

NASKAH ORISINAL

Sinergi Koperasi Pondok Pesantren dalam Membangun Keberlanjutan Ekonomi melalui Kolaborasi Bisnis dan Manajemen Operasional

Yudha Prasetyawan^{1,*} | Mokhammad Suf¹ | Taufik Fajar Nugroho² | Sutikno³ | Herman Pratikno⁴ | Lila Yuwana⁵ | Dwa Desa Warnana⁶ | Ajeng Wardhani Kusumaningrum¹ | Ivana Rahmaningtyas¹ | Sonia Ratnadhita Nurani Naifah¹ | Ingrid Handaningtyas¹ | Gelar Wiscahyo¹ | Riyan Afnanda Putra¹ | Beta Fitri Yani¹ | Debby Dea Nabila¹ | Ailsa Dahayu Rashida¹

¹Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

²Departemen Teknik Sistem Perkapalan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

³Departemen Teknik Mesin, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁴Departemen Teknik Kelautan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁵Departemen Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁶Departemen Teknik Geofisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Yudha Prasetyawan, Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Alamat e-mail: yudhaprasetyawan1@gmail.com

Alamat

Laboratorium Sistem Manufaktur, Departemen Teknik Sistem dan Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Abstrak

Program "One Pesantren One Product" (OPOP) bertujuan meningkatkan kesejahteraan pondok pesantren melalui pengembangan usaha berbasis ekonomi syariah. Masalah dihadapi dalam pelaksanaan program terkait keberlanjutan dan efisiensi yang belum teratasi, terutama dalam hal pemetaan bisnis yang komprehensif serta kurangnya kolaborasi antar pesantren. Pengabdian masyarakat ini hadir sebagai solusi melalui serangkaian pelatihan dan konsultasi yang berfokus pada manajemen bisnis, kolaborasi, serta pemetaan potensi usaha pada koperasi pondok pesantren (kopontren). Kegiatan dimulai dengan identifikasi masalah melalui *Focus Group Discussion* (FGD) untuk merumuskan kompetensi pengelola koperasi pondok pesantren dan survei potensi bisnis. Pelatihan intensif dilakukan untuk meningkatkan kompetensi manajemen dan operasional kopontren, diakhiri dengan sesi *pitching* ide bisnis. Hasil akhir dari pelatihan menunjukkan bahwa 86,17% peserta puas dengan materi yang disampaikan dan 85,8% peserta paham akan materi yang telah disampaikan dapat mencerminkan keberhasilan program ini dalam meningkatkan kapasitas pesantren. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan ekonomi pesantren yang berkelanjutan dan berdaya saing, serta diharapkan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren dan berpotensi diadaptasi di wilayah lain.

Kata Kunci:

Kolaborasi Bisnis, Koperasi Pesantren, Manajemen Operasional, OPOP

1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

OPOP (*One Pesantren One Product*) merupakan sebuah program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat berbasis pondok pesantren melalui pemberdayaan santri, pesantren, dan alumni pondok pesantren. OPOP dibentuk dengan tujuan membentuk jiwa santri dalam berwirausaha sesuai syariat Islam dan mendorong untuk menjadi pengusaha *start-up* berbasis ekonomi syariah. Program OPOP mendorong pesantren untuk menjadi pusat kegiatan ekonomi yang mandiri dengan menghasilkan produk yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga memiliki daya saing di pasar nasional maupun internasional^[1]. Jenis-jenis produk yang dihasilkan oleh OPOP bervariasi, meliputi produk makanan dan minuman, kerajinan tangan, tekstil, hingga produk berbasis pertanian dan perikanan. Hingga saat ini, program OPOP telah melibatkan 550 pondok pesantren di Jawa Timur dan pada tahun 2023-2024 ditargetkan sebanyak 1000 pesantren mengikuti program tersebut.

Program *One Pesantren One Product* (OPOP) telah berhasil menjangkau banyak pesantren, namun tantangan terkait keberlanjutan dan efisiensi tetap menjadi isu utama yang perlu diatasi. Salah satu kendala signifikan adalah kurangnya pemetaan bisnis yang komprehensif untuk mengidentifikasi potensi dan peluang pengembangan usaha di setiap pesantren. Tanpa pemetaan yang jelas, pesantren sering kali memilih usaha yang tidak sesuai dengan sumber daya lokal atau kondisi pasar, sehingga operasional usaha berjalan kurang optimal. Tantangan lain yang kerap dihadapi adalah kesulitan dalam mempertahankan fokus pada satu lini bisnis. Banyak pelaku usaha cenderung beralih ke berbagai jenis produk yang memiliki variasi terbatas. Hal ini menyebabkan fragmentasi fokus strategis dan kurangnya diferensiasi yang signifikan di antara produk-produk yang ditawarkan. Akibatnya, bisnis tersebut mengalami kesulitan dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya tingkat keberlanjutan operasional bisnis dalam jangka panjang. Selain itu, kurangnya kolaborasi antar pesantren dalam aspek bisnis menjadi hambatan besar, di mana kerja sama dalam produksi, distribusi, dan pemasaran belum sepenuhnya terwujud, menyebabkan produk yang dihasilkan kesulitan bersaing di pasar yang lebih luas. Keterbatasan dalam manajemen operasional, dimana sistem pengelolaan yang profesional belum diterapkan, juga mengakibatkan kesulitan dalam manajemen keuangan, produksi, dan rantai pasokan. Di samping itu, evaluasi periodik terhadap perkembangan dan dampak program OPOP masih jarang dilakukan secara sistematis, menyulitkan pemantauan sejauh mana program ini berhasil mencapai kemandirian ekonomi pesantren. Ketiadaan evaluasi yang teratur mengakibatkan masalah operasional atau penurunan kualitas produk tidak terdeteksi sejak dini, menghambat perkembangan usaha. Ditambah dengan tekanan dari persaingan pasar yang ketat dengan produk komersial yang lebih besar dan akses modal yang terbatas untuk ekspansi, keberlanjutan jangka panjang program OPOP terancam tanpa strategi terstruktur dalam pemetaan bisnis, peningkatan kolaborasi, pengelolaan manajemen operasional, dan evaluasi rutin^{[2] [3]}.

Pengabdian masyarakat ini dirancang sebagai solusi inovatif yang bertujuan memperkuat fondasi bisnis di lingkungan pesantren yang tergabung dalam program OPOP. Program ini tidak hanya berperan sebagai pendampingan, tetapi juga menyediakan serangkaian pelatihan dan konsultasi yang dirancang untuk membantu pesantren dalam mengidentifikasi serta mengatasi berbagai permasalahan bisnis yang dihadapi. Dengan adanya program pengabdian masyarakat ini, diharapkan pesantren yang tergabung dalam OPOP dapat meningkatkan kemandirian ekonomi mereka secara signifikan, sehingga mampu berkontribusi lebih besar pada pembangunan ekonomi lokal dan nasional. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model pengembangan bisnis yang dapat diadaptasi oleh pesantren-pesantren lain di masa depan.

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menjadi solusi efektif dalam meningkatkan kompetensi koperasi pondok pesantren melalui sinkronisasi bisnis antara OPOP dengan ahli di bidangnya. Strategi kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Identifikasi masalah yang terdiri dari *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pengelola Kopontren dan PKKPB dan Survei Teknis Potensi Bisnis Kegiatan Pengabdian
2. Pembuatan Kesepakatan Kerja sama Bisnis
3. Pembuatan Materi Pelatihan

4. Pelaksanaan Pelatihan bagi Kopontren
5. *Assesment* Capaian Kompetensi
6. *Focus Group Discussion* (FGD) Evaluasi Kegiatan secara Keseluruhan

1.3 | Target Luaran

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan potensi bisnis dan efisiensi produksi produk OPOP, serta kompetensi pengelola Kopontren melalui pelatihan, guna membangun sinergi dalam pengembangan ekonomi dan SDM, dengan target luaran antara lain: (1) terjalinnnya kesepakatan bisnis antara Kopontren dengan asosiasi UKM dan lembaga pendidikan; (2) terlaksananya pelatihan peningkatan kompetensi SDM; (3) tersedianya alat ukur capaian bisnis bagi Kopontren; (5) pemberian sertifikasi dari PKKPB dan ADIDES kepada pengelola Kopontren yang memenuhi syarat; serta (6) terciptanya berbagai aktivitas pengabdian masyarakat dari kampus-kampus yang berafiliasi dengan ADIDES.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

2.1 | Pemetaan Bisnis

Pemetaan bisnis atau *business process mapping* merupakan suatu metode untuk memahami bagaimana suatu bisnis berjalan, melalui penyusunan peta berisi apa saja yang harus dilakukan, siapa yang bertanggung jawab, dan bagaimana output dari proses yang dihasilkan^[4]. Terdapat beberapa *tools* yang dapat digunakan untuk membantu pemetaan bisnis, seperti *Business Model Canvas* (BMC), *SWOT Analysis* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), *Porter's Five Forces*, *PESTEL Analysis* (*Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal*), *Value Chain Analysis*, dan sebagainya. Fungsi dari adanya pemetaan tersebut adalah untuk mengidentifikasi masalah dalam proses, memahami alur kerja, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, mendukung perubahan dan inovasi, serta mempermudah mengintegrasikan kebutuhan *customer*.

Salah satu kerangka kerja yang paling populer digunakan dalam memetakan model bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC)^[5]. Model tersebut diperkenalkan Alexander Osterwalder, dalam bukunya *Business Model Generation* pada tahun 2005. Terdapat 9 elemen dari *Business Model Canvas*.

1. *Customer Segments* yaitu kelompok pelanggan yang menjadi target pasar dari perusahaan.
2. *Value Propositions* yaitu produk atau layanan yang menghasilkan solusi atas kebutuhan konsumen, sehingga mendorong konsumen memilih perusahaan tersebut.
3. *Channels* yaitu cara perusahaan menjangkau segmen pelanggan untuk memberikan *value proposition*.
4. *Customer Relationships* yaitu hubungan yang ingin dibangun perusahaan dengan pelanggan.
5. *Revenue Streams* yaitu sumber pendapatan yang dihasilkan dari setiap segmen pelanggan.
6. *Key Resources* yaitu aset yang digunakan untuk menjalankan model bisnis, seperti sumber daya manusia, intelektual, finansial, dll.
7. *Key Activities* yaitu kegiatan inti yang harus dilakukan untuk menghasilkan *value proposition* dan menjangkau *customer*.
8. *Key Partnerships* yaitu mitra eksternal, seperti supplier atau mitra strategis, yang membantu perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.
9. *Cost Structure* yaitu semua biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan model bisnis, seperti biaya produksi, pemasaran, dan tenaga kerja^[6].

Penggunaan BMC dalam pemetaan bisnis sering digunakan oleh perintis usaha tahu bisnis dan terbukti efektif dalam merancang strategi bisnis. Hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Yunita dan Wahyu pada "Analisis Penerapan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) Pada Kelompok Paguyuban Amreh Mulyo", BMC membantu UMKM untuk melakukan pemetaan bisnis khususnya pada pengembangan *customer segment*, *channels* untuk mengoptimalkan *value* dan *revenue* produk,

revenue stream untuk transparansi cost dan memetakan *customer relationship* untuk meningkatkan loyalitas *customer*^[7]. Dengan demikian, pendekatan BMC merupakan salah satu *tools* yang tepat digunakan, terutama pada fase perencanaan usaha sebab pemetaan bisnis sesuai dengan komponen inti dalam fase perancangan dan operasional perusahaan.

2.2 | Manajemen Operasional

Manajemen operasional berfokus pada pengelolaan proses produksi dan penyampaian layanan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Manajemen operasional mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian semua aktivitas yang terlibat dalam produksi barang dan jasa^[8]. Manajemen operasional memainkan peran krusial dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi. Tujuan utamanya adalah mengoptimalkan proses produksi dan layanan untuk mencapai *output* maksimal dengan penggunaan sumber daya yang minimal. Peningkatan produktivitas merupakan indikator utama keberhasilan manajemen operasional, yang dapat dicapai melalui penerapan teknologi, pelatihan karyawan, dan penyempurnaan proses kerja. Pengurangan biaya juga menjadi fokus penting dalam manajemen operasional. Melalui penerapan prinsip *lean management* dan analisis biaya-manfaat, organisasi dapat mengidentifikasi dan mengeliminasi pemborosan, sehingga meningkatkan profitabilitas. Selain itu, peningkatan kualitas produk atau layanan tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga memperkuat reputasi dan loyalitas merek. Secara keseluruhan, manajemen operasional yang efektif tidak hanya berkontribusi pada pencapaian tujuan jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang organisasi. Dengan pendekatan sistematis dan terintegrasi, organisasi dapat menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, serta meningkatkan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan^[9]. Fungsi manajemen operasional terdiri dari empat komponen utama yaitu^[10]:

1. Perencanaan: melibatkan penetapan jenis barang atau jasa, pengadaan sumber daya dan penataan *layout* mesin, serta penetapan sasaran dan kebijakan perusahaan. Sasaran dan kebijakan perusahaan juga ditentukan dalam tahap ini untuk memberikan arah dan fokus bagi seluruh kegiatan operasional.
2. Pengorganisasian: mencakup penentuan jumlah dan jenis sumber daya manusia yang dibutuhkan serta struktur organisasi yang mengatur hubungan dan wewenang di antara anggota tim.
3. Analisis: mengumpulkan informasi tentang pelaksanaan kegiatan operasional yang berguna dalam pengambilan keputusan dan perbaikan. Hasil dari analisis digunakan untuk pengambilan keputusan yang berbasis bukti dan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dalam proses.
4. Pengawasan: memastikan bahwa semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Melalui pemeriksaan berkala dan umpan balik yang konstruktif, manajemen dapat mendeteksi deviasi dari rencana awal dan mengambil langkah korektif yang diperlukan.

2.3 | Kolaborasi Bisnis

Seiring meningkatnya kompleksitas perekonomian dan kebutuhan akan pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dibutuhkan adanya kolaborasi antar berbagai kepentingan untuk mewujudkan hal tersebut. Kolaborasi dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama, berbagi tugas dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan bersama dan kesamaan persepsi^[11]. Bentuk kolaborasi dapat berbagai macam, seperti kemitraan strategis, jaringan bisnis, aliansi, atau pengembangan bersama produk baru dan inovasi. Kolaborasi bisnis menjadi aspek yang penting dalam mewujudkan kesuksesan, karena memungkinkan satu sama lain untuk memperoleh sumber daya yang tidak dimiliki sendiri, seperti teknologi, modal, atau keahlian khusus, sehingga hal tersebut dapat mempercepat pengembangan produk baru. Selain itu, kolaborasi bisnis juga membantu meningkatkan inovasi dan mengurangi potensi risiko. Perusahaan dapat memperoleh ide baru dan pendekatan kreatif melalui inovasi yang dihasilkan dari kolaborasi antar stakeholder. Kolaborasi juga memungkinkan perusahaan untuk mengurangi beban melalui pencegahan risiko dan pembagian risiko dengan para mitra^[12].

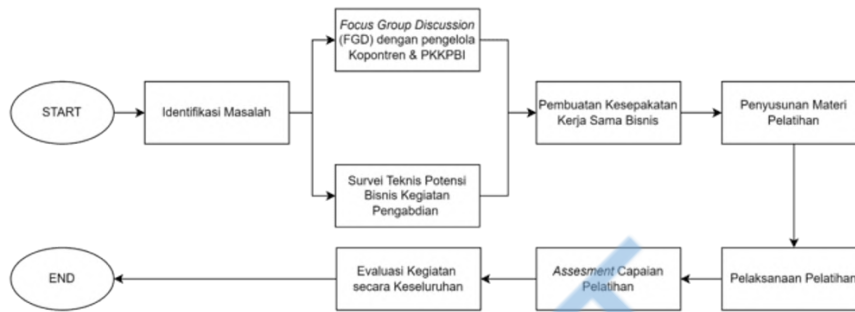
Terdapat lima komponen dalam kolaborasi yang menjadi faktor keberhasilan dalam mencapai hasil optimal.

1. *Collaborative Culture*: Nilai-nilai yang membentuk perilaku dan sikap bisnis dari orang-orang yang terlibat.
2. *Collaborative Leadership*: Kepemimpinan berdasarkan situasi, yang melibatkan semua orang dalam organisasi.
3. *Strategic Vision*: Panduan organisasi yang fokus pada kerja sama internal dan keunggulan di pasar.

4. *Collaborative Team Process*: Tim yang bertanggung jawab atas keberhasilan dan pembelajaran keterampilan mandiri.
5. *Collaborative Structure*: Sistem pendukung bisnis seperti informasi dan sumber daya manusia untuk memastikan kolaborasi yang sukses^[13].

3 | METODE KEGIATAN

Berikut merupakan *flowchart* dari kegiatan pengabdian masyarakat ini:



Gambar 1 *Flowchart* kegiatan pengabdian masyarakat.

3.1 | Identifikasi Masalah

Perumusan identifikasi masalah pada pengabdian masyarakat ini terdiri dari *focus group discussion* dengan pengelola kopontren dan PKKPB, kemudian dilanjutkan dengan survei teknis potensi bisnis kegiatan pengabdian.

3.1.1 | *Focus Group Discussion (FGD)* dengan Pengelola Kopontren dan PKKPB

Tahap awal dalam identifikasi masalah dilakukan melalui *Focus Group Discussion (FGD)* dengan Pengelola koperasi pondok pesantren (kopontren) dan PKKPB. Kegiatan FGD dihadiri oleh perwakilan dari sepuluh kopontren, PKKPB, perwakilan pengurus Koperasi Pegawai (KPRI) ITS, serta tim pelaksana yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Setiap perwakilan kopontren diberi kesempatan untuk menyampaikan pandangannya terkait kondisi koperasi yang dikelola, produk-produk yang dijual, serta hambatan dan tantangan yang dihadapi.

3.1.2 | Survei Teknis Potensi Bisnis Kegiatan Pengabdian

Setelah dilaksanakan FGD untuk mengetahui kondisi terkini masing-masing kopontren, berikutnya dilakukan survei teknis potensi bisnis pada tiga kopontren pilihan yang ditargetkan menjadi tuan rumah dalam pelaksanaan pelatihan. Survei dilakukan dengan mengunjungi kopontren secara langsung untuk mendapatkan informasi detail seputar profil bisnis kopontren, meliputi perizinan produk, alokasi tenaga kerja, ukuran keberhasilan, pemasaran, serta sistem pencatatan keuangan. Proses tersebut bertujuan untuk membantu penyusunan materi pelatihan dan kerja sama bisnis melalui analisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi masing-masing kopontren.

3.2 | Pembuatan Kesepakatan Kerja Sama Bisnis

Penyusunan kesepakatan kerja sama bisnis bertujuan untuk mengidentifikasi potensi bisnis dari Kopontren. Setelah hasil survei dianalisis dan menunjukkan prospek yang baik, berikutnya dilakukan pembuatan kesepakatan kerja sama. Pembuatan kesepakatan kerja sama bisnis ini dilakukan dengan tujuan adanya kerangka kerja yang jelas dan terstruktur dalam pengembangan bisnis kopontren dan kegiatan dapat berjalan efektif.

3.3 | Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan modul yang telah dirancang sebelumnya, mencakup aspek-aspek penting seperti manajemen operasional, pemetaan bisnis, dan kolaborasi bisnis. Perancangan modul ini disesuaikan dengan hasil jaring aspirasi yang diperoleh dari *Focus Group Discussion* (FGD) dan bertujuan membantu peserta meningkatkan pemahaman serta keterampilan yang diperlukan dalam pengembangan bisnis. Modul pelatihan juga dilengkapi dengan standarisasi penilaian untuk memastikan setiap peserta dapat memenuhi standar kompetensi yang ditetapkan. *Assessment* ketercapaian kompetensi dilakukan dalam dua tahap, yaitu *pre-test* dan *post-test*, untuk mengukur pemahaman peserta. Selain itu, penilaian juga dilakukan melalui presentasi ide bisnis guna menilai kemampuan peserta dalam mengembangkan ide yang kreatif dan inovatif.

3.4 | Pelaksanaan Pelatihan bagi Kopontren

Tahapan pelaksanaan pelatihan bagi kopontren dilakukan setelah adanya persetujuan kerja sama dengan pihak mitra kopontren. Pelatihan ini melibatkan tim dosen, mahasiswa, PKKPB, dan Adides. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di lokasi mitra kopontren untuk memfasilitasi interaksi langsung dan mendalam. Selama pelatihan, para peserta akan menerima pemaparan materi yang terstruktur berdasarkan modul pelatihan dengan fokus pada peningkatan kompetensi koperasi. Setelah sesi penyampaian materi, peserta akan diberikan studi kasus yang dirancang untuk menguji dan memperkuat pemahaman terhadap materi. Pelatihan akan diakhiri dengan *pitching* terkait dengan rencana bisnis yang sedang dikembangkan atau bisnis yang sudah berjalan. *Pitching* dilakukan untuk menentukan hasil pelatihan apakah memenuhi rata-rata total poin perolehan yang telah disepakati sebelumnya, yakni minimal 60 poin. Pelaksanaan *pitching* diharapkan dapat memberi umpan balik dan dorongan untuk berkolaborasi.

3.5 | Asesment Capaian Kompetensi

Tahapan ini dilakukan dengan menilai ketercapaian kompetensi yang telah diperoleh oleh peserta pelatihan. Hal ini bertujuan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan selama pelatihan, serta menilai efektivitas modul pelatihan dalam meningkatkan kemampuan. Penilaian dilakukan menggunakan dua tipe, yaitu melalui pengerjaan soal berupa pilihan ganda dan *essay* dari materi pelatihan, meliputi pengembangan teknologi, manajemen bisnis, manajemen produksi, kompetensi koperasi, serta melalui *pitching* atau presentasi ide bisnis yang diajukan. Pada akhir penilaian, dipilih empat orang peserta terbaik untuk berkompetisi dalam puncak acara sebagai bagian dari seleksi peserta yang telah menunjukkan pencapaian tertinggi dalam menguasai materi dan keterampilan bisnis yang telah diajarkan. Kompetisi ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada peserta terbaik dalam mempresentasikan rencana bisnis yang paling inovatif dan berpotensi berhasil.

3.6 | Evaluasi Kegiatan secara Keseluruhan

Tahapan akhir pada pengabdian masyarakat ini berfokus pada evaluasi kegiatan secara keseluruhan. Evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk menilai kelancaran, efektivitas, dan hasil dari pelatihan yang telah dilaksanakan selama pengabdian masyarakat berlangsung. Adanya evaluasi ini juga diharapkan dapat membentuk keberlanjutan program pengabdian masyarakat di masa yang akan datang.

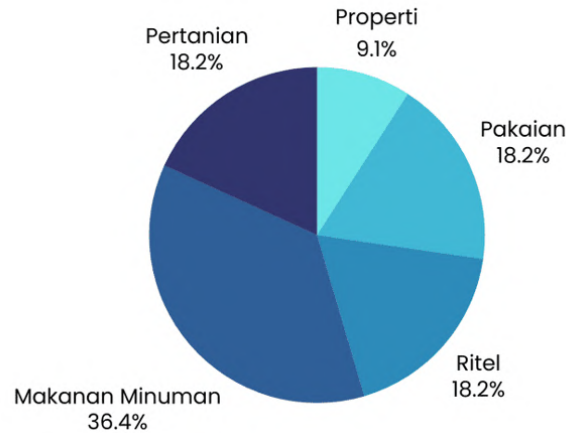
4 | HASIL DAN DISKUSI

4.1 | Identifikasi Masalah

4.1.1 | *Focus Group Discussion* (FGD) dengan Pengelola Kopontren dan PKKPB

Proses identifikasi masalah dilaksanakan dengan dua tahap, yaitu *Focus Group Discussion* (FGD) dan survei potensi bisnis kopontren. FGD dilaksanakan secara langsung di Departemen Teknik Sistem dan Industri ITS serta dihadiri oleh tim pengabdian masyarakat, PKKPB, perwakilan KPRI ITS, Sekretaris OPOP, serta 10 perwakilan kopontren di Jawa Timur yang terdiri dari Pondok Pesantren Al Amin Prenduan Sumenep, Pondok Pesantren Nurul Jadid Probolinggo, Pondok Pesantren Fatchul Ulum Jombang, Pondok Pesantren Pomosda Nganjuk, Pondok Pesantren Al Rifaie 2 Malang, Pondok Pesantren Langitan Tuban, Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, Pondok Pesantren Qomarudin Gresik, Pondok Pesantren Nurul Amanah Bangkalan, dan Pondok Pesantren Al Yasini Pasuruan. Perwakilan kopontren yang hadir merupakan peserta terpilih atas rekomendasi dari Sekretaris OPOP. Setiap perwakilan kopontren memberikan pandangan terkait kondisi koperasi yang dikelola, produk-produk

yang dijual, serta hambatan dan tantangan yang dihadapi. Gambar (2) menunjukkan data dari proporsi produk masing-masing kopontren yang diperoleh melalui hasil FGD.



Gambar 2 Data Proporsi Produk Kopontren.

Tidak hanya produk kopontren, peserta FGD dari masing-masing pondok pesantren juga menyampaikan terkait kendala dan kebutuhan kompetensi yang dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1 Kebutuhan Kompetensi Kopontren

Pondok Pesantren	Kebutuhan Kompetensi
PP Nurul Islam Jember	Pengolahan sumber daya dari hulu ke hilir
PP Al Yasini Pasuruan	Manajemen risiko
PP Pomosda Nganjuk	Manajemen pembiayaan
PP Al-Amin Preduan Sumenep	Manajemen risiko
PP Fatchul Ulum Jombang	Manajemen sumber daya manusia
PP Al Rifaie 2 Malang	Manajemen sumber daya manusia
PP Nurul Amanah Bangkalan	Pengembangan teknologi informasi
PP Langitan Tuban	Manajemen sumber daya manusia
PP Nurul Jadid Probolinggo	Manajemen produksi
PP Qomarudin Gresik	Marketing
	Manajemen sumber daya manusia
	Manajemen produksi
	Pengembangan teknologi informasi
	Manajemen sumber daya manusia
	Perencanaan produksi
	Pengembangan teknologi informasi
	Manajemen sumber daya manusia
	Akuntansi
	Kontrol kualitas
	Akuntansi
	Manajemen sumber daya manusia

Gambar (3) menunjukkan dokumentasi kegiatan *focus group discussion* yang dilaksanakan tanggal 28 Juni 2024 di Departemen Teknik Sistem dan Industri ITS.



Gambar 3 *Focus Group Discussion* dengan Pengelola Kopontren dan PKKPBI.

Setelah disepakati kompetensi dan jenis pelatihan yang akan dilaksanakan, berikutnya dilakukan survei kopontren untuk mengetahui lebih detail terkait proses bisnis masing-masing. Survei dilaksanakan secara langsung di Pondok Pesantren Qomaruddin, Pondok Pesantren Langitan, dan Pondok Pesantren Pomosda. Informasi detail yang diperoleh dari survei meliputi profil bisnis kopontren, perizinan produk, alokasi tenaga kerja, ukuran keberhasilan, pemasaran, serta sistem pencatatan keuangan. Pelaksanaan survei juga bertujuan untuk mendiskusikan terkait rancangan teknis pelatihan pada pondok pesantren yang ditargetkan menjadi tuan rumah pelatihan. Gambar (4) menunjukkan dokumentasi survei yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Langitan Tuban dan Pondok Pesantren Qomaruddin Gresik.



Gambar 4 Survei Pondok Pesantren Langitan dan Qomaruddin.

4.2 | Pembuatan Kesepakatan Kerja Sama Bisnis

Pembuatan kesepakatan kerja sama bisnis dilakukan antara tim pengabdian dengan masing-masing perwakilan kopontren atas persetujuan Sekretaris OPOP. Pembuatan kesepakatan kerja sama bisnis dibuat setelah dilakukan survei teknis yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi bisnis dari masing-masing kopontren. Kesepakatan kerja sama bisnis dibuat untuk menciptakan kerangka kerja yang jelas, terstruktur, dan berkelanjutan dalam pengembangan bisnis kopontren. Hasil akhir dari kegiatan ini adalah terbentuknya kesepakatan kerja sama bisnis dan pemberian pelatihan mengenai manajemen produksi, manajemen bisnis, dan kompetensi koperasi.

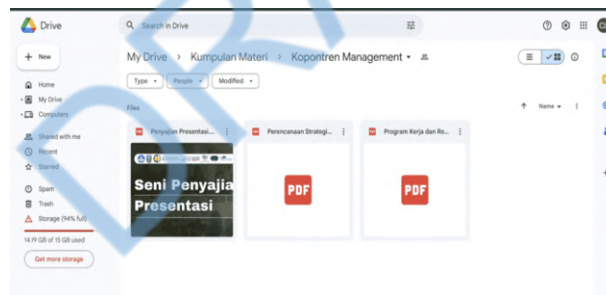
4.3 | Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan hasil FGD, survei potensi bisnis, dan kesepakatan kerja sama bisnis. Materi yang dipaparkan disesuaikan dengan hasil jaring aspirasi peserta FGD, di mana 50% peserta menghendaki keempat komponen materi,



Gambar 5 Persetujuan Kerja Sama Bisnis Bersama Sekretaris OPOP.

yaitu prinsip-prinsip pengelolaan organisasi dan manajemen jasa keuangan, perencanaan strategis, program kerja dan rencana anggaran pendapatan biaya, serta penyajian presentasi yang efektif. Berikutnya, dilakukan standarisasi kriteria penilaian yang terdiri dari empat komponen parameter, yaitu pemaparan (mencakup desain dan kemampuan memaparkan ide secara runtut dan komprehensif) dengan bobot 15%; penalaran dan inovasi (mencakup orisinalitas ide, kreativitas gagasan, dan inovasi) dengan bobot 20%; performa (mencakup koordinasi dalam penjabaran ide, bahasa tubuh, dan kepercayaan diri) dengan bobot 35%; tanya jawab (mencakup kemampuan argumentasi dan mempertahankan ide) dengan bobot 20% dari total poin. Standarisasi penilaian didasarkan pada hasil *assessment* terhadap materi dan studi kasus yang berfokus pada perencanaan strategi dan pengelolaan bisnis baru, serta tantangan pemasaran dengan pemaparan bisnis kepada *customer*. Diharapkan, dengan kriteria penilaian ini, peserta dapat mencapai nilai lebih dari 60 poin total seperti yang telah disepakati dalam FGD.



Gambar 6 Kumpulan Materi Pelatihan.

4.4 | Pelaksanaan Pelatihan bagi Kopontren

Pelatihan bagi kopontren dilaksanakan di dua lokasi mitra, yaitu Pondok Pesantren Qomarudin dan Yayasan Pendidikan Hidayatul Mubtadiin. Teknis pelatihan dirancang dengan pembagian waktu yang terstruktur, mencakup satu jam untuk penjelasan materi, 45 menit untuk pengerjaan studi kasus, sesi mentoring *one-on-one*, serta sesi *pitching* pada hari terakhir. Sesi *pitching* terdiri dari pemaparan selama tujuh menit dan tanya jawab selama lima menit. Materi pelatihan disusun sesuai dengan kebutuhan yang telah disepakati, yaitu manajemen produksi, manajemen bisnis, dan kompetensi koperasi. Materi ini disampaikan oleh tim dosen dan pemateri dari ADIDES dengan empat *outline* utama. Setelah setiap materi disampaikan, peserta diberikan studi kasus yang relevan dengan topik yang dibahas. Studi kasus dirancang semenarik mungkin dengan menambahkan unsur permainan (*games*) agar peserta lebih mudah memahami materi. Salah satu contoh aktivitas adalah penyusunan menara dari sedotan, dimana peserta ditugaskan untuk merancang desain menara, mengalokasikan sumber daya yang ada berdasarkan pembagian kelompok, dan membandingkan hasil rancangan dengan realisasinya.

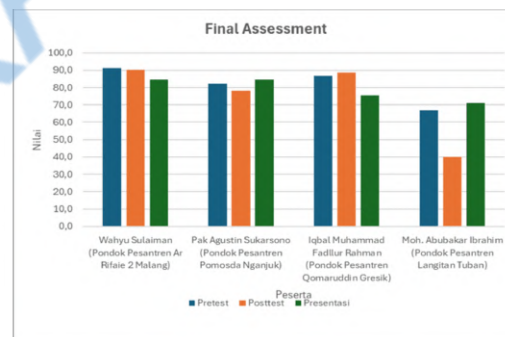
Setelah semua materi disampaikan, diadakan sesi mentoring *one-on-one* yang berfokus pada proses bisnis yang sedang atau akan dikembangkan oleh masing-masing kopontren. Sesi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk mendapatkan umpan balik yang lebih mendalam terkait bisnis masing-masing. Pada akhir pelatihan, peserta melakukan *pitching* terkait rencana bisnis yang sedang dikembangkan atau yang telah berjalan, serta mendapatkan masukan dari dewan juri untuk mengoptimalkan pengembangan bisnis peserta. Hasil akhir pelatihan menunjukkan bahwa 86,175% peserta merasa puas dengan materi yang disampaikan, dan 85,8% peserta menyatakan memahami materi yang telah diberikan. Setelah penilaian, terdapat dua peserta terbaik dari setiap kota yang dipilih berdasarkan nilai tertinggi, sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan saat FGD.



Gambar 7 (a) Pelatihan di Pondok Pesantren Qomaruddin (b) Pelatihan di Yayasan Hidayatul Muhtadiin.

4.5 | *Assesment* Capaian Kompetensi

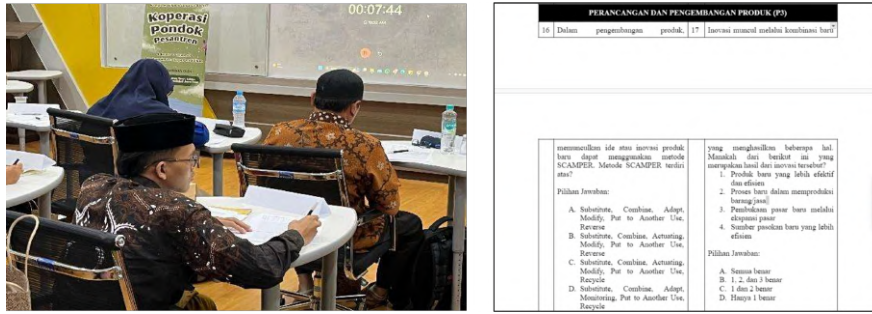
Pondok Pesantren	Pretest	Posttest	Presentasi	Nilai Akhir
Wahyu Sulaiman (Pondok Pesantren Ar Rifaie 2 Malang)	91,3	90,3	84,5	87,67
Pak Agustin Sukarsono (Pondok Pesantren Pomosda Nganjuk)	82,3	78,0	84,6	82,38
Iqbal Muhammad Fadliur Rahman (Pondok Pesantren Qomaruddin Gresik)	86,7	88,7	75,5	81,60
Moh. Abubakar Ibrahim (Pondok Pesantren Langitan Tuban)	66,9	40,0	71,1	62,29



Gambar 8 Hasil Penilaian Final.

Assesment capaian kompetensi dilakukan melalui dua jenis pengujian, yaitu pengerjaan soal dan presentasi. Soal dikerjakan secara individu dalam bentuk pilihan ganda dan esai, dengan cakupan materi meliputi manajemen bisnis, manajemen produksi, dan kompetensi koperasi. Sementara itu, *pitching* atau presentasi dinilai berdasarkan inovasi dan kreativitas ide bisnis, performa penyampaian, serta kemampuan argumentasi dan mempertahankan ide. Setelah kedua *assessment* tersebut dilaksanakan, peserta mempresentasikan ide bisnis di hadapan dewan juri serta mengikuti uji kompetensi terkait keseluruhan materi yang telah diperoleh selama pelatihan. Berikut merupakan hasil final *assessment* dari empat peserta terpilih.

Berdasarkan Gambar (8) terlihat bahwa tiga dari empat peserta memiliki nilai akhir yang berada di atas nilai rata-rata atau dianggap mampu memahami materi lebih baik. Hal ini menandakan bahwa materi telah dapat diserap oleh 75% dari total peserta pelatihan yang tentunya membuktikan bahwa sistem dan modul pelatihan efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta. Selain itu, *feedback* positif dari peserta menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan solusi praktis dan strategis dalam meningkatkan kinerja dan manajemen koperasi.



Gambar 9 (a) Uji Kompetensi melalui Pengerjaan Soal (b) Contoh Soal Uji Kompetensi.

4.6 | Evaluasi Kegiatan secara Keseluruhan

Evaluasi diselenggarakan dengan fokus pada penilaian menyeluruh terhadap pelatihan yang telah dilaksanakan selama program pengabdian masyarakat. Tujuan utama evaluasi adalah untuk menilai berbagai aspek program, seperti kelancaran pelaksanaan, efektivitas metode pelatihan, serta hasil yang telah dicapai oleh peserta. Melalui evaluasi ini, diharapkan dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan program, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pencapaian target serta tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan. Evaluasi ini juga berperan penting dalam merumuskan strategi keberlanjutan program pengabdian masyarakat di masa mendatang, mendorong diskusi terbuka tentang cara-cara untuk memperbaiki dan mengembangkan program, serta memfasilitasi penyusunan rencana tindak lanjut yang lebih tepat sasaran.

Selama pelaksanaan program pengabdian masyarakat, tidak terdapat hambatan yang signifikan, hanya beberapa kendala terkait koordinasi kegiatan, kontribusi, serta pemahaman dari masing-masing peserta. Evaluasi peserta difokuskan pada beberapa aspek utama, yaitu tingkat partisipasi, keterlibatan aktif, serta pemahaman mereka terhadap materi yang telah disampaikan selama pelatihan. Penilaian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah metode pelatihan yang diterapkan berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman peserta secara signifikan. Selain itu, evaluasi juga mempertimbangkan dampak pelatihan terhadap peserta, baik dari segi penguasaan materi, kemampuan teknis, maupun perubahan sikap dan perilaku setelah pelatihan. Evaluasi juga mencakup observasi perubahan yang terjadi pada peserta pasca-pelatihan, seperti perkembangan pengetahuan, peningkatan keterampilan, serta adopsi sikap yang lebih positif dan profesional dalam konteks kepemimpinan koperasi pondok pesantren untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh. Umpan balik dari peserta, baik berupa kritik membangun maupun saran perbaikan, sangat diperhatikan karena memberikan wawasan berharga untuk penyempurnaan kegiatan pengabdian masyarakat di masa depan.

Selain menilai aspek individual peserta, evaluasi juga berfokus pada efektivitas pelatihan secara keseluruhan. Hal ini mencakup analisis apakah materi pelatihan disampaikan dengan metode yang tepat, apakah tujuan pelatihan tercapai, dan sejauh mana pelatihan memberikan manfaat nyata bagi peserta. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk merancang rekomendasi perbaikan, baik dari sisi metode pelatihan, kurikulum, maupun penyampaian materi, guna meningkatkan pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Tujuan akhir dari evaluasi ini adalah memastikan bahwa program pelatihan dan pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan serta relevan bagi kebutuhan peserta dan komunitas yang lebih luas.

5 | KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan peningkatan kompetensi koperasi pondok pesantren (kopontren) terbukti berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan hasil evaluasi dan *feedback* dari peserta, program ini efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengelola kopontren terkait manajemen bisnis, manajemen produksi, dan kompetensi koperasi. Metode pelatihan yang praktis dan interaktif membantu peserta untuk lebih mudah mengidentifikasi permasalahan yang ada di kopontren dan menerapkan solusi yang tepat.

Penyelenggaraan pelatihan di beberapa pondok pesantren mitra juga berdampak positif dalam menciptakan kesepakatan kerja sama bisnis yang lebih luas antara kopontren dengan berbagai asosiasi dan lembaga pendidikan. Program ini menunjukkan

guidance dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing produk kopontren di pasar. Hasil akhir dari pelatihan ini menunjukkan bahwa 86,17% peserta puas dengan materi yang disampaikan dan 85,8% peserta paham akan materi yang telah disampaikan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ekonomi pesantren, dan keberhasilannya dapat diadaptasi serta diterapkan di pesantren lain di masa mendatang.

6 | UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan adanya bantuan sarana dan prasarana dari Pondok Pesantren Qomaruddin dan Yayasan Pendidikan Hidayatul Mubtadiin sebagai tuan rumah pelaksanaan pelatihan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh Tim Dosen dan Mahasiswa Pengabdian Masyarakat yang telah mempersiapkan kegiatan ini dari awal hingga akhir.

Referensi

1. Fauziyah R, Askandar NS, Junaidi J. Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang). *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 2022;3(1).
2. Sugiarto S, Setiawati R. Efektivitas Pelaksanaan Program One Pesantren One Product (Opop) di Jawa Barat. *Koaliansi: Cooperative Journal* 2022;2(1):31–42.
3. Saputra PP, Setyawan RD, Kurnia M, et al. Analysis of the Effectiveness of the One Pesantren One Product (OPOP) Program in Supporting the Economic Empowerment of Islamic Boarding Schools in Belitung Regency. *Society* 2023;11(2):543–556.
4. Keller PJ. *Business Process Mapping: Improving Customer Satisfaction*. Wiley; 2009.
5. Wijayanti N, Hidayat HH. Business Model Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. *Jurnal Agroindustri Halal* 2020;6(2):114–121.
6. Osterwalder A, Pigneur Y, et al. *Business model generation*. Business Model 2010;.
7. Nafi'ah YK, MEILINA R, WIDODO MW. Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Kelompok Paguyuban Amreh Mulyo. PhD thesis, Universitas Nusantara PGRI Kediri; 2022.
8. Heizer J, Reder B, Muson C, *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* JAY. Pearson (TWELFTH ED). Pearson; 2016.
9. Stevenson WJ, *Operations management*. McGraw-Hill; 2014.
10. Rusdiana A, *Manajemen operasi*. Pustaka Setia; 2014.
11. Ramadhani HP, Setiawan I. Pola Kolaborasi Bisnis CV. Promindo Utama. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 2021;7(1):884.
12. Majava J, Isoherranen V, Kess P. Business collaboration concepts and implications for companies. *International Journal of Synergy and Research* 2013;2(1-2).
13. Djumara N. *Negosiasi, Kolaborasi dan Jejaring Kerja*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia 2008;.

Cara mengutip artikel ini: Prasetyawan, Y., Suef, M., Nugroho, T.F., Sutikno, Pratikno, H., Yuwana, L., Warnana, D.D., Kusumaningrum, A.W., Rahmaningtyas, I., Naifah, S.R.N., Handaningtyas, I., Wiscahyo, G., Putra, R.A., Yani, B.F. Nabila, D.D., Rashida, A.D., (2024), Sinergi Koperasi Pondok Pesantren dalam Membangun Keberlanjutan Ekonomi melalui Kolaborasi Bisnis dan Manajemen Operasional, *Sewagati*, 8(6):1–12, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i6.2238>.