang diberikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur terhadap pesantren merupakan langkah yang sangat tepat (Amalia, dkk, 2023).

Dari total 4.718 lembaga pesantren yang ada di Jawa Timur, baru sekitar 11,6 persen yang telah tergabung dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP). (Diskopum, 2020). Dengan demikian, masih ada sekitar 88,4 persen pesantren di Jawa Timur yang belum terlibat dalam forum pengembangan potensi ekonomi melalui program OPOP. Hal ini sangat disayangkan, mengingat banyak pesantren yang memiliki potensi dan usaha ekonomi kreatif yang layak dikembangkan, namun belum mendapatkan kesempatan untuk memahami manfaat dari program ini. Oleh karena itu, kami tertarik untuk melakukan pendampingan masyarakat berbasis pesantren dan madrasah di beberapa lembaga pondok pesantren di pesisir utara Lamongan, yakni Pondok Pesantren Maslakul Huda Desa Dengok, Pondok Pesantren Mazro'atul Ulum Desa Paciran, dan Pondok Pesantren Roudlotut Thullab Desa Sendang Duwur. Ketiga pesantren tersebut sudah lama berdiri dan memiliki banyak alumni yang tersebar di berbagai daerah, serta memiliki potensi usaha yang dapat dikembangkan. Namun, hingga saat ini, mereka belum sepenuhnya memahami program OPOP dan belum terdaftar dalam *One Pesantren One Product* (OPOP) Jawa Timur.

Untuk mewujudkan pemberdayaan ekonomi pesantren melalui OPOP, terdapat beberapa tantangan yang harus diatasi, seperti keterbatasan akses pasar,

kurangnya pengetahuan tentang manajemen, serta keterbatasan modal dan teknologi. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk mendapatkan pendampingan dan pelatihan agar dapat mengembangkan produk unggulan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Sebagaimana diungkapkan oleh Hidayat (2020), bahwa keberhasilan program OPOP sangat bergantung pada bagaimana pesantren mampu mengoptimalkan potensi lokal dan mendapatkan dukungan dalam pengembangan kapasitas bisnis serta akses ke pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, program pendampingan bagi pesantren mengenai OPOP sangat diperlukan. Setelah dilakukan pemberdayaan dan pendampingan pada beberapa pondok pesantren di wilayah pantura Lamongan tersebut, mereka diharapkan dapat ikut serta terlibat pada beberapa program OPOP dan mampu *upgrading* produk yang memiliki potensi ekonomi, serta meningkatkan pemasaran dengan memberdayakan para santri, alumni maupun masyarakat sekitar untuk sama-sama bersinergi menjadikan pesantren berdaya dan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar sebagaimana slogan yang diusung OPOP "Pesantren berdaya, Masyarakat sejahtera."

Penelitian maupun pendampingan mengenai pemberdayaan ekonomi pesantren melalui OPOP telah dilakukan, namun masih terdapat beberapa kesenjangan yang perlu dijawab. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan Adawiyah (2023) berfokus pada pengembangan kapasitas santri dalam keterampilan wirausaha, tetapi kurang membahas tentang strategi pemasaran produk pesantren agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Alfarizi (2022) lebih menitikberatkan pada aspek kemandirian ekonomi pesantren melalui pengembangan produk lokal, tetapi minim membahas keterkaitan antara pemberdayaan ekonomi pesantren dengan dinamika sosial-ekonomi di wilayah pesantren tersebut.

Selain itu, penelitian dan pendampingan sebelumnya cenderung kurang menggali secara mendalam dampak program OPOP terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar pesantren dan kontribusinya terhadap perekonomian lokal secara keseluruhan. Padahal, pemberdayaan ekonomi pesantren tidak hanya mempengaruhi kehidupan para santri, tetapi juga komunitas di sekitarnya, baik dari segi lapangan pekerjaan maupun peningkatan pendapatan ekonomi keluarga.

Program pendampingan ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan fokus pada pemberdayaan ekonomi pesantren di kawasan Pantura Lamongan yang memiliki potensi ekonomi lokal, terutama di sektor perikanan. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang bagaimana pesantren dapat memanfaatkan

produk lokal sebagai bagian dari strategi OPOP, serta mengeksplorasi strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk unggulan pesantren di pasar yang lebih kompetitif, baik di tingkat nasional maupun internasional. Berbeda dengan program pendampingan sebelumnya yang hanya fokus di pesantrenpreneur saja, PKM ini berupaya meningkatkan potensi ekonomi dengan sekaligus mengoptimalkan sinergitas dari tiga unsur, yakni pondok pesantren, santri, alumni, serta masyarakat yang tinggal di sekitar lingkungan pondok pesantren.

Program pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan ekonomi di dalam pesantren, tetapi juga melibatkan peran masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat yang tinggal di sekitar lingkungan pesantren, serta alumni pondok pesantren yang memiliki potensi ekonomi, turut serta dalam pengembangan bersama melalui program OPOP. Salah satu pilar utama OPOP, yaitu *sociopreneur*, menegaskan bahwa program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan ekonomi pesantren dan santrinya, tetapi juga berupaya meningkatkan potensi dan ekonomi masyarakat serta alumninya. Pendekatan sinergis ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan bersama, sejalan dengan prinsip OPOP yang bertujuan mewujudkan pesantren yang berdaya dan masyarakat yang sejahtera.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pemberdayaan berbasis madrasah dan pesantren dengan pelatihan dan pendampingan OPOP, melibatkan tiga pondok pesantren di pesisir utara Lamongan. Sumber data diperoleh melalui wawancara dengan pengasuh atau pengelola pondok pesantren yang menjadi objek pendampingan, yaitu Pondok Pesantren Maslakul Huda-Dengok, Pondok Pesantren Mazroatul Ulum-Paciran, dan Pondok Pesantren Roudlotut Thullab-Sendang. Selain itu, observasi dan dokumentasi juga dilakukan di masing-masing pondok pesantren.

Pendampingan ini menggunakan metode *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang menekankan pemanfaatan aset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat atau pondok pesantren sebagai dasar pemberdayaan dan pendampingan (Al-Kautsari, 2019) (Al-Kautsari, 2019; Hombing, 2021). Ruang lingkup pendampingan mencakup pemasaran produk yang dihasilkan oleh pesantren, pengemasan produk, manajemen keuangan, serta legalitas usaha bagi produk yang belum memiliki izin resmi.

Program pengabdian masyarakat ini diterapkan dengan pendekatan *Appreciative Inquiry*, sebuah metode yang dikembangkan oleh David Cooperrider

untuk membantu individu atau komunitas dalam mewujudkan impian mereka (Evi Nurus Suroiyah & Sholihatul Atik Hikmawati, 2021). Pendekatan ini terdiri dari empat siklus, yang dikenal dengan istilah 4D. Siklus pertama adalah *Discovery*, yang bertujuan untuk mengungkap dan mengapresiasi hal-hal yang positif guna memberikan semangat kepada para santri di ketiga pondok pesantren. Tahap kedua, *Dream*, bertujuan untuk membayangkan bagaimana pesantren dapat berkembang menjadi komunitas ideal di masa depan, dengan melakukan analisis terhadap potensi-potensi yang ada. Selanjutnya, pada tahap *Design*, dirumuskan strategi dan sistem kolaborasi yang mendukung terwujudnya perubahan positif sesuai dengan impian yang telah disusun, serta menentukan langkah-langkah yang tepat dalam pendampingan. Siklus terakhir, *Destiny*, adalah implementasi dari langkah-langkah yang telah dirumuskan dalam tahap *Design*, dengan harapan dapat menghasilkan produk yang unggul, berdaya saing, dan mengintegrasikan pesantren ke dalam keanggotaan OPOP.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kawasan Pantura Lamongan, Jawa Timur, yang dikenal dengan pesantren-pesantren berlatar belakang budaya agraris dan maritim, merupakan wilayah strategis untuk implementasi program *One Pesantren One Product* (OPOP). Program ini dirancang agar setiap pesantren dapat menghasilkan produk unggulan, baik berupa barang maupun jasa, yang dapat dipasarkan di tingkat lokal maupun nasional, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas.

Pemberdayaan ekonomi pesantren bertujuan untuk mengoptimalkan peran pesantren dalam mengembangkan ekonomi berbasis masyarakat. Salah satu konsep utama dalam pemberdayaan ini adalah membangun kemandirian ekonomi yang tidak lagi bergantung pada donasi atau sumbangan, melainkan melalui pengembangan usaha mandiri yang dikelola secara profesional. Melalui pendekatan ini, pesantren diharapkan mampu bertransformasi menjadi pusat ekonomi yang mandiri, berdaya saing, dan memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kesejahteraan komunitas sekitarnya (Haris, 2023).

Program pengabdian kepada masyarakat berbasis pesantren dan madrasah ini bertujuan untuk memaksimalkan pemberdayaan dan potensi ekonomi pondok pesantren melalui program *One Pesantren One Product* (OPOP). Kegiatan ini melibatkan tiga pondok pesantren di pesisir utara Lamongan yang memiliki potensi ekonomi besar namun belum berkembang secara optimal. Melalui program ini, diharapkan kesejahteraan pondok pesantren dapat meningkat secara signifikan.

Sebagai salah satu kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Timur untuk menghadapi tantangan ekonomi selama masa pandemi, OPOP telah berhasil mendorong potensi ekonomi yang dimiliki pesantren. Setiap pesantren diharapkan dapat menghasilkan setidaknya satu produk unggulan. Produk ini bisa berasal dari potensi ekonomi yang sudah ada di pondok pesantren atau berupa inovasi baru dari potensi yang belum dimanfaatkan sebelumnya.

Prinsip utama OPOP yang melibatkan tiga pilar, yaitu santri (*santripreneur*), pesantren (*pesantrenpreneur*), dan alumni atau masyarakat sekitar pondok (*sociopreneur*), memberikan peluang besar bagi pondok pesantren untuk tetap berkembang di tengah keterbatasan akibat pandemi. Dengan sinergi antara ketiga pilar ini, diharapkan dapat terjadi pengembangan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi seluruh pihak yang terlibat, sehingga pondok pesantren tidak hanya bertahan tetapi juga mampu berkontribusi secara nyata dalam penguatan ekonomi lokal (Ghofirin, 2022).

Melalui program One Pesantren One Product (OPOP), pesantren diarahkan untuk menjadi lembaga yang produktif secara ekonomi tanpa mengabaikan nilai-nilai pendidikan dan agama. Program ini juga mencakup pelatihan kewirausahaan bagi para santri, sehingga mereka tidak hanya siap dalam aspek spiritual, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan ekonomi. Pesantren yang mandiri secara ekonomi diharapkan dapat menjadi penggerak utama dalam pembangunan ekonomi lokal, khususnya di wilayah pedesaan, di mana pesantren seringkali berperan sebagai pusat kehidupan sosial masyarakat.

Tiga pesantren yang menjadi objek pendampingan dalam program ini, yaitu Pondok Pesantren Maslakul Huda, Pondok Pesantren Mazraatul Ulum, dan Pondok Pesantren Raudlatut Thullab, terletak di wilayah pedesaan Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Ketiga pesantren ini memiliki potensi ekonomi yang signifikan dengan melibatkan santri, pengelola pesantren, serta masyarakat dan alumni di lingkungan sekitar pesantren.

Potensi ekonomi di ketiga pesantren tersebut sangat beragam. Berdasarkan hasil observasi dalam pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), Pondok Pesantren Maslakul Huda memiliki berbagai potensi ekonomi, seperti koperasi, pengolahan limbah kayu yang dijadikan furnitur, bank sampah, jasa travel, serta produk olahan snack yang dikelola oleh guru dan alumni pesantren. Sementara itu, Pondok Pesantren Mazraatul Ulum memiliki produk-produk inovatif hasil kreativitas santri, mulai dari Es Krim Siwalan, Teh Sawo, hingga batik dengan desain asli yang diproduksi menjadi tas dan sepatu. Di Pondok Pesantren Raudlatut Thullab, potensi

ekonominya terletak pada produksi tempe ramah lingkungan yang telah menarik minat konsumen di sekitar pesantren.

Dengan semua potensi tersebut, program pendampingan ini berfungsi sebagai upaya pemberdayaan ekonomi pesantren, yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian pesantren sekaligus memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar. Pesantren tidak hanya berperan sebagai lembaga pendidikan dan dakwah, tetapi juga sebagai aktor penting dalam pengembangan ekonomi umat melalui usaha-usaha produktif. Program OPOP hadir sebagai solusi untuk memberdayakan potensi ekonomi pesantren, dengan fokus pada pengembangan produk lokal yang unik dan memiliki nilai jual tinggi.

Selama proses pendampingan yang dilakukan oleh tim PKM, potensi yang ada di setiap pesantren dianalisis dari segi keberlanjutan produksi, ketersediaan bahan baku, anggaran produksi, peluang pemasaran, serta target konsumen. Di Pondok Pesantren Maslakul Huda, salah satu usaha, yaitu pengolahan limbah kayu, menghadapi kendala dalam pemasaran di luar pesantren karena belum menemukan target pasar yang tepat. Saat ini, produk yang dihasilkan sebagian besar digunakan untuk memenuhi kebutuhan infrastruktur lembaga pendidikan di pesantren tersebut. Namun, usaha koperasi, bank sampah, dan produk olahan hasil laut menunjukkan peluang keberlanjutan yang cukup besar, karena selain melibatkan santri, juga memanfaatkan potensi masyarakat di sekitar pesantren. Jasa travel yang dimiliki pesantren juga mulai dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar.

Kabupaten Lamongan, khususnya wilayah pesisir Pantura, memiliki potensi besar dalam pengolahan hasil perikanan yang dapat menjadi sumber pemberdayaan ekonomi bagi pesantren. Produk olahan seperti ikan asin menjadi salah satu komoditas unggulan di wilayah ini, terutama di Kecamatan Paciran dan Brondong, yang dikenal sebagai pusat produksi ikan asin dan ikan asap. Pada tahun 2023, produksi ikan asin di Paciran mencapai lebih dari 4.000 ton, sementara kerupuk ikan tercatat sebanyak 113,54 ton (Rukyanto, 2024). Penggunaan teknologi pengolahan modern dan pengemasan yang menarik dapat meningkatkan daya saing produk-produk tersebut, baik di pasar lokal maupun global.

Dengan demikian, pesantren di wilayah ini sebenarmya memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha berbasis pengolahan hasil perikanan. Melalui pelatihan dan pemberdayaan santri dalam teknologi dan manajemen, pesantren dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan memenuhi standar ekspor, sehingga membuka peluang ekonomi yang lebih luas (Pulungan, 2022)

Di Pondok Pesantren Mazraatul Ulum, para santri mendapatkan perhatian khusus untuk mengembangkan potensi ekonomi melalui berbagai kegiatan kreatif, seperti keterampilan membatik dan merancang desain batik. Produk hasil kreasi tersebut kemudian diolah menjadi tas dan sepatu batik. Dengan adanya unit kewirausahaan di pesantren, santri juga diberikan kesempatan untuk berinovasi dengan mengolah buah-buahan khas daerah Paciran, seperti siwalan dan sawo, menjadi produk es krim dan teh. Program *One Pesantren One Product* (OPOP) di wilayah pesisir utara Lamongan, khususnya dalam sektor perikanan dan industri kreatif, memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Pesantren-pesantren di kawasan ini dapat memaksimalkan pengembangan produk-produk unggulan yang berbasis pada sumber daya lokal yang melimpah.

Sementara itu, di Pondok Pesantren Raudlatut Thullab, santri bersama dengan alumni berinovasi dalam usaha pembuatan tempe dan sablon. Namun, usaha pembuatan tempe menghadapi kendala dalam hal ketersediaan bahan baku dan pengelolaan keuangan yang masih terbatas, sehingga sulit untuk terus berjalan secara konsisten. Potensi sablon, yang sebenarnya cukup menjanjikan, juga belum dikelola secara optimal.

Selanjutnya, setiap pesantren yang terlibat dalam program ini menerima pendampingan untuk menentukan produk unggulan yang akan dikembangkan lebih lanjut. Di Pondok Pesantren Maslakul Huda, produk makanan olahan berupa snack berbahan dasar ikan menjadi produk unggulan, karena memiliki potensi pasar yang lebih besar dibandingkan produk lainnya. Di Pondok Pesantren Mazraatul Ulum, batik dipilih sebagai produk unggulan karena pasar yang lebih luas dan nilai jual yang tinggi setelah diolah menjadi tas dan sepatu modern. Proses pembuatan tas dan sepatu ini berkolaborasi dengan alumni pesantren yang memiliki usaha kerajinan, sementara desain dan produksi batik dilakukan oleh santri di pesantren tersebut.

Di Pondok Pesantren Raudlatut Thullab, meskipun produksi tempe sempat menjadi produk unggulan yang sudah memiliki pangsa pasar di sekitar pondok dan luar desa, kendala modal dan bahan baku sering kali menghambat produksi. Oleh karena itu, selama proses pendampingan, tim PKM bekerja sama dengan santri dan alumni untuk mengembangkan desain kaos santri, berkolaborasi dengan usaha sablon rumahan milik alumni di sekitar pondok pesantren. Hal ini memungkinkan pondok pesantren memiliki produk kaos yang menjadi identitas ikonik pesantren.

Industri kreatif dan kerajinan tangan memiliki potensi besar untuk dikembangkan di lingkungan pesantren. Pesantren dapat memberdayakan para santri dan masyarakat sekitar dalam produksi kerajinan tangan berbasis budaya lokal,

seperti batik. Seni batik khas Lamongan, khususnya Batik Sendang Duwur, merupakan salah satu produk unggulan yang dapat dipasarkan baik secara lokal maupun internasional. Batik ini merupakan bagian dari warisan budaya Lamongan, yang memiliki keunikan tersendiri dalam pola dan teknik pembuatannya, termasuk penggunaan canting dan pewarna alami, yang menjaga nilai tradisional dan sekaligus menarik minat pasar.

Beberapa pesantren di Lamongan, seperti yang terletak di Kecamatan Paciran, telah mulai mengembangkan potensi ini sebagai bagian dari program pemberdayaan ekonomi santri. Dengan melibatkan santri dalam proses produksi dan pemasaran batik, pesantren tidak hanya berkontribusi dalam pelestarian budaya, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dukungan program pemerintah seperti OPOP membantu pesantren untuk mengembangkan usaha batik secara lebih luas dan terstruktur, memungkinkan pesantren untuk mengakses pasar yang lebih besar dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitasnya (Hidayatullah, 2023; Rif & Amin, 2024). Dengan memanfaatkan potensi batik yang telah dikenal secara nasional, pesantren di Lamongan dapat memanfaatkan teknologi pemasaran dan pengemasan modern untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.

Tahap berikut dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melibatkan pendampingan pada pondok pesantren terkait manajemen keuangan, pemasaran, dan pengemasan produk unggulan. Proses pendampingan ini tidak hanya dilakukan oleh tim PKM tetapi juga melibatkan praktisi dan narasumber yang kompeten di bidang tersebut. Hasil dari pendampingan ini terlihat pada perbaikan packaging produk dengan label dan kemasan yang lebih menarik. Contohnya, snack olahan di Pondok Pesantren Maslakul Huda, yang sebelumnya dikemas secara sederhana tanpa label, kini telah mengalami peningkatan dengan adanya desain kemasan dan label yang lebih menarik, serta pembuatan merek yang meningkatkan harga jual produk.

Di Pondok Pesantren Mazraatul Ulum, kemasan produk tas dan sepatu batik yang awalnya menggunakan kotak polos dan kantong sederhana telah diperbaiki menjadi *dustbag* dan kotak dengan label stiker yang didesain menarik. Pengemasan produk juga melibatkan tas sablon khusus dengan merek yang telah disepakati. Di Pondok Pesantren Raudlatut Thullab, produk kaos santri yang dihasilkan oleh alumni dan santri mendapatkan berbagai masukan untuk pengemasan, termasuk plastik kemasan dengan merek tercetak, tas khusus dengan merek, dan stiker label gulung untuk meningkatkan daya tarik *packaging*.

Program pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan ekonomi di dalam pesantren tetapi juga melibatkan masyarakat di sekitar pesantren dan alumni pondok pesantren yang memiliki potensi ekonomi untuk dikembangkan. Salah satu pilar OPOP, yakni *sociopreneur*, menegaskan bahwa OPOP tidak hanya fokus pada peningkatan ekonomi pesantren dan santrinya, tetapi juga melibatkan upaya peningkatan potensi ekonomi masyarakat dan alumninya. Beberapa produk unggulan pondok pesantren melibatkan partisipasi masyarakat sekitar, dengan alumni pesantren aktif terlibat dalam produksi. Di Pondok Pesantren Raudlatut Thullab, alumni berperan sebagai motor penggerak usaha bersama pengasuh pondok dan para santri.

Setelah pendampingan, santri dan alumni sebagai pilar OPOP diharapkan dapat bersinergi dengan pesantren untuk meningkatkan motivasi dalam mengembangkan produk potensial serta mengenali dan memaksimalkan potensi ekonomi mereka. Hal ini memungkinkan pondok pesantren untuk berkolaborasi lintas pesantren bahkan lintas negara. Dengan mengenali dan memaksimalkan produk unggulan, pesantren dapat mengajukan diri untuk bergabung dalam OPOP dan meningkatkan kesejahteraan bersama, baik bagi santri, alumni, masyarakat, maupun pesantren itu sendiri.

Tantangan dalam pemberdayaan ekonomi melalui OPOP sangatlah besar. Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pesantren mencakup keterbatasan sumber daya manusia (SDM), akses permodalan, dan kesulitan dalam manajemen pemasaran produk. Keterbatasan SDM, terutama dalam hal manajemen usaha, pengemasan, label, dan pemasaran, menjadi salah satu tantangan utama dalam implementasi OPOP.

Akses permodalan juga sering menjadi kendala bagi pesantren dalam memulai usaha produktif. Salah satu solusinya adalah dengan membangun kemitraan dengan lembaga keuangan, baik bank syariah maupun koperasi pesantren, yang dapat menyediakan akses pembiayaan dengan skema yang lebih fleksibel. Program pemerintah seperti Dana Bergulir dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) juga dapat dimanfaatkan oleh pesantren yang ingin mengembangkan usaha melalui OPOP.

Terkait pemanfaatan teknologi, pesantren perlu memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar produk mereka. Pemasaran digital dapat membantu pesantren dalam meningkatkan branding dan kualitas produk, serta bersaing dengan produk-produk komersial lainnya. Pelatihan dan pendampingan bagi santri dan pengelola pesantren dalam keterampilan teknis produksi, pemasaran digital, dan inovasi produk sangat penting (Sukmawati, 2022).

Kerja sama dengan perguruan tinggi atau lembaga pelatihan juga bermanfaat untuk meningkatkan kapasitas SDM pesantren.

Pemberdayaan ekonomi pesantren melalui OPOP di kawasan Pantura Lamongan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren dan memperkuat peran pesantren dalam perekonomian lokal. Dengan memanfaatkan potensi lokal seperti perikanan, batik, dan industri kreatif, pesantren dapat menjadi pusat ekonomi berbasis komunitas yang berdaya saing. Tantangan yang ada, seperti keterbatasan SDM dan permodalan, dapat diatasi melalui program pendampingan, pemanfaatan teknologi, serta kerja sama dengan berbagai pihak. Melalui OPOP, pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan dan dakwah, tetapi juga sebagai penggerak utama ekonomi lokal yang berdampak luas pada kesejahteraan masyarakat.

Gambar 1. Narasumber materi pemberdayaan pesantren melalui OPOP bersama perwakilan bidang wirausaha pesantren

Gambar 2. Produk-produk pesantren dampingan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini tidak hanya bertujuan untuk mendampingi pondok pesantren dalam mengenali dan memaksimalkan potensi ekonominya, tetapi juga untuk memberikan pemahaman mendalam tentang

cara berpartisipasi dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP) serta pentingnya program tersebut sebagai pintu utama untuk mengembangkan potensi ekonomi yang lebih luas. Oleh karena itu, sosialisasi dan pendampingan terkait OPOP serta legalitas produk menjadi bagian integral dari program ini, dengan tujuan membuka peluang yang lebih besar bagi pondok pesantren untuk berkembang dan bersaing di pasar global dan internasional.

Jumlah pondok pesantren di Jawa Timur sangat besar, dan sebagian besar memiliki potensi ekonomi yang belum sepenuhnya dikembangkan. Setiap pesantren memiliki peluang yang setara untuk berkembang melalui keikutsertaan dalam OPOP, yang berfokus pada peningkatan potensi dan kesejahteraan pesantren. OPOP menawarkan berbagai fasilitas untuk pengembangan potensi serta forum jejaring bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola oleh pondok pesantren.

Keterlibatan masyarakat sekitar dan alumni merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pemberdayaan ekonomi pesantren. Dalam kerangka program ini, pilar *sociopreneur* juga mendapatkan edukasi dan pendampingan terkait OPOP, yang memungkinkan mereka berperan aktif dalam menggerakkan ekonomi pesantren. Pendampingan ini tidak hanya memperkuat kapasitas pesantren dalam mengelola potensi ekonomi mereka tetapi juga memperluas jaringan dan peluang untuk kolaborasi yang dapat mempercepat perkembangan ekonomi pesantren.

4. KESIMPULAN

Pondok pesantren yang terletak di pesisir utara Lamongan, yaitu Pondok Pesantren Maslakul Huda, Mazraatul Ulum, dan Raudlatut Thullab, memiliki potensi ekonomi yang signifikan untuk dikembangkan, meskipun ketiganya belum tergabung dalam program *One Pesantren One Product* (OPOP). Potensi yang dimiliki oleh masing-masing pondok pesantren sangat bervariasi dan berpotensi, meliputi produk seperti snack olahan hasil laut, sablon, dan batik. Oleh karena itu, proses pendampingan berfokus pada pengoptimalan produk dan potensi ekonomi di pondok pesantren tersebut agar dapat bergabung dalam OPOP.

Setelah mengikuti program pendampingan, ketiga pondok pesantren memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan pentingnya bergabung dalam OPOP. Program ini memberikan pengetahuan kepada santri, alumni, masyarakat sekitar pondok pesantren, serta pengelola pesantren yang sebelumnya belum terlibat dalam OPOP. Dengan pemahaman ini, mereka dapat mengetahui langkah-langkah untuk bergabung dalam OPOP dan memanfaatkan akses pasar serta jaringan yang lebih luas untuk mengembangkan produk dan usaha

wirausaha di pondok pesantren. Keikutsertaan dalam OPOP memungkinkan pondok pesantren untuk memperluas jejaring usaha dan melakukan kolaborasi lintas pesantren serta lintas negara.

Lebih lanjut, melalui program pendampingan yang mencakup manajemen keuangan, pemasaran, dan packaging produk, santri dan pelaku usaha di pondok pesantren memperoleh pengetahuan mendalam mengenai strategi pemasaran, pengemasan, dan manajemen bisnis. Pengetahuan ini berdampak signifikan dalam mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi ekonomi pesantren serta meningkatkan nilai jual produk yang ada. Program ini sangat bermanfaat untuk pengembangan produk serta potensi ekonomi yang dimiliki oleh pondok pesantren.

Seiring dengan banyaknya potensi yang masih dapat dioptimalkan di pondok pesantren, penelitian dan pengabdian selanjutnya dapat memfokuskan kajian pada potensi pondok pesantren di wilayah yang lebih luas di luar Kawasan Pantura. Hal ini merupakan langkah strategis untuk memaksimalkan peran pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan yang krusial dalam pembangunan bangsa.

REFERENSI

Adawiyah, R., Ardiansyah, M., & Sholehah, A. (2023). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Model OPOP (One Pesantren One Product) di Era Digital (Studi Kasus pada Pesantren di Madura). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, *10*(1), 130. https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v10i1.xxxx

Ahmad, R., & Hasbullah, A. dkk. (2019). *Fikih Persaingan Usaha* (M. Wahid (ed.); Pertama). Lakpesdam PBNU dan KPPU RI.

Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, *4*(2), 259. https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572

Alfarizi, A. S. (2022). *Pemberdayaan ekonomi pesantren melalui program opop jatim di pesantren Amanatul Ummah Mojokerto*.

Amalia, Dini; Shofiyah; Rif'ah, Sifwatir; Saidaturrohmah, N. (2023). *MEMPERKUAT MENTAL WIRAUSAHA SANTRI OPOP (One Pesantren One Product)*. Lima Aksara.

Arifin, M. (2018). Pengembangan Kewirausahaan di Lingkungan Pesantren: Studi Penerapan OPOP di Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Islam*, *15(2)*, *75-*.

Bayu, D. (2022). *Indonesia Miliki 26.975 Pesantren, Ini Sebaran Wilayahnya*. https://dataindonesia.id/ragam/detail/indonesia-miliki-26975-pesantren-ini-sebaran-wilayahnya

Diskopum. (2020). *Himpunan Pedoman Peraturan KUKM Bagi Peserta One Pesantren One*

Product Jawa Timur. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur.

Ekon, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia

Evi Nurus Suroiyah, & Sholihatul Atik Hikmawati. (2021). Peran ABCD Pada KKN-DR (Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah) Di Era Covid -19 Tahun 2021. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 32–40. https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v2i1.321

Ghofirin, M. (2022). *MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI PESANTREN MELALUI OPOP*.

Haris, T. (2023). Penerapan Konsep Kewirausahaan di Pesantren: Studi Kasus di Lamongan. *Majalah Pesantren*.

Hidayat, M. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Pesantren melalui Program One Pesantren One Product (OPOP). *Jurnal Ekonomi Syariah*, *12(1)*, *45-*.

Hidayatullah, H. (2023). *Batik Sendang Duwur Lamongan, Warisan Budaya Nusantara*. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/10/19/batik-sendang-duwur-lamongan-warisan-budaya-nusantara

Hombing, T. (2021). *Memberdayakan Masyarakat Dengan Metode ABCD*. Kompas. www.kompasiana.com/tianhombing6637/5fff2dcdd541df7dfa611922/memberdayakan-masyarakat-dengan-metode-abcd

Mahsun, A. (2022). Peran Pondok Pesantren dalam Pendidikan. *Republika*.

Pulungan, R. H. (2022). *Menjadikan Pesantren Subjek Ekonomi*. https://news.detik.com/kolom/d-5967372/menjadikan-pesantren-subjek-ekonomi.

Rif'ah, S. (2019). *Batik lamongan, Jejak Ekonomi Kreatif Warisan Sunan Sendang*. Pustaka Wacana.

Rif'ah, S. (2022). Optimalisasi Wisata Halal Di Pantura Lamongan Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Di Era New Normal. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, *Vol. 5 No. 2 (2022): Al-Musthofa : Journal of Sharia Economics*.

Rif, S., & Amin, M. N. (2024). *Optimalisasi Ekonomi Kreatif Warisan Sunan Sendang : Pemberdayaan Pengrajin Batik Berbasis Transformasi Tepat Guna*. *5*(1), 106–135.

Rukyanto, E. (2024). Produksi dan Standarisasi Olahan Perikanan di Kabupaten Lamongan: Kontribusi Signifikan dalam Industri Perikanan Indonesia. *Dinas Kelautan Dan Perikanan*. https://www.dkp.jatimprov.go.id/unit/pmp2kp-surabaya//news/view/3173

Sudrajat, I. (2019). *Ekonomi Pesantren dalam Pusaran OPOP: Studi Kasus di Jawa Barat*.

Pustaka Pesantren.

Sukmawati, D. (2022). *Pemasaran Digital untuk Produk Pesantren: Tantangan dan Solusi*.

Wahid, A. H., & Sa'diyah, H. (2020). Pembangunan Santripreneur Melalui Penguatan Kurikulum Pesantren Berbasis Kearifan Lokal Di Era Disruptif. *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, *6*(1), 80–99. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v6i1.130