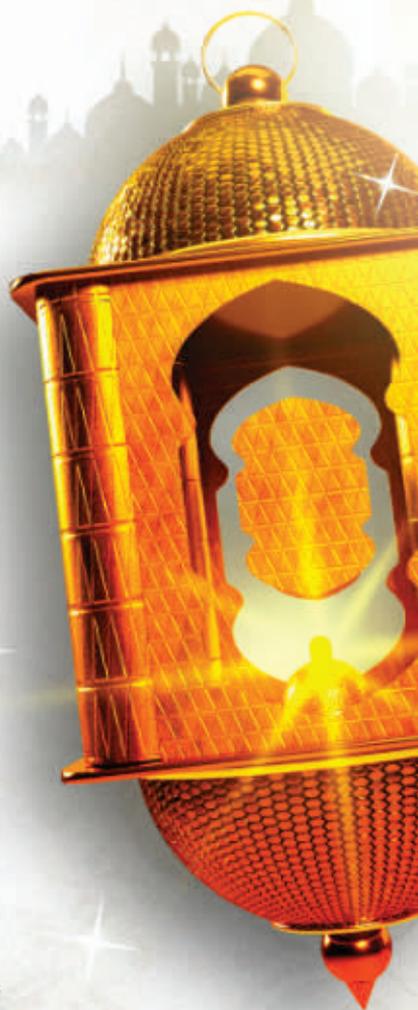


Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M.Ak
Ani Wilujeng Suryani, Ph.D
Saipul Al Sukri, S.E., M.Si
Mirawati, S.E., MA.Ek



Digitalisasi UMKM BERBASIS PESANTREN

dalam Mendukung Akselerasi
Fungsi Pemberdayaan Masyarakat



Editor: Dr. Julina , M.Si



Digitalisasi UMKM BERBASIS PESANTREN

dalam Mendukung Akselerasi
Fungsi Pemberdayaan Masyarakat

Buku ini menyoroti peran pengelola pesantren, santri, dan masyarakat sekitar dalam mengembangkan ekonomi lokal. Di era Society 5.0, pesantren dapat memanfaatkan digitalisasi sebagai jembatan emas untuk mempercepat perkembangan industri ekonomi kreatif. Buku ini memberikan strategi konkret untuk mengelola sumber daya manusia, pemasaran, produksi, dan keuangan melalui teknologi. Dengan menguraikan langkah-langkah penerapan teknologi, buku ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai tradisional pesantren dapat berkolaborasi dengan inovasi digital untuk memberdayakan masyarakat.

Ditulis dengan gaya informatif dan mudah dipahami, buku ini cocok untuk akademisi, praktisi bisnis, dan pengelola pesantren. "Digitalisasi UMKM Berbasis Pesantren dalam Mendukung Akselerasi Fungsi Pemberdayaan Masyarakat" adalah sumber daya penting bagi mereka yang terlibat dalam pengembangan UMKM pesantren.



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekamediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-120-819-4



**DIGITALISASI UMKM BERBASIS
PESANTREN DALAM MENDUKUNG
AKSELERASI FUNGSI
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

**Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M.Ak
Ani Wilujeng Suryani, Ph.D
Saipul Al Sukri, S.E., M.Si
Mirawati, SE., MA.Ek**



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

**DIGITALISASI UMKM BERBASIS
PESANTREN DALAM MENDUKUNG
AKSELERASI FUNGSI
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

- Penulis** : Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M.Ak
Ani Wilujeng Suryani, Ph.D
Saipul Al Sukri, S.E., M.Si
Mirawati, SE., MA.Ek
- Editor** : Dr. Julina, M.Si
- Desain Sampul** : Eri Setiawan
- Tata Letak** : Sri Rahayu Utari
- ISBN** : 978-623-120-819-4
- Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2024

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullah wa Barakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena buku ini telah selesai disusun. Buku ini disusun agar dapat membantu masyarakat dalam memahami bagaimana digitalisasi dapat mendorong percepatan pertumbuhan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Buku ini memaparkan profil koperasi pondok pesantren (kopontren) yang telah sukses dan banyak menjadi acuan bagi kopontren lain untuk mendukung kemandirian ekonomi pesantren. Selanjutnya juga dibahas perkembangan digitalisasi yang dapat semakin meningkatkan kemajuan bisnis, dan disertai dengan berbagai strategi pendukung yang merupakan bauran antara teori dan praktik yang telah terjadi.

Penulis pun menyadari jika didalam penyusunan buku ini mempunyai kekurangan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan sebuah manfaat bagi pembaca. Akhir kata untuk penyempurnaan buku ini, maka kritik dan saran dari pembaca sangatlah berguna untuk penulis kedepannya.

Pekanbaru, Mei 2024

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 DIGITALISASI	5
A. Apa itu Digital?	5
B. Sekilas Sejarah Transformasi Digital	6
C. Digitisasi vs Digitalisasi	7
D. Rekayasa Ulang Proses Bisnis vs Digital Transformasi.....	9
E. Apa Masa Depan untuk Transformasi Digital?	10
F. Transformasi Digital Model Bisnis	12
G. Digitalisasi UMKM	15
BAB 3 KOPERASI PONDOK PESANTREN	17
A. Pesantren	17
B. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	18
C. Koperasi	23
D. Profil Kopontren Sidogiri	24
BAB 4 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	35
A. Rekrutmen dan Seleksi.....	36
B. Manajemen Kinerja.....	37
C. Pembelajaran (<i>Learning</i>) dan Pengembangan (<i>Development</i>)	39
D. Perencanaan Suksesi	41
E. Kompensasi dan Tunjangan	41
F. Sistem Informasi Sumber Daya Manusia.....	42
G. Data dan Analitik SDM.....	43
BAB 5 MANAJEMEN PEMASARAN	44
A. Peran Manajemen Pemasaran.....	44
B. Elemen Bauran Pemasaran	45
BAB 6 MANAJEMEN PRODUKSI DAN OPERASI	53
A. Manajemen Produksi dan Operasi	53
BAB 7 MANAJEMEN KEUANGAN	56
A. Perencanaan	56

B. Penganggaran.....	56
C. Mengelola dan Menilai Risiko.....	57
D. Prosedur.....	57
BAB 8 STRATEGI UMKM BERBASIS PESANTREN	
DALAM MENJALANKAN FUNGSI	
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT	58
A. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	59
B. Manajemen Pemasaran.....	66
C. Manajemen Produksi.....	74
D. Manajemen Keuangan.....	79
E. Sistem Akuntansi dan Pelaporan Keuangan.....	82
F. Sistem Informasi Manajemen.....	84
G. Aspek Sosial Budaya.....	85
H. Pemberdayaan Masyarakat Sekitar	86
BAB 9 PROSPEK DAN STRATEGI DIGITALISASI	
UMKM BERBASIS PESANTREN	90
A. Kondisi <i>Existing</i> Digitalisasi Kopontren Sidogiri	91
B. Kendala yang Dihadapi dalam Penerapan	
Digitalisasi.....	93
C. Faktor Eksternal yang Mendukung Digitalisasi	
UMKM Berbasis Pesantren.....	96
D. Prospek Digitalisasi UMKM Berbasis Pesantren.....	102
E. Strategi Digitalisasi UMKM Berbasis Pesantren.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
TENTANG PENULIS	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 8.1. Toko Basmalah <i>Online</i>	68
Gambar 8.2. Giri Grafika	70
Gambar 8.3. <i>Twitter Sidogiri Excellent Centre</i>	77
Gambar 8.4. Ekosistem Ekonomi Syariah	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Definisi Terpilih dari Istilah –Transformasi Digital	12
Tabel 3.1. Kriteria UMKM.....	18
Tabel 3.2. Jenis - Jenis Koperasi	23



**DIGITALISASI UMKM BERBASIS
PESANTREN DALAM Mendukung
AKSELERASI FUNGSI
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

**Dr. Desrir Miftah, SE., MM.Ak
Ani Wilujeng Suryani, Ph.D
Saipul Al Sukri, SE., M.Si
Mirawati, SE., MA.Ek**



BAB

1

PENDAHULUAN

Pesantren sebagai lembaga pendidikan tertua di Indonesia tetap eksis dan memiliki peranan penting terutama dalam pengembangan pendidikan dan dakwah Islam. Pesantren terus berkembang dan mengalami peningkatan, dari sisi jumlah saat ini yang terdaftar di Kementerian Agama RI sebanyak 28.134 dengan jumlah santri 18 juta orang (Ditjen Pendis). Namun masih kurang dari 10% atau hanya 2.439 yang memiliki unit usaha aktif yang dikelola Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren). Meskipun demikian terdapat 163.408 anggota yang tergabung di Kopontren dengan total omzet Rp 1,5 Trilyun dan aset Rp 1.134 milyar (Depkop.go.id). Artinya Kopontren berperan penting dalam menunjang aktivitas pesantren dan merupakan potensi ekonomi yang besar. Visi terbaru yang ada pada Program Kemandirian Pesantren adalah terwujudnya pesantren yang memiliki sumberdaya ekonomi yang kuat dan berkelanjutan sehingga dapat menjalankan fungsinya dengan baik (kemenag.go.id).

Sejalan dengan pernyataan Wakil Presiden KH. Ma' ruf Amin bahwa pesantren bertransformasi tidak hanya sebagai pusat pendidikan keagamaan tetapi juga mendorong perekonomian (Republika, 2021). Pesantren dalam fungsi pemberdayaan masyarakat yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan internal pesantren dan juga masyarakat umum.

Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) juga telah menerbitkan *blue print* sebagai upaya optimalisasi pengembangan ekonomi syariah melalui pengembangan unit usaha-usaha syariah di pesantren. BI akan terus mendorong pengembangan ekonomi

BAB

2

DIGITALISASI

A. Apa itu Digital?

Sebelum mempelajari transformasi digital model bisnis, penting untuk memahami dengan tepat apa arti "*digital*" dalam transformasi digital. Ada beberapa definisi "*digital*" (Berman, 2012; Auriga, 2016) tetapi kami menggunakan definisi yang dikembangkan oleh McKinsey yang menyatakan bahwa digital bukan hanya tentang satu proses akan tetapi lebih pada tentang bagaimana perusahaan menjalankan bisnis mereka (Dorner dan Edelman, 2015). Definisi McKinsey tentang "*digital*" dapat dipecah menjadi tiga fokus utama:

1. Menciptakan nilai di batas baru dunia bisnis
2. Mengoptimalkan proses yang secara langsung mempengaruhi pengalaman pelanggan
3. Membangun kapabilitas dasar yang mendukung keseluruhan inisiatif bisnis

Dalam publikasi Capgemini Consulting bekerjasama dengan MIT Sloan Management, Westerman *et al.* (2011) mendefinisikan transformasi digital sebagai penggunaan teknologi untuk secara radikal meningkatkan kinerja atau jangkauan perusahaan. Meskipun definisi tersebut menyoroti arti luas dari istilah tersebut, namun gagal untuk memasukkan unsur-unsur penting untuk mencapai transformasi digital. Dalam setiap definisi transformasi digital, penting untuk menekankan elemen-elemen yang diperlukan yang mengarah

BAB 3

KOPERASI PONDOK PESANTREN

A. Pesantren

Menurut Prepres No 82 Tahun 2021 Pondok Pesantren, Dayah, Surau, Meunasah, atau sebutan lain yang selanjutnya disebut Pesantren adalah lembaga yang berbasis masyarakat dan didirikan oleh perseorangan, yayasan, organisasi masyarakat Islam, dan/atau masyarakat yang menanamkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT., menyemaikan akhlak mulia, serta memegang teguh ajaran Islam rahmatan lil'alamin yang tercermin dari sikap rendah hati, toleran, keseimbangan, moderat, dan nilai-nilai luhur bangsa Indonesia lainnya melalui pendidikan, dakwah Islam, keteladanan, dan pemberdayaan masyarakat dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia. Salah satu fungsi pesantren adalah sebagai pemberdayaan masyarakat. Menurut pasal 43 Undang - Undang No. 18 tahun 2019, pesantren menyelenggarakan fungsi pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan pesantren dan masyarakat. Selanjutnya pasal 44 menyatakan dalam menyelenggarakan fungsi pemberdayaan masyarakat, pesantren melaksanakan aktivitas dalam menyiapkan sumber daya manusia yang mandiri dan memiliki keterampilan agar dapat berperan aktif dalam pembangunan.

1. Bentuk pemberdayaan yang dapat dilakukan pesantren mengacu pada pasal 45 adalah: pelatihan dan praktik kerja lapangan;
2. Penguatan potensi dan kapasitas ekonomi Pesantren dan masyarakat;

BAB

4

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Manajemen sumber daya manusia (SDM) adalah praktik merekrut, mempekerjakan, menyebarkan, dan mengelola karyawan organisasi. HRM sering disebut hanya sebagai sumber daya manusia (SDM). Departemen SDM perusahaan atau organisasi biasanya bertanggung jawab untuk membuat, menerapkan, dan mengawasi kebijakan yang mengatur pekerja dan hubungan organisasi dengan karyawannya. Istilah sumber daya manusia pertama kali digunakan pada awal 1900-an, dan kemudian lebih luas lagi pada 1960-an, untuk menggambarkan orang-orang yang bekerja untuk organisasi, secara agregat.

SDM adalah manajemen karyawan dengan penekanan pada karyawan tersebut sebagai aset bisnis. Dalam konteks ini, karyawan kadang-kadang disebut sebagai modal manusia. Seperti aset bisnis lainnya, tujuannya adalah untuk memanfaatkan karyawan secara efektif, mengurangi risiko, dan memaksimalkan laba atas investasi (ROI). Istilah teknologi SDM modern manajemen modal manusia (*Human Capital Management* atau disingkat HCM) telah digunakan lebih sering dibandingkan dengan istilah HRM. Istilah HCM telah diadopsi secara luas oleh perusahaan besar dan menengah dan organisasi perangkat lunak lainnya untuk mengelola banyak fungsi SDM. Proses manajemen SDM terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

BAB 5

MANAJEMEN PEMASARAN

A. Peran Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berpusat pada penciptaan, perencanaan, dan penerapan strategi yang akan membantu mencapai tujuan bisnis yang lebih luas. Tujuan bisnis ini dapat melibatkan peningkatan kesadaran merek, meningkatkan keuntungan, atau memasuki pasar yang sebelumnya belum dimanfaatkan. Ketika kita mulai mempertimbangkan bidang manajemen pemasaran, penting untuk melihat pakar pemasaran Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, yang, dalam buku mereka "Manajemen Pemasaran" menawarkan definisi manajemen pemasaran standar sebagai pengembangan, desain, dan implementasi. program, proses, dan aktivitas pemasaran yang mengakui luasnya dan saling ketergantungan lingkungan bisnis.

Manajemen pemasaran penting karena menjangkau dan terlibat dengan pelanggan potensial adalah komponen penting dari strategi bisnis. Perusahaan dapat menghabiskan waktu bertahun-tahun untuk menyiapkan produk untuk diluncurkan, tetapi tanpa manajemen pemasaran, perusahaan pasti akan menghadapi beberapa kendala. Pada awalnya, manajemen pemasaran memastikan perusahaan memahami apa yang diinginkan pelanggan, hingga ke warna dan kemasan. Tanpa itu, perusahaan mungkin menemukan produknya tidak menarik bagi pelanggan.

Setelah menghabiskan banyak waktu mempersiapkan produk atau layanan perusahaan untuk dirilis, proses manajemen pemasaran yang tepat memastikannya mencapai

BAB 6

MANAJEMEN PRODUKSI DAN OPERASI

A. Manajemen Produksi dan Operasi

Inti dari setiap bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menyediakan barang dan jasa, dan dalam prosesnya menciptakan nilai bagi pelanggan dan memecahkan masalah mereka. Manajemen produksi dan operasi berbicara tentang penerapan organisasi bisnis dan konsep manajemen dalam penciptaan barang dan jasa. Produksi adalah suatu proses ilmiah yang melibatkan transformasi bahan mentah (*input*) menjadi produk atau jasa (*output*) yang diinginkan dengan menambah nilai ekonomis. Produksi secara luas dapat dikategorikan menjadi produksi melalui pemisahan, produksi dengan modifikasi atau perbaikan, dan produksi dengan perakitan. Produksi melalui pemisahan melibatkan output yang diinginkan dicapai melalui pemisahan atau ekstraksi dari bahan baku. Contoh klasik pemisahan atau ekstraksi adalah minyak menjadi berbagai produk bahan bakar. Produksi dengan modifikasi atau perbaikan melibatkan perubahan parameter kimia dan mekanik bahan baku tanpa mengubah atribut fisik bahan baku. Proses Annealing (pemanasan pada suhu tinggi dan kemudian pendinginan), adalah contoh produksi dengan modifikasi atau perbaikan. Produksi dengan perakitan melibatkan penyatuan berbagai komponen menjadi satu produk tertentu. Produksi mobil dan komputer adalah contoh produksi dengan perakitan.

BAB

7

MANAJEMEN KEUANGAN

Manajemen keuangan adalah praktik menangani keuangan perusahaan dengan cara yang memungkinkannya berhasil dengan mematuhi peraturan. Manajer keuangan membantu perusahaan memaksimalkan keuntungan, melacak likuiditas dan arus kas, memastikan kepatuhan aturan, mengembangkan skenario keuangan, mengelola hubungan dengan investor dan dewan direksi, yang pada akhirnya, tugas manajer keuangan ini tentang menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang efektif untuk struktur keuangan perusahaan (Strutner, 2022). Manajemen keuangan mencakup empat bidang utama yaitu perencanaan, penganggaran, mengelola dan menilai risiko, dan prosedur.

A. Perencanaan

Manajer keuangan memproyeksikan berapa banyak uang yang akan dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan arus kas positif, mengalokasikan dana untuk menumbuhkan atau menambah produk atau layanan baru dan mengatasi kejadian tak terduga, dan membagikan informasi itu dengan rekan bisnis.

B. Penganggaran

Manajer keuangan mengalokasikan dana perusahaan yang tersedia untuk memenuhi biaya, seperti hipotek atau sewa, gaji, bahan baku, T&E karyawan dan kewajiban lainnya. Idealnya akan ada beberapa yang tersisa untuk disisihkan untuk keadaan darurat dan untuk mendanai peluang bisnis baru. Perusahaan umumnya memiliki anggaran induk dan mungkin

BAB

8

STRATEGI UMKM BERBASIS PESANTREN DALAM MENJALANKAN FUNGSI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Strategi merupakan satu hal penting dalam kelangsungan hidup dari suatu usaha yang digunakan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Strategi diperlukan agar perusahaan dapat menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam maupun dari luar perusahaan. Menurut Chen and Keung (2019) strategi bisnis merupakan salah satu cara yang dapat diupayakan perusahaan dalam mempertahankan bisnis dilingkungan kompetitif. Suatu usaha akan lebih produktif dan menguntungkan jika memilih strategi bisnis yang tepat (Bryan *et. al.*, 2013).

Buku ini bertujuan membahas bagaimana strategi Kopontren Sidogiri yang pada awalnya berupa toko kelontong dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan santri internal kemudian usahanya berkembang sangat pesat bukan hanya didaerah Sidogiri bahkan hampir diseluruh daerah di Jawa Timur, sebagian daerah di Kalimantan dan Bali. Kopontren Sidogiri melalui empat unit usaha, salah satunya adalah toko ritail dan grosir yang bernama Toko Basmalah telah mampu menjalankan fungsi pesantren yaitu fungsi pemberdayaan masyarakat.

Buku ini menjabarkan secara deskriptif kualitatif tentang strategi dan aktivitas yang dilakukan Kopontren Sidogiri berdasarkan fungsional manajemen dalam suatu bisnis. Dalam ilmu manajemen, bidang fungsional merupakan suatu kesatuan yang dibutuhkan oleh organisasi, dimana masing-masing bidang saling terkait dan memiliki ketergantungan. Bidang fungsional yang dianalisis adalah manajemen sumber daya manusia, manajemen

BAB 9

PROSPEK DAN STRATEGI DIGITALISASI UMKM BERBASIS PESANTREN

Terjadinya transformasi digital mendorong penggunaan teknologi digital dan menjadi kebutuhan utama dalam kegiatan bisnis. Transformasi digital menuntut strategi, keinginan, dan kesadaran pelaku pasar dan investasi berbasis Teknologi Informasi (Okfalisa, *et. al.*, 2021). Pemanfaatan teknologi digital guna memperluas pasar dan peningkatan kinerja internal bisnis menjadi pilihan utama untuk unggul dalam persaingan global termasuk UMKM. Perlu bagi UMKM untuk mengembangkan pola pemikiran baru dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnisnya.

Meskipun transformasi digital meningkatkan dan memaksimalkan kinerja bisnis namun besarnya jumlah investasi, upaya dan risiko dibidang keuangan, infrastruktur, operasional, adopsi digital yang harus dihadapi. Kesiapan dalam melakukan transaksi dalam lingkup budaya, pendidikan, keuangan dan teknologi UKM meruapakan komponen utama untuk masuk dalam digitalisasi. Disusul komponen pemasaran, lingkungan makro, manajemen, lingkungan makro dan aktivitas bisnis UKM (Okfalisa, *et. al.*, 2021).

Transformasi digital juga telah masuk ke dalam bisnis Kopontren Sidogiri, sehingga prospek dari digitalisasi telah dirasakan manfaatnya. Dalam penerapan digitaliasasi ini selanjutnya dilakukan analisis tentang kondisi internal dan kendala yang dihadapi oleh Kopontren serta peluang dan dukungan dari eksternal juga dapat diidentifikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggadwita, G., Dana, L.-P., Ramadani, V., & Ramadan, R. Y. (2021). Empowering Islamic boarding schools by applying the humane entrepreneurship approach: The case of Indonesia. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(6), 1580-1604. <https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2020-0797>
- Ainur Rifqi, Ali Imron dan Mustinisngsih, (2016), Manajemen Alumni di Pondok Pesantren Modern dan Salaf (Studi di Pondok Pesantren Nurul Jadid dan Pondok Pesantren Sidogiri), *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian dan Pengembangan*, Vol. 1, No. 04
- Arifqi, Moh. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192-205.
- Athoillah, A.,Y., (2019), Konstruksi Etos Kerja Santri, *Desertasi*, UIN Sunan Ampel Surabaya
- Basit, A., & Widiastuti, T. (2020). Model Pemberdayaan dan Kemandirian Ekonomi Di Pondok Pesantren Mamba'us Sholihin Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(4), 801. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20194pp801-818>.
- Bryan, D., Dinesh Fernando, G., & Tripathy, A. (2013). Bankruptcy risk, productivity and firm strategy. *Account. Finance*, 12(4), 309-326
- Chen, G. Z., & Keung, E. C. (2019). The impact of business strategy on insider trading profitability. *Pacific Basin Finance Journal*, 55, 270-282. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.04.007>
- Creswell, John W., (2016), *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi Keempat (Cetakan Kesatu) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Huda, B. (2020). *Dinamika Bisnis Ritel Pesantren (Studi Fenomenologi Ritel Modern Berjejaring Toko Basmalah Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri)*. *Disertasi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Miles dan Huberman. (1992). *Analisis data Kualitatif*. (diterjemahkan Oleh: Tjetjep Rohedi Rosidi). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Naimah, Rahman, A., Ismail, Z., Sulaiman, H. B., & Kalupae, A. (2020). Entrepreneurship Empowerment Strategy in Islamic Boarding Schools: Lesson from Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 235–262. <https://doi.org/10.14421/jpi.2020.92.235-262>
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). Digitalisasi Umkm Di Masa Pandemi. 9. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2 (1), 2021, hal 797-805 ISSN 2714-8785 DOI: <http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8389>
- Oktafia, R., & Haryanto, B. (2018). Pengelolaan Keuangan Unit Usaha: Strategi Pengembangan Kapasitas Pondok Pesantren. *al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 141. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n2.p141-151>
- Okfalisa, Anggraini, W., Nawani, G., Saktioto, Wonge. K. Y., (2021), Measuring the effects of different factors influencing on the readiness of SMEs towards digitalization: A multiple perspectives design of decision support system, *Decision Science Letters* 10 pg. 425–442
- Pambudi, R. B., & Hendratmi, A. (2020). Pengembangan Bisnis Oleh Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(1), 87. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20201pp87-99>
- Paramasivan, C., & Subramanian, T., (2016), *Financial Management*l New Age International Publishers
- Putra, & Wahana, D. (2020). *Pesantren Dan Pemberdayaan Masyarakat (Analisis Terhadap Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019)*. 10.

- Rofiaty, R. (2019). The relational model of entrepreneurship and knowledge management toward innovation, strategy implementation and improving Islamic boarding school performance. *Journal of Modelling in Management*, 14(3), 662-685. <https://doi.org/10.1108/JM2-05-2018-0068>
- Siswanto, S. (2018). The Exploration Of Pesantren - Based Entrepreneurship Development Strategy Through Teleology Approach. *El Harakah (Terakreditasi)*, 20(2), 191. <https://doi.org/10.18860/el.v20i2.5253>
- Soegiri, H. (2018). *Entrepreneurship in Santriperspective*. 8(12), 10.
- Sulistiani, D. (2019). *Akuntansi Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Akuntabilitas Publik*. 10.
- Triyawan, A., Nizar, N., & Mustika, A. (2019). *Optimalisasi Strategi Pengembangan Usaha Unit- Unit Usaha Di Pesantren Gontor Putri Kampus 2*. 6(2), 19.
- Ugin Lugina. (2018). *Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren Di Jawa Barat*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3552005>
- Yusyida Munsah Idah dan Muliasari Pinilih, 2019, *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX"* 19-20 November 2019 Purwokerto
- Zaki, I., Widiastuti, T., & Mi'raj, D. A. (2020). Islamic Entrepreneurial Culture in Islamic Boarding Schools. *International Journal of Innovation*, 11(11), 18.
- Zulkarnain, Sri Indarti, Samsir and Alvi Purwanti. (2018). Micro, Small and Medium Enterprises Empowerment Model In The Indragiri Hilir Regency, Riau Province, Indonesia, *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)* 9(13). pp. 1641-1650.
- Pesantren Hadapi Tantangan Besar*. (2020, October 10). *Republika Online*. <https://republika.co.id/share/qhxyt430>

Wapres Dorong Kebangkitan Ekonomi Melalui Peran Santri. *Republika Online*. (n.d.). 2021 Retrieved November 18, 2021, from <https://www.republika.co.id/berita/r19paj370/wapres-dorong-kebangkitan-ekonomi-melalui-peran-santri>

TENTANG PENULIS



Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., Ak, CA., adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, sejak tahun 2006. Sebelumnya menjadi Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning (1998 - 2006) dan Internal Auditor pada Uniseraya Group, Pekanbaru (1998 - 2006). Menyelesaikan studi Program S1-Akuntansi di Universitas Riau (1998) dan Pascasarjana Magister Manajemen, Konsentrasi Keuangan di Universitas Riau (2009) serta S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi, Konsentrasi Ilmu Akuntansi Universitas Trisakti, Jakarta (2020).

Matakuliah yang pernah diampu yaitu Akuntansi Keuangan, Sistem, Keuangan Syariah, Sistem Informasi Akuntansi, Metodologi Penelitian, Kajian dan Riset Akuntansi, Seminar Akuntansi, Manajemen Strategik serta Sistem Pengendalian Manajemen. Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran dan Metodologi Penelitian Ekonomi. Dalam bidang penelitian, penulis telah mempublikasikan hasil penelitian di beberapa jurnal nasional dan Internasional. Selain itu, penulis juga aktif menjadi Anggota Ikatan Akuntansi Indonesia, serta berperan sebagai editor dan reviewer untuk beberapa jurnal nasional.



Ani Wilujeng Suryani, Ph.D., adalah dosen Akuntansi yang bergabung di Universitas Negeri Malang sejak 2006. Ani menyelesaikan pendidikan doktoral di bidang Akuntansi di University of South Australia (2017) setelah menempuh magister di bidang *Accounting dan Finance* di The University of Adelaide (2012). Bidang keilmuan ini melanjutkan dari pendidikan sarjananya yang diperoleh di Universitas Brawijaya (2005).

Ani memiliki sertifikasi sebagai *Microsoft Certified of Educator* dan juga *Certified Accurate Professional*. Dalam organisasi, Ani saat ini tergabung dalam *Golden Key International Honour Society* serta menjadi anggota Ikatan Akuntan Indonesia. Sebagai anggota *Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand (AFAANZ)*, Ani juga berperan aktif sebagai reviewer artikel di *AFAANZ conference*. Selain itu, Ani juga menjadi reviewer dan/atau pengurus jurnal di beberapa jurnal nasional serta internasional bereputasi. Di bidang pengajaran, Ani seringkali mengampu matakuliah Akuntansi Keuangan, Kajian Riset Akuntansi Keuangan, dan Metodologi Penelitian. Ani memiliki ketertarikan riset di bidang akuntansi keuangan, akuntansi keperilakuan, *sustainability*, serta pendidikan akuntansi. Hingga awal 2024, Ani memiliki Scopus H-index 4 dengan lebih dari 20 publikasi di jurnal nasional dan internasional bereputasi sejak 2020.



Saipul Al Sukri., lahir di Bangkinang, 8 Januari 1986. Menyelesaikan studi S-1 di UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2008 dan memperoleh gelar Magister Sains pada tahun 2015 di Program Pascasarjana Universitas Riau dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran. Sebelum menjadi seorang pendidik, penulis memiliki pengalaman luas di berbagai program dan lembaga pemerintah, antara lain RIS-PNPM Mandiri, Pengawas Pemilu, Tenaga Ahli Program UED/ K-SP dan BUM Desa, Pencacah Sensus Ekonomi 2014, berbagai kegiatan survei, dan Pendamping Sosial Program Keluarga Harapan (PKH) Kementerian Sosial Republik Indonesia.

Pada tahun 2019, penulis menjadi dosen tetap di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau, mengampu mata kuliah Pengantar Manajemen, Manajemen Strategik, Manajemen Pemasaran, dan *e-Commerce*. Dalam bidang penelitian, penulis telah mempublikasikan hasil penelitian di beberapa jurnal nasional. Selain itu, penulis juga aktif

menjadi pengurus organisasi profesi, serta berperan sebagai editor dan reviewer untuk beberapa jurnal nasional.



Mirawati, SE., MA.Ek., CMA., merupakan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Menamatkan Sarjana Ekonomi di UIN Sultan Syariah Kasim Riau (2009), Pascasarjana Magister Agama Ekonomi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2011) dan sekarang sedang melanjutkan S3 Program *Doctor of Philosophy Marketing* di Universitas Pendidikan Sultan Idris Malaysia.

Matakuliah yang pernah diampu yaitu, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran dan Metodologi Penelitian Ekonomi. Bidang penelitian sudah banyak di publis baik di jurnal nasional maupun internasional. Mendapatkan *Certified Marketing Analyst (CMA)* bertaraf Internasional (2023). Ikut serta dalam seminar nasional maupun internasional serta keanggotaan pada Asosiasi di bidang Manajemen maupun Ekonomi, IDI, IAEL, AFEBS, APSESI.