Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah
Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

Analisis Pemberdayaan Ekonomi Islam pada Usaha Ar-Mart pada Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau

Asih Tri Utami, Supardi Mursalin, Esti Alfiah
Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia
asih.triutami@mail.uinfasbengkulu.ac.id, supardi@mail.uinfasbengkulu.ac.id, esti@mail.uinfasbengkulu.ac.id

ABSTRACT.

This study analyzes Islamic economic empowerment through Ar-Mart, a retail business unit of Ar-Risalah Islamic Boarding School in Lubuklinggau City, and identifies the constraints and supporting factors affecting its implementation. A descriptive qualitative field-research design was employed. Data were collected in July 2026 through interviews, direct observation, and documentation involving four purposively selected informants representing the pesantren leadership, Ar-Mart management, students, and consumers. The data were reduced, organized thematically, interpreted, and verified by comparing interview, observation, and documentation evidence. The findings show that empowerment is carried out through planning, organizing, operational management, and supervision. Ar-Mart meets the daily needs of the pesantren community, supports institutional economic self-reliance, provides practical entrepreneurial learning for students, and applies Islamic business values such as honesty, trustworthiness, fairness, transparency, halal-product selection, responsibility, and maslahah. However, its empowerment function is not yet optimal because supplier networks remain limited, inventory and product variety are unstable, capital and managerial personnel are constrained, and stock and transaction recording is still simple. Its main strengths are a captive internal market, foundation support, a strategic location, community trust, and pesantren values. Strengthening written planning, inventory systems, supplier partnerships, role division, student training, price transparency, and periodic evaluation is therefore necessary to transform Ar-Mart from a service-oriented retail unit into a more sustainable instrument of Islamic economic empowerment.

Keywords: Islamic Economic Empowerment; Pesantren; Ar-Mart; Retail Business; Santripreneur

ABSTRAK.

Penelitian ini menganalisis pemberdayaan ekonomi Islam melalui Ar-Mart sebagai unit usaha ritel Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau serta mengidentifikasi kendala dan faktor pendukung pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan pada Juli 2026 melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap empat informan yang dipilih secara purposif, yaitu pimpinan pesantren, pengelola Ar-Mart, santri, dan konsumen. Analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian tematik, penarikan kesimpulan, dan verifikasi dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan dilaksanakan melalui perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan operasional, dan pengawasan. Ar-Mart berfungsi memenuhi kebutuhan harian warga pesantren, mendukung kemandirian ekonomi lembaga, menjadi media pembelajaran kewirausahaan santri, serta menerapkan nilai kejujuran, amanah,

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

keadilan, transparansi, kehalalan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Namun, fungsi pemberdayaan belum optimal karena jaringan pemasok terbatas, stok dan variasi produk belum stabil, modal dan tenaga pengelola terbatas, serta pencatatan stok dan transaksi masih sederhana. Faktor pendukung utama meliputi pasar internal pesantren, dukungan yayasan, lokasi strategis, kepercayaan warga pesantren, dan nilai kepesantrenan. Penguatan perencanaan tertulis, sistem persediaan, kemitraan pemasok, pembagian tugas, pelatihan santri, transparansi harga, serta evaluasi berkala diperlukan agar Ar-Mart berkembang menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi Islam yang lebih berkelanjutan.
Kata kunci: Pemberdayaan Ekonomi Islam; Pesantren; Ar-Mart; Usaha Ritel; Santripreneur

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi pesantren semakin penting karena keberlanjutan lembaga pendidikan Islam tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjalankan fungsi pendidikan dan dakwah, tetapi juga oleh kapasitas kelembagaan dalam mengelola sumber daya ekonomi secara mandiri. Unit usaha pesantren dapat menjadi sumber pendapatan, sarana pelayanan internal, ruang pembelajaran kewirausahaan, sekaligus instrumen untuk memperkuat kemandirian lembaga. Budimansyah dan Hasyimi (2024) menunjukkan bahwa program santripreneur dapat memperkuat kemandirian ekonomi pesantren dan memberikan keterampilan kewirausahaan kepada santri. Dalam konteks yang lebih luas, penguatan unit usaha pesantren juga berkaitan dengan pengembangan kapasitas, jejaring usaha, dan keberlanjutan kelembagaan (Nurhasanah et al., 2024; Zaki et al., 2022).

Salah satu bentuk unit usaha yang banyak berkembang di lingkungan pesantren adalah usaha ritel atau minimarket. Karakter usaha ritel pesantren berbeda dari ritel umum karena konsumennya didominasi komunitas internal yang memiliki hubungan sosial, pendidikan, dan keagamaan dengan lembaga. Al Ithriyah et al. (2022) menemukan bahwa usaha ritel pesantren dapat mengoptimalkan potensi ekonomi lembaga melalui pemenuhan kebutuhan santri dan penguatan pemasukan pesantren. Najib et al. (2024) juga menunjukkan bahwa minimarket pesantren memiliki potensi membangun kemandirian ekonomi sekaligus membentuk jiwa santripreneur.

Dalam perspektif ekonomi Islam, keberhasilan unit usaha pesantren tidak cukup dinilai dari kemampuan menghasilkan margin. Pengelolaan usaha juga harus menjaga kehalalan produk, kejujuran transaksi, amanah dalam pengelolaan aset, keadilan harga, keterbukaan informasi, serta kemaslahatan bagi konsumen dan lembaga. Prinsip kejujuran dan amanah merupakan landasan etik dalam bisnis Islam (Qurratulaini, 2024), sedangkan pendekatan maqashid menempatkan kegiatan ekonomi sebagai instrumen untuk melindungi harta, menjaga kemaslahatan, dan menghindari praktik yang merugikan (Mergaliyev et al., 2021; Kusnan et al., 2022).

Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau mengembangkan Ar-Mart sebagai unit usaha ritel yang melayani kebutuhan santri, guru, pegawai, pengurus, dan warga pesantren. Ar-Mart menyediakan makanan dan minuman, alat tulis, perlengkapan belajar, perlengkapan ibadah, perlengkapan mandi, dan kebutuhan

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

asrama. Berdasarkan data lapangan, usaha ini berkembang dari bentuk koperasi atau warung kecil menuju unit ritel yang lebih terarah seiring meningkatnya kebutuhan warga pesantren. Secara praktis, keberadaan Ar-Mart memudahkan santri memenuhi kebutuhan harian tanpa harus sering keluar dari lingkungan pesantren dan sekaligus membuka ruang bagi pembelajaran usaha.

Meskipun memiliki pasar internal yang jelas, Ar-Mart masih menghadapi persoalan pengelolaan, antara lain keterbatasan pemasok, ketidakstabilan stok, variasi barang yang belum lengkap, keterbatasan modal dan tenaga pengelola, persaingan harga, serta pencatatan transaksi yang masih sederhana. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan unit usaha belum otomatis menghasilkan pemberdayaan ekonomi yang optimal. Pemberdayaan memerlukan proses manajerial, peningkatan kapasitas, akses terhadap sumber daya, serta penguatan sistem yang menjamin keberlanjutan usaha (Rahman et al., 2023; Saputra et al., 2023).

Penelitian terdahulu banyak membahas optimalisasi minimarket pesantren, santripreneur, digitalisasi usaha, program One Pesantren One Product, dan kerja sama bisnis berbasis komunitas. Namun, kajian yang secara spesifik menghubungkan pengelolaan unit ritel pesantren dengan proses pemberdayaan ekonomi Islam pada Ar-Mart di Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau belum banyak ditemukan. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis terpadu terhadap fungsi manajerial Ar-Mart—perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan—serta keterkaitannya dengan nilai ekonomi Islam, kendala operasional, dan modal sosial pesantren.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pemberdayaan ekonomi Islam yang diterapkan melalui usaha Ar-Mart di Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau serta mengidentifikasi kendala dan faktor pendukung pelaksanaannya. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan model pengelolaan unit usaha pesantren yang tidak hanya berorientasi pada pelayanan dan keuntungan, tetapi juga pada kemandirian, pembelajaran kewirausahaan, akuntabilitas, dan kemaslahatan.

TINJAUAN LITERATUR

Pemberdayaan Ekonomi dan Kemandirian Pesantren

Pemberdayaan ekonomi merupakan proses penguatan kemampuan individu, kelompok, atau lembaga agar mampu mengenali potensi, mengakses sumber daya, mengambil keputusan, dan mengelola aktivitas ekonomi secara lebih mandiri dan berkelanjutan. Pemberdayaan tidak menempatkan penerima manfaat sebagai objek pasif, tetapi sebagai subjek yang memperoleh daya, kapasitas, dan akses. Dalam konteks pesantren, proses tersebut mencakup peningkatan kemampuan pengelola dan santri, penguatan kelembagaan, akses modal dan pasar, serta kemampuan mengembangkan unit usaha secara berkelanjutan.

Rahman et al. (2023) menjelaskan bahwa pemberdayaan ekonomi pesantren melalui unit usaha berbasis syariah membutuhkan perencanaan, pengorganisasian,

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

pelaksanaan, pengawasan, penguatan modal, pelatihan sumber daya manusia, dan promosi. Kerangka tersebut relevan untuk menilai apakah unit usaha telah dikelola sebagai instrumen pemberdayaan atau baru sebatas aktivitas jual beli. Selain aspek manajemen, keterlibatan santri dalam pengalaman praktis kewirausahaan penting karena santripreneur dibangun melalui pembiasaan, pelatihan, dan pengalaman mengelola aktivitas usaha secara langsung (Sucipto et al., 2024; Purwanto et al., 2025).

Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Unit Usaha

Ekonomi Islam memandang kegiatan produksi, distribusi, konsumsi, dan pengelolaan harta sebagai aktivitas yang tunduk pada nilai syariah. Karena itu, aktivitas bisnis perlu menghindari praktik merugikan, menjaga kehalalan produk, menerapkan harga yang wajar, serta mengedepankan amanah, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Nilai tersebut penting bagi unit usaha pesantren karena identitas kelembagaannya melekat pada pendidikan moral dan praktik keagamaan.

Kejujuran dan amanah membentuk kepercayaan antara pengelola, konsumen, dan lembaga (Qurratulaini, 2024). Transparansi dan akuntabilitas juga menjadi unsur penting dalam pengelolaan organisasi berbasis Islam karena sumber daya yang dikelola merupakan amanah kelembagaan (Nurkhin et al., 2024). Sementara itu, maqashid al-shariah memberikan arah agar aktivitas ekonomi tidak berhenti pada pencapaian keuntungan, tetapi menghasilkan kemaslahatan, perlindungan harta, dan kesejahteraan yang lebih luas (Mergaliyev et al., 2021; Suliswanto et al., 2025).

Usaha Ritel Pesantren dan Santripreneur

Usaha ritel pesantren memiliki fungsi ganda. Di satu sisi, unit ini menyediakan kebutuhan harian komunitas pesantren dan menghasilkan pendapatan. Di sisi lain, keberadaannya dapat menjadi laboratorium kewirausahaan bagi santri. Al Ithriyah et al. (2022) menunjukkan bahwa minimarket pesantren mampu mendukung potensi ekonomi lembaga dan kebutuhan komunitas. Najib et al. (2024) menambahkan bahwa minimarket pesantren dapat menjadi media pembentukan jiwa santripreneur.

Digitalisasi dan penguatan tata kelola menjadi arah pengembangan berikutnya. Hamzah et al. (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi unit usaha pesantren dapat memperkuat pengelolaan transaksi dan pelayanan kebutuhan santri. Nurkhin et al. (2024) menekankan pentingnya akuntabilitas dalam tata kelola pesantren. Dengan demikian, unit ritel pesantren yang berkelanjutan membutuhkan integrasi antara fungsi pelayanan, pemberdayaan manusia, pengelolaan bisnis, nilai syariah, dan akuntabilitas.

State of the Art dan Kebaruan Penelitian

Studi terdahulu telah membahas usaha ritel pesantren (Al Ithriyah et al., 2022), kontribusi minimarket terhadap kemandirian dan santripreneur (Najib et al., 2024), pengelolaan unit usaha berbasis syariah (Rahman et al., 2023), digitalisasi

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

usaha pesantren (Hamzah et al., 2022), program OPOP (Saputra et al., 2023; Nurhasanah et al., 2024), serta kerja sama bisnis pesantren dan pembangunan berkelanjutan (Zaki et al., 2022). Penelitian ini berbeda karena memusatkan perhatian pada satu unit ritel pesantren, yaitu Ar-Mart, kemudian menghubungkan fungsi manajemen usaha dengan nilai-nilai ekonomi Islam, fungsi pemberdayaan santri dan lembaga, serta kondisi kendala dan faktor pendukung yang ditemukan langsung di lapangan. Posisi tersebut memungkinkan penelitian memberikan gambaran mikro mengenai bagaimana pemberdayaan ekonomi Islam bekerja pada level operasional unit usaha pesantren.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang diarahkan sebagai studi kasus pada unit usaha Ar-Mart di Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan mengukur hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan memahami secara mendalam proses pemberdayaan ekonomi Islam sebagaimana berlangsung dalam konteks kelembagaan, operasional, sosial, dan religius pesantren. Unit analisis penelitian adalah Ar-Mart sebagai unit usaha pesantren, sedangkan unit observasinya meliputi aktor yang terlibat dalam pengambilan keputusan, pengelolaan operasional, keterlibatan santri, dan penggunaan layanan.

Penelitian dilaksanakan di Pondok Pesantren Ar-Risalah Kota Lubuklinggau pada Juli 2026. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif karena Ar-Mart merupakan unit ritel yang beroperasi di dalam lingkungan pesantren, melayani kebutuhan harian santri dan warga pesantren, serta secara langsung memperlihatkan hubungan antara aktivitas bisnis, pelayanan internal, pembelajaran kewirausahaan, dan penerapan nilai ekonomi Islam. Konteks ini memungkinkan penelitian menilai pemberdayaan tidak hanya dari keberadaan usaha, tetapi dari cara usaha direncanakan, diorganisasi, dijalankan, diawasi, dan dimaknai oleh para pihak.

Informan ditentukan menggunakan purposive sampling berdasarkan tiga kriteria, yaitu memiliki keterlibatan langsung dengan Ar-Mart, memahami proses pengelolaan atau pelayanan usaha, dan mampu memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Empat informan dipilih untuk mewakili perspektif kelembagaan dan pengguna, yaitu Ustadzah Milla sebagai pengasuh/pimpinan pesantren, Andriani sebagai pengelola Ar-Mart, Aisha Rima Sulthana sebagai santri, dan Padhil sebagai konsumen. Komposisi informan tidak dimaksudkan untuk representasi statistik, tetapi untuk memperoleh kedalaman informasi dari posisi yang berbeda dalam satu sistem usaha.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung. Wawancara dilaksanakan pada 10-12 Juli 2026 dengan panduan yang mencakup enam domain utama: tujuan dan perencanaan usaha; pembagian tugas dan kewenangan; pengadaan, stok, harga, pelayanan, dan pencatatan transaksi; mekanisme pengawasan; penerapan nilai halal, kejujuran,

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

amanah, keadilan, transparansi, dan kemaslahatan; serta kendala dan faktor pendukung pengembangan Ar-Mart. Format semi-terstruktur digunakan agar pertanyaan inti tetap konsisten antar-informan, tetapi peneliti tetap dapat melakukan probing ketika ditemukan informasi yang memerlukan penjelasan lebih mendalam.

Observasi dilakukan terhadap kondisi dan alur operasional Ar-Mart, meliputi jenis dan ketersediaan produk, penataan barang, kebersihan, kejelasan harga, pelayanan pembeli, pola pemeriksaan stok, proses transaksi, serta bentuk keterlibatan santri. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa profil pesantren, foto kegiatan, catatan atau dokumen sederhana yang berkaitan dengan unit usaha, serta bukti lain yang dapat digunakan untuk memeriksa konsistensi keterangan informan. Dengan demikian, data tidak hanya bergantung pada pernyataan verbal, tetapi dibandingkan dengan situasi yang diamati dan dokumen yang tersedia.

Analisis data dilakukan secara bertahap sejak proses pengumpulan data. Tahap pertama adalah familiarisasi dan reduksi, yaitu membaca ulang hasil wawancara dan catatan lapangan kemudian menyeleksi informasi yang relevan. Tahap kedua adalah pemberian kode awal berdasarkan tema penelitian, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, nilai ekonomi Islam, kendala, faktor pendukung, dan manfaat pemberdayaan. Tahap ketiga adalah pengelompokan kode menjadi kategori dan tema yang lebih analitis. Tahap keempat adalah membandingkan temuan antar-informan dan antar-teknik pengumpulan data. Tahap kelima adalah interpretasi, yaitu menghubungkan pola temuan dengan teori pemberdayaan ekonomi, manajemen unit usaha pesantren, santripreneur, dan etika bisnis Islam untuk membangun penjelasan yang utuh.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan perspektif pimpinan pesantren, pengelola, santri, dan konsumen, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi. Peneliti juga mempertahankan jejak analitis (audit trail) berupa catatan proses pengumpulan, pengelompokan tema, dan dasar penarikan kesimpulan sehingga hubungan antara data lapangan dan interpretasi dapat ditelusuri. Temuan yang tidak sepenuhnya sejalan antar-informan tidak dihilangkan, tetapi digunakan untuk menunjukkan bagian pengelolaan yang masih memerlukan penguatan.

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada satu unit usaha dan empat informan kunci, sehingga hasilnya bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik ke seluruh pesantren. Namun, kedalaman kasus memberikan nilai transferabilitas bagi unit usaha pesantren dengan karakter serupa. Penelitian juga belum memasukkan data keuangan rinci seperti omzet, margin, kontribusi laba terhadap pendapatan pesantren, atau pengukuran perubahan kompetensi santri. Karena itu, analisis difokuskan pada proses pemberdayaan, tata kelola, implementasi nilai Islam, hambatan, serta modal sosial dan kelembagaan yang menopang keberlanjutan Ar-Mart.

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ar-Mart sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Pesantren

Temuan lapangan menunjukkan bahwa Ar-Mart memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar tempat transaksi. Unit ini hadir untuk memenuhi kebutuhan keluarga besar Ar-Risalah, terutama santri, guru, pengurus, dan karyawan. Fungsi pelayanan tersebut menjadi dasar perencanaan usaha: pengelola mengenali barang yang banyak dibutuhkan, memeriksa persediaan, menentukan prioritas pengadaan, dan menyesuaikan pembelian dengan kemampuan modal. Produk yang diprioritaskan meliputi makanan dan minuman, alat tulis, perlengkapan mandi, perlengkapan ibadah, dan kebutuhan asrama. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi pada unit usaha pesantren perlu dibaca sebagai kombinasi antara fungsi pelayanan, kapasitas organisasi, dan orientasi kewirausahaan. Raza et al. (2025) menunjukkan bahwa dimensi bisnis dan spiritual dalam Islamic entrepreneurship berkontribusi terhadap performa usaha, sedangkan Yusmazida et al. (2025) menegaskan pentingnya proses, struktur, budaya, dan infrastruktur Islami sebagai structural capital yang menopang keberlanjutan UMKM.

Dari perspektif pemberdayaan, fungsi Ar-Mart mencakup empat dimensi. Pertama, fungsi ekonomi melalui dukungan terhadap kemandirian lembaga. Kedua, fungsi sosial melalui pelayanan kebutuhan warga pesantren. Ketiga, fungsi edukatif melalui pengalaman kewirausahaan bagi santri. Keempat, fungsi religius karena kegiatan usaha diarahkan agar sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Temuan ini sejalan dengan Al Ithriyah et al. (2022) dan Najib et al. (2024) yang menunjukkan bahwa minimarket pesantren dapat memperkuat ekonomi kelembagaan sekaligus menjadi ruang pembelajaran kewirausahaan. Secara internasional, Sulaeman et al. (2025) memperlihatkan bahwa etika bisnis Islam berbasis maqasid al-shariah dapat mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi, tanggung jawab moral, dan kesejahteraan sosial. Karena itu, keberadaan Ar-Mart dapat dipahami sebagai instrumen ekonomi sekaligus arena internalisasi nilai syariah dalam praktik bisnis sehari-hari.

Keunggulan Ar-Mart terletak pada kedekatan dengan konsumennya. Santri memiliki kebutuhan rutin dan keterbatasan untuk berbelanja di luar pesantren sehingga terbentuk pasar internal yang relatif jelas. Namun, pasar internal tidak boleh diperlakukan sebagai jaminan otomatis bagi keberlanjutan usaha. Loyalitas tetap bergantung pada ketersediaan barang, harga yang wajar, pelayanan, kebersihan, kerapian, dan kepercayaan. Mohd Yunus et al. (2026) menemukan bahwa knowledge management dan market orientation berpengaruh positif terhadap kinerja halal SMEs. Implikasinya bagi Ar-Mart adalah kebutuhan untuk mengubah pengetahuan informal tentang barang yang laku, pola permintaan santri, dan keluhan konsumen menjadi informasi pengelolaan yang terdokumentasi dan digunakan dalam keputusan pengadaan.

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

Tabel 1. Ringkasan Bentuk Pemberdayaan Ekonomi Islam melalui Ar-Mart

Dimensi	Praktik yang Ditemukan	Nilai/Manfaat	Kebutuhan Penguatan
Perencanaan	Identifikasi kebutuhan, pemeriksaan stok, prioritas pengadaan, seleksi produk.	Kemaslahatan, halal-thayyib, efisiensi penggunaan modal.	Program kerja tertulis, anggaran, daftar pemasok, batas minimum stok.
Pengorganisasian	Yayasan, penanggung jawab, pengelola, dan keterlibatan santri secara terbatas.	Amanah, pembagian tanggung jawab, pembelajaran santri.	Struktur, uraian tugas, jadwal santri, pelatihan.
Pelaksanaan	Pengadaan, penerimaan, penataan, pelayanan, transaksi, pencatatan, pelaporan.	Pelayanan kebutuhan, pengalaman kewirausahaan, kedisiplinan.	SOP, standar layanan, pencatatan sistematis.
Pengawasan	Kontrol barang masuk, stok, transaksi, pembayaran, pelaporan, mutu layanan.	Kejujuran, transparansi, keadilan, perlindungan konsumen.	Audit stok/kas, label harga, evaluasi berkala.

Sumber: Hasil penelitian lapangan, 2026.

Perencanaan Usaha: Berbasis Kebutuhan, tetapi Belum Terdokumentasi

Perencanaan Ar-Mart berangkat dari kebutuhan aktual warga pesantren. Pimpinan pesantren menempatkan pelayanan kebutuhan keluarga besar Ar-Risalah sebagai tujuan utama, sedangkan pengelola menerjemahkannya ke dalam keputusan pengadaan barang. Pengelola memantau produk yang sering dibutuhkan, mengecek barang yang menipis, dan menyesuaikan pembelian dengan modal yang tersedia. Pola tersebut memperlihatkan adanya fungsi perencanaan pada level operasional.

Seleksi produk juga mempertimbangkan kesesuaian dengan lingkungan pesantren. Barang yang masuk tidak hanya dinilai dari sisi permintaan, tetapi juga kehalalan, kelayakan, manfaat, dan kesesuaiannya dengan nilai pendidikan Islam. Orientasi tersebut memperlihatkan hubungan antara keputusan bisnis dan prinsip maslahah. Secara konseptual, praktik ini konsisten dengan prinsip bisnis Islam yang menuntut manfaat, kehalalan, dan tanggung jawab moral dalam kegiatan ekonomi (Qurratulaini, 2024; Kusnan et al., 2022). Sulaeman et al. (2025) menempatkan prinsip maqasid sebagai kerangka untuk menghubungkan etika bisnis dengan

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

perlindungan kepentingan ekonomi dan sosial. Sementara itu, Timur et al. (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi pelaku UMKM terhadap kebijakan halal dipengaruhi oleh kredibilitas dan kompetensi aktor keagamaan. Bagi Ar-Mart, temuan tersebut memperkuat pentingnya prosedur seleksi produk yang jelas, terdokumentasi, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Kelemahan utama terdapat pada dokumentasi perencanaan. Penelitian belum menemukan program kerja tertulis yang lengkap, rencana anggaran pengadaan, daftar pemasok tetap, proyeksi kebutuhan barang, atau sistem batas minimum persediaan. Kondisi ini membuat keputusan masih sangat bergantung pada pengalaman pengelola. Dalam jangka pendek pola tersebut dapat berjalan, tetapi dalam jangka panjang meningkatkan ketergantungan pada pengetahuan personal dan risiko inkonsistensi pengadaan. Yusmazida et al. (2025) menunjukkan bahwa structural capital Islami mencakup proses, prosedur, struktur organisasi, budaya, dan infrastruktur yang menjaga pengetahuan tetap melekat pada organisasi. Karena itu, penguatan perencanaan tertulis di Ar-Mart bukan sekadar administrasi, melainkan upaya membangun memori organisasi dan kesinambungan pengelolaan.

Pengorganisasian: Berjalan Fungsional, tetapi Belum Formal

Secara kelembagaan, Ar-Mart berada di bawah Yayasan Ar-Risalah. Yayasan memiliki penanggung jawab usaha yang memberikan arah dan melakukan kontrol, sedangkan pengelola menjalankan aktivitas sehari-hari. Pembagian ini menunjukkan bahwa Ar-Mart merupakan unit usaha kelembagaan, bukan usaha milik pribadi. Santri juga memperoleh ruang keterlibatan terbatas, misalnya melalui penataan barang, kebersihan, pelayanan, dan kegiatan organisasi yang terkait dengan usaha pesantren.

Keterlibatan santri mengandung dimensi pemberdayaan karena santri memperoleh pengalaman tentang pelayanan, kedisiplinan, kejujuran, kerja sama, dan tanggung jawab. Hal tersebut sejalan dengan temuan Sucipto et al. (2024) dan Purwanto et al. (2025) bahwa pembelajaran kewirausahaan santri lebih kuat ketika dikaitkan dengan pengalaman nyata dan interaksi langsung dalam aktivitas usaha. Panakaje et al. (2025) menemukan bahwa pelatihan etika Islam dapat memperkuat integritas, akuntabilitas, pengambilan keputusan etis, dan performa usaha Muslim. Temuan Al Doghan et al. (2025) juga menunjukkan hubungan positif antara Islamic business ethics, iklim hubungan kerja, strategi kompetitif, dan kinerja. Dengan demikian, keterlibatan santri seharusnya tidak hanya menambah tenaga operasional, tetapi dirancang sebagai proses pembentukan kompetensi dan integritas bisnis.

Meskipun demikian, pengorganisasian belum sepenuhnya formal. Penelitian belum memperoleh struktur organisasi khusus Ar-Mart, uraian tugas tertulis, batas kewenangan yang jelas, jadwal keterlibatan santri, maupun program pelatihan usaha yang terstruktur. Keterbatasan tenaga menyebabkan beberapa fungsi dilakukan oleh orang yang sama. Karena itu, Ar-Mart memerlukan struktur sederhana yang menetapkan tanggung jawab pembelian, stok, kas, pelayanan, pelaporan, dan pengawasan.

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

Pelaksanaan Operasional dan Pembelajaran Santripreneur

Pelaksanaan usaha meliputi pengadaan dan penerimaan barang, pengecekan stok, penataan produk, kebersihan toko, pelayanan pembeli, pencatatan transaksi, serta pelaporan hasil penjualan. Aktivitas ini merupakan ruang utama di mana tujuan kelembagaan dan nilai Islam diterjemahkan menjadi praktik. Dalam kegiatan pelayanan, santri dapat mengamati cara konsumen dilayani, barang ditata, kebutuhan dipenuhi, dan tanggung jawab usaha dijalankan.

Fungsi pembelajaran Ar-Mart belum berbentuk program santripreneur yang sistematis, tetapi pengalaman praktis sudah tersedia. Santri yang membantu diarahkan untuk melayani dengan sopan, menjaga kebersihan dan kerapian, menata barang, dan bersikap jujur dalam transaksi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa unit usaha dapat menjadi experiential learning bagi santri. Najib et al. (2024) dan Nurhasanah et al. (2024) menunjukkan bahwa unit usaha dan program ekonomi pesantren dapat mendorong kemandirian serta pembentukan keterampilan kewirausahaan apabila pelibatan santri disertai pembinaan yang konsisten. Raza et al. (2025) memperkuat argumen bahwa trustworthiness, honesty, truthfulness, dan dimensi spiritual merupakan bagian penting dari Islamic entrepreneurship. Selain itu, Supatminingsih et al. (2025) menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan Muslim berperan dalam menghubungkan inovasi dan teknologi dengan kinerja UMKM. Artinya, pembelajaran santripreneur di Ar-Mart idealnya mencakup etika, motivasi, pencatatan, teknologi sederhana, dan pemecahan masalah usaha.

Agar fungsi pemberdayaan meningkat, keterlibatan santri perlu bergerak dari partisipasi insidental menuju proses pembelajaran terencana. Materi dasar dapat mencakup pelayanan konsumen, etika bisnis Islam, pengelolaan stok, pencatatan sederhana, penataan produk, dan evaluasi penjualan. Dengan demikian, Ar-Mart tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi bagi lembaga, tetapi juga modal kompetensi bagi santri.

Pengawasan dan Implementasi Nilai Ekonomi Islam

Pengawasan dilakukan oleh penanggung jawab usaha dan pengelola. Penanggung jawab mengontrol barang yang akan masuk, sedangkan pengelola memeriksa stok, mencatat transaksi, mengelola pembayaran, dan melaporkan hasil penjualan. Pengawasan tidak hanya berkaitan dengan kas dan barang, tetapi juga mutu pelayanan dan transparansi informasi kepada konsumen.

Praktik kejujuran terlihat dari tuntutan untuk menyampaikan harga dengan benar, tidak mengubah harga secara sembarangan, dan memastikan pembayaran serta uang kembalian tepat. Dari sisi konsumen, masih terdapat kebutuhan untuk memperjelas label harga dan merapikan display agar pembeli lebih mudah mencari produk. Transparansi harga merupakan bentuk perlindungan konsumen dan implementasi nilai keadilan dalam transaksi. Al Doghan et al. (2025) menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang menekankan kepercayaan, kejujuran, dan keadilan berkaitan dengan iklim organisasi dan kinerja. Mansouri et al. (2026) juga menemukan bahwa nilai keadilan (al-'adl), amanah, dan kejujuran (sidq) membentuk

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

perilaku kepemimpinan etis, akuntabilitas, dan keberlanjutan organisasi. Temuan ini memperkuat bahwa label harga, ketepatan transaksi, dan pelaporan bukan sekadar prosedur teknis, tetapi bagian dari institusionalisasi nilai Islam.

Penelitian belum menemukan bukti mengenai jadwal audit stok, audit kas, format laporan baku, atau evaluasi usaha berkala. Pengawasan perlu ditingkatkan melalui pemeriksaan stok rutin, pencocokan persediaan dengan penjualan, pencantuman harga, pengecekan masa kedaluwarsa, dan pelaporan yang dapat ditinjau oleh yayasan. Penguatan akuntabilitas relevan dengan kajian Nurkhin et al. (2024), yang menempatkan akuntabilitas sebagai unsur penting tata kelola pesantren.

Kendala dan Faktor Pendukung Pemberdayaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan Ar-Mart dipengaruhi oleh kombinasi kendala internal dan eksternal. Keterbatasan pemasok memengaruhi harga dan ketersediaan produk; keterbatasan modal membatasi jumlah dan variasi barang; pencatatan yang sederhana membuat pengadaan belum sepenuhnya berbasis data; dan keterbatasan tenaga meningkatkan beban kerja pengelola. Di sisi lain, Ar-Mart memiliki modal sosial dan kelembagaan yang kuat melalui pasar internal, dukungan yayasan, lokasi strategis, dan kepercayaan warga pesantren.

Tabel 2. Kendala, Dampak, dan Arah Penguatan Ar-Mart

Aspek	Temuan Utama	Arah Penguatan
Pemasok	Jumlah pemasok terbatas dan berubah-ubah.	Pemasok alternatif, evaluasi harga, jadwal pengadaan.
Modal dan stok	Modal terbatas; barang cepat habis; variasi belum lengkap.	Prioritas fast-moving items, batas minimum stok, pengadaan bertahap.
Harga	Persaingan dengan ritel modern.	Harga wajar dan transparan, evaluasi berkala, penguatan nilai layanan.
SDM dan administrasi	Tenaga terbatas; pencatatan masih sederhana.	Pembagian tugas, pelatihan, format stok dan transaksi.
Pasar internal	Kebutuhan santri berlangsung setiap hari.	Basis permintaan yang perlu dijaga dengan kualitas layanan.
Dukungan kelembagaan	Yayasan, lokasi, dan kepercayaan warga pesantren.	Modal sosial untuk keberlanjutan dan pengembangan usaha.

Sumber: Hasil penelitian lapangan, 2026.

Keterbatasan pemasok menjadi kendala penting karena memengaruhi kelengkapan produk, harga pembelian, kecepatan pengisian stok, dan konsistensi kualitas. Ar-Mart belum memiliki jaringan distribusi yang sekuat ritel modern. Kondisi ini memperbesar ketergantungan pada pemasok tertentu dan membuat

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

harga grosir tidak selalu konsisten. Afandi et al. (2025) menunjukkan bahwa kemitraan eksternal dapat meningkatkan absorptive capacity, kemampuan inovasi, dan performa wirausaha Muslim. Temuan tersebut relevan bagi Ar-Mart karena penguatan jejaring pemasok tidak hanya berfungsi menjamin ketersediaan barang, tetapi juga membuka akses terhadap informasi harga, produk baru, praktik pengelolaan, dan peluang kolaborasi. Strategi yang relevan adalah mengembangkan lebih dari satu pemasok untuk produk utama, membandingkan harga dan kualitas, serta menyusun jadwal pengadaan berdasarkan pola permintaan.

Keterbatasan modal berhubungan langsung dengan stok dan variasi produk. Pengelola belum dapat menyediakan semua barang dalam jumlah besar sehingga produk tertentu cepat habis. Pencatatan yang belum rapi memperbesar masalah karena keputusan pembelian belum sepenuhnya didasarkan pada data perputaran barang. Ar-Mart dapat memulai perbaikan dengan mengelompokkan barang cepat laku dan lambat laku, menetapkan batas minimum stok, dan menggunakan pencatatan sederhana tetapi konsisten. Supatminingsih et al. (2025) menunjukkan bahwa inovasi dan teknologi dapat memperkuat kinerja UMKM melalui motivasi kewirausahaan Muslim. Dalam konteks Ar-Mart, digitalisasi tidak harus dimulai dari sistem yang kompleks; aplikasi kasir sederhana, rekap stok, dan pencatatan penjualan harian sudah dapat menyediakan informasi untuk pengadaan yang lebih rasional.

Persaingan harga dengan ritel modern juga menjadi tantangan. Namun, Ar-Mart memiliki keunggulan berupa kedekatan lokasi, pemahaman kebutuhan santri, pelayanan berbasis nilai, dan dukungan komunitas. Karena itu, strategi kompetisi tidak harus hanya berbasis harga terendah. Mohd Yunus et al. (2026) menegaskan bahwa orientasi pasar dan pengelolaan pengetahuan berperan positif terhadap kinerja halal SMEs. Hal ini berarti Ar-Mart perlu aktif membaca kebutuhan konsumen, membandingkan harga pemasok, memprioritaskan produk yang paling relevan, dan menggunakan umpan balik santri sebagai dasar keputusan. Harga tetap harus wajar dan transparan, tetapi keunggulan kompetitif juga dapat dibangun melalui kemudahan, kepercayaan, ketersediaan produk yang sesuai, serta pelayanan yang konsisten.

Faktor pendukung terbesar adalah pasar internal pesantren. Santri, guru, pengurus, karyawan, dan warga pesantren memiliki kebutuhan rutin. Pasar internal mengurangi ketidakpastian permintaan sekaligus membentuk modal sosial karena konsumen memiliki kedekatan dengan lembaga. Akan tetapi, kedekatan tersebut harus dipelihara melalui pelayanan yang baik; kepercayaan dapat menurun apabila harga tidak jelas, barang sering kosong, atau penataan tidak rapi. Afandi et al. (2025) menunjukkan bahwa dukungan kelembagaan dan jejaring dapat memperkuat kemampuan bisnis menyerap pengetahuan dan berinovasi, sedangkan Timur et al. (2025) menekankan peran trust dalam keputusan pelaku usaha Muslim. Dengan demikian, modal sosial pesantren perlu diubah menjadi mekanisme umpan balik, kolaborasi, dan akuntabilitas yang nyata.

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

Model Penguatan Ar-Mart sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Islam

Berdasarkan keseluruhan temuan, penguatan Ar-Mart perlu diarahkan pada integrasi lima unsur: perencanaan berbasis kebutuhan dan data stok; pengorganisasian dengan pembagian peran yang jelas; pelaksanaan usaha dengan standar pelayanan dan etika bisnis Islam; pengawasan melalui pencatatan, audit stok/kas, dan evaluasi; serta pembelajaran santripreneur melalui keterlibatan santri yang terstruktur. Integrasi tersebut akan mengubah Ar-Mart dari unit pelayanan sederhana menjadi instrumen pemberdayaan yang menghasilkan manfaat ekonomi, sosial, edukatif, dan religius. Panakaje et al. (2025) menunjukkan pentingnya internalisasi etika, integritas, dan akuntabilitas bagi performa bisnis Muslim, sementara Mansouri et al. (2026) memperlihatkan bagaimana nilai Islam dapat diinstitusionalisasikan dalam kepemimpinan dan keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, keberlanjutan Ar-Mart perlu dibangun melalui sistem, bukan hanya bergantung pada komitmen individu pengelola.

Model penguatan ini menempatkan yayasan sebagai pengarah tata kelola, pengelola sebagai pelaksana bisnis, santri sebagai peserta pembelajaran, dan konsumen sebagai sumber umpan balik. Dalam kerangka ini, nilai Islam bukan sekadar slogan, melainkan standar pengambilan keputusan: produk harus halal dan bermanfaat, harga harus adil, transaksi harus jujur, pengelolaan aset harus amanah, dan manfaat usaha harus mendukung kemaslahatan pesantren.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemberdayaan ekonomi Islam melalui Ar-Mart telah berjalan melalui perencanaan kebutuhan dan pengadaan, pengorganisasian antara yayasan dan pengelola, pelaksanaan kegiatan ritel, serta pengawasan terhadap barang, stok, transaksi, dan pelayanan. Ar-Mart tidak hanya berfungsi sebagai tempat pemenuhan kebutuhan santri, tetapi juga mendukung kemandirian ekonomi pesantren, menyediakan ruang pembelajaran kewirausahaan, dan menjadi sarana penerapan nilai kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, kehalalan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Meskipun demikian, pemberdayaan tersebut belum optimal karena perencanaan dan pembagian tugas belum terdokumentasi secara formal, jaringan pemasok terbatas, stok dan variasi produk belum stabil, modal dan tenaga pengelola terbatas, serta pencatatan usaha masih sederhana.

Pengembangan Ar-Mart sebaiknya diarahkan pada penyusunan program kerja dan anggaran pengadaan, penguatan jaringan pemasok, penerapan sistem stok dan transaksi yang konsisten, penyusunan struktur dan uraian tugas, pencantuman harga secara jelas, audit stok dan kas secara berkala, serta pelatihan keterampilan ritel bagi santri. Dukungan yayasan dan pasar internal pesantren perlu dimanfaatkan untuk membangun unit usaha yang profesional tanpa kehilangan karakter syariah. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan data keuangan seperti omzet, margin, kontribusi terhadap pendapatan pesantren, dan perubahan keterampilan santri sehingga dampak ekonomi Ar-Mart dapat diukur secara lebih komprehensif.

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, M. Y., Yusfiarto, R., Rusydiana, A. S., Mutmainah, L., Febriyanto, A., & Hasanah, I. (2025). NGOs and the development of Islamic entrepreneurship: Enhancing absorptive capacity innovation, and performance through an institutional lens. Journal of Islamic Accounting and Business Research. https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2025-0105

Al Doghan, M. A., Abdelwahed, N. A. A., Ramish, M. S., & Soomro, B. A. (2025). Linking Islamic business ethics to life satisfaction and financial performance: The intervening effects of employee relations climate and competitive strategy in the financial sector. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 1-24. https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2025-0312

Al Ithriyah, H., Kamiliyah, N., & Halimi, I. (2022). Optimalisasi potensi ekonomi pesantren melalui usaha ritel pada Annuqayah Mini Market Guluk-Guluk Sumenep. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(1), 658–665.

Budimansyah, & Hasyimi, D. M. (2024). Pemberdayaan ekonomi berbasis pondok pesantren melalui program santripreneur di pondok pesantren. Edunomika, 8(4), 1–8.

Hamzah, M., Febrianto, A., Yakin, A., Nurbayah, S., & Riyantoro, S. F. (2022). Penguatan ekonomi pesantren melalui digitalisasi unit usaha pesantren. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(1), 1040–1047.

Kusnan, Osman, M. D. H. B., & Khalilurrahman. (2022). Maqashid al shariah in economic development: Theoretical review of Muhammad Umer Chapra's thoughts. Millah: Journal of Religious Studies, 21(2), 583–612. https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art10

Mansouri, A., El Arroufi, S., & Jouad, A. (2026). The influence of Islamic religious values on ethical leadership in family businesses: Exploring the role of family cohesion. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 1-21. https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2025-0652

Mergaliyev, A., Asutay, M., Avdukic, A., & Karbhari, Y. (2021). Higher ethical objective (Maqasid Al-Shari'ah) augmented framework for Islamic banks: Assessing ethical performance and exploring its determinants. Journal of Business Ethics, 170, 797–834. https://doi.org/10.1007/s10551-019-04331-4

Mohd Yunus, M. R., Rosli, N. S., Mahmood, R., & Md Som, H. (2026). Effects of knowledge management, market orientation, technological innovation, and strategic orientation on halal SMEs in Singapore. Journal of Islamic Marketing, 17(6), 2248-2272. https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2024-0385

Najib, M. A., Ghafur, A., & Azizah, L. (2024). Kontribusi mini market pesantren sebagai potensi kemandirian ekonomi dan pembentukan jiwa santripreneur. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, 6(3), 522–528.

Nurhasanah, E., Mubarok, A. Z. S., Az Zahra, Q. S., & Rahmat, B. Z. (2024). Developing sustainable Islamic boarding schools: Analysis of One Pesantren One Product program in fostering self-sufficiency. Penamas, 37(2), 236–248. https://doi.org/10.31330/penamas.v37i2.772

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

Nurkhin, A., Rohman, A., & Prabowo, T. J. W. (2024). Accountability of Pondok Pesantren: A systematic literature review. Cogent Business & Management, 11(1), 2332503. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2332503

Panakaje, N., Zuha, A., Parvin, S. M. R., Sheikh, N., Shaid, M., Irfana, S., & Musla, V. (2025). Exploring the role of Islamic ethical training and business integrity in shaping ethical decision-making and business performance: A mediated-moderated analysis. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 1-33. https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2025-0099

Purwanto, E., Al Fadly H, K., Basit, A., Oktarina, S., & Sahreza, M. (2025). Cultivating santri business skills: Communication strategies at Asshiddiqiyah II Islamic Boarding School. Profetik: Jurnal Komunikasi, 17(1), 88–103. https://doi.org/10.14421/z6m81737

Qurratulaini, I. (2024). Nilai kejujuran dan amanah dalam ekonomi dan bisnis Islam. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 5(1), 80–100.

Rahman, S., Mas'ud, R., & Azkar, M. (2023). Pemberdayaan ekonomi pesantren melalui unit usaha berbasis syari'ah di Pondok Pesantren Nurul Haramain, Narmada Kabupaten Lombok Barat. Jurnal Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan, 11(1), 221–251.

Raza, M., Khalique, M., Khalid, R., Kasuma, J., Ali, W., & Selem, K. M. (2025). Achieving SMEs' excellence: Scale development of Islamic entrepreneurship from business and spiritual perspectives. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 16(1), 86-106. https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2023-0060

Saputra, P. P., Setyawan, R. D., & Kurnia, M. (2023). Analisis efektivitas program One Pesantren One Product (OPOP) dalam mendukung pemberdayaan ekonomi pesantren di Kabupaten Belitung. Society, 11(2), 543–556. https://doi.org/10.33019/society.v11i2.660

Sucipto, S., Fatmasari, R., & Jaya, F. (2024). Profil kewirausahaan OPOP (One Pesantren One Product) dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi santri di Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 8(3), 2184–2194.

Sulaeman, S., Herianingrum, S., Ryandono, M. N. H., Napitupulu, R. M., Hapsari, M. I., Furqani, H., & Bahari, Z. (2025). Islamic business ethics in the framework of higher ethical objective (Maqasid al-Shariah): A comprehensive analysis and future research directions. International Journal of Ethics and Systems, 1-29. https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2024-0398

Suliswanto, M. S. W., Mahyudi, M., & Barom, M. N. (2025). A maqasid-based welfare index in Indonesia: An empirical investigation. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 11(1), 119–146. https://doi.org/10.21098/jimf.v11i1.2098

Supatminingsih, T., Hasan, M., Farhan, M., Yunus, A., Handayani, A. A., & Susanti. (2025). The role of innovation and technology in MSME performance: The importance of Muslim entrepreneurs' motivation in open innovation. Cogent

Vol 8 No 11 (2026) 5322 – 5337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v8i11.13569

Business & Management, 12(1), 2504127. https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2504127

Timur, Y. P., Ratnasari, R. T., Osman, I., & Sari, D. P. (2025). Can the credibility dimensions of Islamic religious leaders (ULAMA) encourage MSMEs to apply for halal certificate? Evidence from Indonesia. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 1-34. https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2025-0240

Widiastuti, T., Ningsih, S., Prasetyo, A., Mawardi, I., Herianingrum, S., Robani, A., Al Mustofa, M. U., & Hady, A. F. (2022). Developing an integrated model of Islamic social finance: Toward an effective governance framework. Heliyon, 8(9), e10383. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10383

Yusmazida, M. Y., Omar, M. K., Yusliza, M. Y., Samad, S., & Abdul Mokmin, K. (2025). Developing an Islamic structural capital model: Perspectives from SMEs. Journal of Islamic Marketing, 16(11), 3413-3455. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2024-0238

Zaki, I., Zusak, M. B. F., Mi'raj, D. A., & Hasib, F. F. (2022). Islamic community-based business cooperation and Sustainable Development Goals: A case of pesantren community in Indonesia. International Journal of Ethics and Systems, 38(4), 621–632. https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2021-0218