

ABSTRAK

Tesis dengan judul "Strategi Pemberdayaan Santripreneur melalui Pemasaran Islami dalam Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Pesantren yang Berkelanjutan (Studi Multi Situs di Pesantren Fathul Ulum Kwagean Kediri dan Pesantren Fathul Ulum Diwek Jombang)" ini ditulis oleh Syaifudin Alfaisah, NIM.1880508230057, yang dibimbing oleh Prof. Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag. dan Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I

Kata Kunci: Pemberdayaan santripreneur, pemasaran Islami, kemandirian ekonomi, pesantren, keberlanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan santripreneur melalui penerapan konsep pemasaran Islami dalam rangka meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren yang berkelanjutan. Studi ini dilakukan di dua pesantren, yaitu Pondok Pesantren Fathul Ulum Kwagean Kediri dan Pondok Pesantren Fathul Ulum Diwek Jombang, yang telah mengembangkan berbagai unit usaha berbasis nilai-nilai Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi multi-situs, di mana data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi pengasuh pesantren, santri, pengelola unit usaha, serta pihak terkait lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan santripreneur berbasis pemasaran Islami di kedua pesantren ini diterapkan melalui beberapa langkah, yaitu internalisasi nilai-nilai Islami dalam praktik bisnis, penguatan keterampilan kewirausahaan santri, serta pemanfaatan jaringan komunitas Islami untuk memperluas pasar. Prinsip-prinsip pemasaran Islami seperti *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kebijaksanaan) diterapkan dalam berbagai aktivitas usaha, sehingga menciptakan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak eksternal, seperti pemerintah dan lembaga keuangan syariah, juga menjadi faktor pendukung dalam memperkuat kemandirian ekonomi pesantren.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemberdayaan santripreneur berbasis pemasaran Islami tidak hanya berkontribusi pada kemandirian ekonomi pesantren, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha melalui pendekatan yang berbasis pada nilai-nilai spiritual. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi model bagi pesantren lain dalam mengembangkan kemandirian ekonomi yang berkelanjutan melalui pemberdayaan santri sebagai penggerak utama kegiatan ekonomi pesantren.

ABSTRACT

The thesis entitled "Strategy for Empowering Santripreneurs through Islamic Marketing in Realizing Sustainable Economic Independence of Islamic Boarding Schools (A Multi-Site Study at Fathul Ulum Islamic Boarding School in Kwagean Kediri and Fathul Ulum Islamic Boarding School in Diwek Jombang)" was written by Syaifudin Alfaisah, Student ID: 1880508230057, under the supervision of Prof. Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag. and Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Keywords: Santripreneur empowerment, Islamic marketing, economic independence, pesantren, sustainability.

This study aims to analyze the strategies for empowering *santripreneurs* through the application of Islamic marketing concepts to enhance the sustainable economic independence of pesantren. The research was conducted at two Islamic boarding schools, namely Pondok Pesantren Fathul Ulum Kwagean Kediri and Pondok Pesantren Fathul Ulum Diwek Jombang, which have developed various business units based on Islamic values. This research employs a qualitative approach using a multi-site study method, with data collected through observations, in-depth interviews, and documentation. The informants include pesantren leaders, students, business unit managers, and other related stakeholders.

The findings reveal that the empowerment strategies of *santripreneurs* based on Islamic marketing in these two pesantren are implemented through several key steps, including the internalization of Islamic values in business practices, strengthening students' entrepreneurial skills, and leveraging Islamic community networks to expand the market. Islamic marketing principles such as *shiddiq* (honesty), *amanah* (responsibility), *tabligh* (transparency), and *fathanah* (wisdom) are applied in various business activities, fostering consumer trust and loyalty. Furthermore, collaboration with external parties, such as government institutions and Islamic financial organizations, serves as a supporting factor in strengthening the pesantren's economic independence.

This study concludes that empowering *santripreneurs* through Islamic marketing strategies not only contributes to the economic independence of pesantren but also supports business sustainability through a spiritual values-based approach. The implications of this research are expected to serve as a model for other pesantren to develop sustainable economic independence by empowering students as the main drivers of pesantren economic activities.

الملخص

أُعِدَّت هذه الرسالة التي تحمل العنوان "استراتيجية تمكين رواد الأعمال من الطلاب في تحقيق الاستقلال الاقتصادي المستدام للمدارس الإسلامية من خلال التسويق الإسلامي" (دراسة متعددة المواقع في معهد فتح العلوم بقواجن كديري ومعهد فتح العلوم بديوك جُبانج) بقلم سيف الدين ألفيسه، رقم التسجيل: ١٨٨٠٥٠٨٢٣٠٠٥٧، تحت إشراف الأستاذ الدكتور الحاج ديدي نور الرحمن، ماجستير في الشريعة، والدكتور نور عزيز مسلم، ماجستير في الفقه.

الكلمات المفتاحية: تمكين رواد الأعمال الطلاب، التسويق الإسلامي، الاستقلال الاقتصادي، المعاهد الإسلامية، الاستدامة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات تمكين رواد الأعمال من الطلاب (*santripreneurs*) من خلال تطبيق مفاهيم التسويق الإسلامي لتعزيز الاستقلال الاقتصادي المستدام للمدارس الإسلامية (*pesantren*). جريت الدراسة في مدرستين إسلاميتين، وهما معهد فتح العلوم كواجين كديري ومعهد فتح العلوم نغورو جبانج، اللتان طورتا وحدات أعمال مختلفة تستند إلى القيم الإسلامية. تستخدم هذه الدراسة منهجًا نوعيًا يعتمد على الدراسة متعددة المواقع، حيث تم جمع البيانات من خلال الملاحظات والمقابلات المتعمقة والوثائق. شملت العينة قادة المعاهد، والطلاب، ومديري وحدات الأعمال، وأصحاب المصلحة الآخرين.

تكشف النتائج أن استراتيجيات تمكين رواد الأعمال الطلاب المبنية على التسويق الإسلامي في هذين المعهدين تُطبق من خلال عدة خطوات رئيسية، مثل ترسيخ القيم الإسلامية في الممارسات التجارية، وتعزيز المهارات الريادية للطلاب، والاستفادة من الشبكات المجتمعية الإسلامية لتوسيع السوق. تُطبق مبادئ التسويق الإسلامي مثل الصدق، الأمانة، التبليغ، والفتانة في مختلف الأنشطة التجارية، مما يخلق الثقة والولاء لدى المستهلكين. علاوة على ذلك، فإن التعاون مع الجهات الخارجية، مثل المؤسسات الحكومية والمالية الإسلامية، يُعتبر عاملاً داعماً في تعزيز الاستقلال الاقتصادي للمعاهد.

تستنتج هذه الدراسة أن تمكين رواد الأعمال الطلاب من خلال استراتيجيات التسويق الإسلامي لا يسهم فقط في الاستقلال الاقتصادي للمعاهد، ولكنه يدعم أيضًا استدامة الأعمال من خلال نهج قائم على القيم الروحية. ومن المتوقع أن تشكل نتائج هذه الدراسة نموذجًا للمعاهد الإسلامية الأخرى لتطوير الاستقلال الاقتصادي المستدام من خلال تمكين الطلاب باعتبارهم المحرك الرئيسي للأنشطة الاقتصادية في المعاهد.