


Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat

Rosdianah Ladiva

_Universitas Islam Negeri Mataram

Article Info Article history: Received : 15 November 2022 Publish : 7 Januari 2023	Abstract In this study, the authors focus on discussing the Management Strategy of the Creative Economy-Based Islamic Boarding School Business Unit at the Al-Aziziyah Islamic Boarding School, Kec. Gunungsari, West Lombok Regency, the purpose of this research is to find out the strategy used by the head manager of Kedai Taman Langit in advancing the business unit. The results of the research obtained are: The strategy used by the manager of the Taman Langit shop. First, the branding strategy by using digital platforms such as Instagram with the Instagram name @tamanlangit_lombok, Second, involving the Photographer community in promoting activities/events at the shop, Third, involving Steak holders such as the Tourism Office and the Regional Revenue Agency are strategic partners in advancing this sky garden shop such as obtaining permits and so on. The implication of this research is that Islamic boarding schools out there in an effort to create new creative economic opportunities can adopt what has been done by the head of the Taman Langit shop manager and the team and become a reference for tourism promotion that can generate special tourism in West Lombok Regency, NTB Province in the future.
Info Artikel Article history: Received : 15 November 2022 Publish : 7 Januari 2023	ABSTRAK Dalam penelitian ini, peneliti fokus membahas tentang Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh ketua pengelola Kedai Taman Langit dalam memajukan unit usaha tersebut. Hasil dari penelitian yang diperoleh ialah: Strategi yang digunakan oleh pengelola dari kedai taman langit <i>Pertama</i> , strategi branding dengan menggunakan platform digital seperti Instagram dengan nama instagramnya @tamanlangit_lombok, <i>Kedua</i> pelibatan komunitas Fotografer dalam mempromosikan kegiatan/event yang ada di kedai tersebut, <i>Ketiga</i> Pelibatan Steak holder seperti Dinas Pariwisata dan Badan Pendapatan Daerah adalah mitra strategis dalam memajukan kedai taman langit ini seperti untuk mendapat ijin dan lain sebagainya. Implikasi dari penelitian ini ialah agar Pondok pesantren diluarsana dalam usaha menciptakan peluang ekonomi kreatif baru bisa mengadopsi apa yang sudah dilakukan ketua pengelola kedai taman langit dan tim dan menjadi rujukan bagi promosi wisata yang dapat membangkitkan pariwisata khusus di Kabupaten Lombok Barat Provinsi NTB kedepannya
Corresponding Author: Rosdianah Ladiva Universitas Islam Negeri Mataram Rosdianah_Ladiva2017@gmail.com	<p><i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i></p> 

1. PENDAHULUAN

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah, ekonomi kreatif merupakan

ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan. Terdapat peralihan tujuan arus perekonomian dalam sejarah manusia hal itu dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan bidang teknologi informasi. Peralihan arus gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia.

Munculnya Dampak yang diakibatkan oleh adanya dari fenomena perubahan gelombang ini adalah memunculkan daya kompetitif atau kompetisi/persaingan pasar yang semakin besar kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya. Ekonomi unik serta kreatif dapat menjadi penopang mewujudkan kemandirian bagi ekonomi di Pondok Pesantren itu sendiri, dimana problematika seperti ini sangat perlu dukungan dari segenap stakeholder, pengurus, pendiri Yayasan dari Pesantren untuk melakukan “lompatan” dengan fokus pada penciptaan produk dan jasa yang tunjukkan dengan keahlian, serta hasil kreativitas serta kekayaan intelektual yang bisa dinikmati orang banyak.

Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif menjadi kebutuhan mutlak sebagai usaha memandirikan pesantren pada ranah ekonomi sehingga tidak bergantung pada uluran tangan pemerintah saja. Pondok Pesantren Penting untuk mengembangkan Ekonomi berbasis ekonomi Kreatif, hal tersebut agar menumbuhkan kemandirian dalam podok pesantren tersebut, mengingat pondok pesantren memiliki biaya yang tidak sedikit dalam mengelola pondok pesantren. wabil khusus pondok pesantren yang berada di daerah lombok. Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari menjadi objek penelitian yang menarik untuk dikaji dilihat dari beberapa Aspek, Pertama, Pondok Pesantren Al-Aziziyah adalah salah satu Pondok Pesantren terbesar di Lombok, Kedua Pondok Pesantren Al-Aziziyah adalah Pondok pesantren Yang tergolong tua, Ketiga Pondok Pesantren Al-Aziziyah adalah Pondok pesantren yang memiliki inovasi dalam mengembangkan Usaha Pondok Pesantren. berdasarkan hal tersebut Al-Aziziyah sangat layak untuk dijadikan Objek penelitian.

Dari Observasi Awal penulis menemukan bahwa pengelolaan Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif (kedai Taman Langit) masih kurang efektif dan Efesien. berdasarkan observasi awal ini penulis mengambil Judul Strategi Pengelolaan Unit Usaha Pesantren Berbasis Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kec. Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. Pengkajian pengembangan usaha Pondok Pesantren berbasis ekonomi kreatif dan mengetahui berbagai kendala serta solusinya, menjadi Penting dilakukan karena beberapa hal, Pertama bagi pondok pesantren yang sedang mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif hasil penelitiannya bisa sabagai bahan acuan bagi pondok pesantren untuk melengkapi kekurangan tersebut, Kedua, hasil penelitian ini bisa sebagai rool model bagi pondok pesantren yang belum dan akan berusaha mengembangkan Usaha pesantren berbasis ekonomi kreatif, sehingga menghantarkan pondok pesantren menjadi lembaga yang mandiri dan berkecukupan. Adapun yang menjadi rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penulisan ini secara garis besar dapat dituangkan kedalam beberapa hal diantaranya: 1) Bagaimana Strategi Pengelolaan Ekonomi Kreatif kedai Taman Langit di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?. 2) Bagaimana Peluang dan tantangan Pengelolaan Unit Usaha kedai Taman Langit Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari ?. 3). Bagaimana Dampak Pengelolaan Usaha Pesantren berbasis Ekonomi Kreatif kedai Taman Langit di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari?

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Sosiologis. Menurut Sobagyo penelitian kualitatif merupakan proses penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari objek penelitian dan perilaku yang bisa diamati. Nurul Yakin juga mengatakan bahwa penelitian kualitatif ialah penelitian yang memiliki data berbentuk kata-kata, kalimat, skema, dan gambar.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah subyek penelitian yang berupa manusia, kata-kata, tindakan dan perilaku, dokumen, dan benda-benda lain yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti. Terkait dengan masalah yang peneliti teliti, maka yang dijadikan sumber data adalah: a). Yayasan Pondok Pesantren Al-Aziziyah/Penangggung Jawab (Hj. Fuziyati Mustofa), b). Pengelola Unit Usaha Taman Langit bidang media dan Publikasi (Syarif),

c). Pengelola Unit Usaha Taman Langit bidang pemasaran (Samira).

Teknik pengumpulan data yang baik dan benar pada gilirannya akan bisa menghasilkan data yang sesuai dengan penelitian, atas dasar itu pemilihan teknik dan alat pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian merupakan keniscayaan yang harus diperhatikan. Atas dasar itu dalam penelitian ini penulis memilih dua metode yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan, dua metode tersebut adalah metode *Wawancara*, metode *Observasi*, dan metode *Dokumentasi*.

Selanjutnya data yang terkumpul selama penelitian, perlu dianalisa dan diinterpretasikan dengan teliti, ulet dan dengan kecakapan, sehingga diperoleh kesimpulan yang baik dalam penelitian. Menurut subagyo analisis Data adalah kegiatan memanfaatkan data sehingga diperoleh kebenaran atau ketidakbenaran dari suatu hipotesa. Mengenai analisis data, penulis menggunakan analisis kualitatif dengan Metode Induktif yaitu cara berpikir yang berangkat dari fakta-fakta maupun peristiwa khusus untuk kemudian ditarik kesimpulan yang umum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit Usaha kedai Taman Langit yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek Gunungsari Taman langit adalah merupakan salah satu tempat wisata yang mengusung tema agrowisata dengan pemandangan atau *view* utama adalah Kawasan pantai Sengigi, adapun tempat dan lokasi dari Taman langit berada di jalan Dusun Bunian Desa Bengkaung Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat NTB dengan luas area yang menjadi lahan terhadap pengelolaan dari 421,28 m².

Hj. Fauziyati Musthofa yang beralamat di komplek Pondok Pesantren Al – Aziziah Kapek Desa Gunungsari Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat adalah pemilik dari Kedai Taman langit yang mulai beroperasi tahun 2021 berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat No: 503. A2/139/23/DPM-PTSP-LB/II/2021 tentang Izin mendirikan bangunan dan Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lombok Barat No: 660/136/15/DPM-PTSP-LB/II/2021 tentang izin lingkungan kedai/restaurant Taman Langit, disisi yang berbeda sebagai tanggung jawab moral terhadap disediakan infrastuktur yang memadai ke lokasi kedai taman langit ketua pengelola dari kedai Taman Langit ibu Samira memaparkan setiap tahun kita rutin bayar pajak ke daerah Lombok barat hal itu dibuktikan dengan adanya NPWPD: 2.0000967.0760.10.09 yang dikeluarkan oleh Badan Pendapatan daerah dan ini menjadi komitmen kami bahwa unit usaha Taman Langit betul dirasakan

manfaatnya tidak hanya oleh Pondok Pesantren Al – Aziziah tetapi juga oleh seluruh elemen masyarakat. Berikut ini sejarah berdirinya unit usaha kedai Taman Langit milik Pondok Pesantren Al – Aziziah

a. Fase Printisan

Merintis Unit Usaha Pondok Pesantren dengan konsep Agrowisata sangat membutuhkan kesebaran dan ketekunan tentunya untuk mendapatkan hasil yang maksimal, adanya gempa bumi yang menimpa Lombok tahun 2018 dan pandemic Covid 2019 menjadi cikal bakal lahirnya pemikiran membuat Unit usaha yang dimiliki pondok pesantren untuk menjadikan ponpes Al-aziziah mandiri dalam pembiayaan.

b. Fase Petumbuhan

Tahun 2020 menjadi era baru kebangkitan kedai taman langit sebagai Unit usaha yang dikelola oleh ponpes Al-aziziah Kapek Gunungsari, pada fase ini ditandai dengan pembuatan titik spot-spot swafoto yang menjadi ciri khas (*icon*) dari Unit usaha yang dikelola oleh ponpes Al-aziziah, selain itu lokasinya yang berada 550 meter di atas permukaan laut memberikan kesempatan bagi pengunjung melihat pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam menjadi nilai tambah tersendiri bagi kedai ini untuk menarik simpati untuk setiap tamu yang datang kelokasi ini betah dan ingin berlama-lama menikmati suasana asri yang menjadi ciri khas dari tempat ini.

c. Fase Perkembangan

Event Moto GP Tahun 2022 dan kebangkitan baru pasca pandemic covid 19 menjadi fase penting kedai taman langit sebagai Unit usaha yang dikelola oleh ponpes Al-Aziziah Kapek Gunungsari, Unit usaha yang memiliki 150 tempat duduk dengan kapasitas 500-an orang ini mencapai puncak keemasannya dimana pengelola mengaku omset yang dirait perbulannya bisa menembus angka ratusan juta rupiah dari penjualan setiap hari, Dalam mengelola ekonomi kreatif, tentunya dibutuhkan beberapa strategi untuk mengembangkan usaha yang dikelola. Diantara strategi yang digunakan Pondok Pesantren Al-Aziziyah dalam mengelola unit usaha pondok pesantren adalah :

1. Strategi Branding melalui Sosial Media

a. Sosial Media Terkait pemanfaatan media social sebagai salah satu strategi pengelolaan dan pemasaran unit usaha, Samira selaku pengelola media dan publikasi mengatakan: Kedai Taman Langit yang menyuguhkan pemandangan alam dengan konsep Three Spot Views yang sangat mempesona (Laut, Suasana Hutan dan Kota) dengan dilengkapi spot selfi, kuliner, tempat sholat, aula pertemuan dan sebagainya menjadi jualan utama dari unit usaha milik ponpes Al-Aziziah ini, tingginya pengguna social media menjadi mangsa pasar yang harus diambil peluangnya, setidaknya itu yang menjadi harapan dari ketua pengelola kedai taman langit Ibu Samira, salah satu social media yang paling trend saat ini yaitu instagram, @tamanlangit_lombok yang merupakan akun resmi kedai taman langit sebagai media untuk memasarkan tempat ini ke masyarakat luas.

b. Komunitas Fotografer

Perkembangan fotografi mengalami banyak perubahan fungsi, Awalnya fotografi identik dengan kamera tetapi saat ini fotografi bisa dilakukan dengan menggunakan telepon genggam pintar. Perkumpulan fotografi merupakan tempat bagi para pecinta fotografi

untuk melakukan tukar pendapat, saling berbagi ilmu dan menambah jejaring koneksi dan pertemanan

Terkait hal tersebut, Ibu Samira menjelaskan :

Melibatkan beberapa komunitas seperti komunitas fotografer pada hari weekend yang juga menjadi strategi branding, kami sangat merasakan manfaatnya. Dengan terlibat dalam komunitas ini, banyak sekali jejaring dan relasi yang bisa menyampaikan pesan kepada masyarakat luas bahwa kedai taman langit ini layak untuk dikunjungi. Selain itu, keprofesionalitasan dari cara pengambilan gambar pada titik/spot tidak merubah paradigma generasi muda untuk tergerak mau datang mengunjungi tempat ini dengan mengusung tema “menikmati city light kota mataram” yang beberapa waktu lalu berhasil dilaksanakan oleh komunitas fotografer ini sehingga dapat memperluas promosi tempat ini ke elemen masyarakat.

c. Stake Holder

Melalui pemberian sponsorship, pihak pemangku kepentingan yang menyelenggarakan acara mendapatkan dukungan materil, sedangkan pihak perusahaan pemberi dana bisa mendapat ruang untuk mempromosikan produk dari perusahaan selama kegiatan berlangsung.

Terkait stake holder, Ibu Samira kembali menjelaskan :

Pemerintah melalui Dinas Pariwisata merupakan mitra strategis dalam pengembangan dan pemasaran unit usaha kedai taman langit. Regulasi dan aturan tak ubahnya menjadi lokomotif bagi taman langit untuk bergerak maju menyesuaikan diri dengan visi dan misi pemerintah dalam memajukan daerah ini menjadi lebih baik di bidang pemajuan pariwisatanya, bantuan promosi pada event-event yang dilakukan oleh pemerintah juga setidaknya memberikan dampak positif bagi kami selaku pengelola dan tim unit usaha taman langit.

2. Infrastruktur Taman Langit

Terkait infrastruktur, Ibu Hj. Fauziah selaku penanggung jawab, mengatakan:

Dalam mendapatkan kepuasan pelanggan harus pula didukung oleh prasarana dan infrastruktur yang baik disamping menyiapkan pelayanan yang baik pula, beberapa infrastruktur tersebut diantaranya yang dimiliki oleh kedai Taman Langit Toilet, lahan tempat parkir, bangku dan kursi spot-spot selfi yang menjadi ikonik dari tempat ini.

Sebelum mengelola sebuah usaha, terlebih dahulu Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek mengetahui beberapa hal, yaitu: 1). *Product* (produk)., 2). *Place* (tempat)., 3). *Price* (harga)., 4). *Promotion* (promosi)

Selanjutnya tantangan pengelolaan usaha kedai Taman Langit 1) SDM kreatif berbasis artistik belum memahami konteks kreativitas di era industri kreatif secara menyeluruh, 2) SDM kreatif berbasis non-artistik (sains dan teknologi) terlalu mikroskopis dalam melihat keprofesiannya sehingga kadang terlalu mekanistik dalam berfikir, sehingga kurang inovatif. 3) SDM kreatif berbasis artistik maupun yang non-artistik kekurangan sarana untuk bereksperimen dan berekspresi sehingga hasil karya mereka masih kurang kreatif dan kurang inovatif.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama: Pengelolaan unit usaha Pondok Pesantren Al-Aziziyah berbasis ekonomi kreatif telah terbentuk berupa kedai Taman Langit dengan mengusung konsep ekowisata dengan tema City Light dapat dikatakan cukup bagus dan telah maju. Hal ini didukung dengan strategi dan tata kelola usaha yang baik. Strategi yang digunakan adalah pemberdayaan media sosial, infrastruktur yang baik, melibatkan komunitas fotografer sebagai tim promosi serta mendapatkan dukungan dari para stake holder.

Kedua: Peluang yang kuat dalam memajukan usaha di Kedai Taman Langit adalah dengan menganalisis dan memperhatikan empat hal, yaitu produk, tempat, promosi dan harga. Sedangkan kendala atau tantangan yang dihadapi adalah belum adanya perencanaan yang pasti mengenai pemasaran dimasa yang akan datang, usaha yang sedang dijalankan hanya mengikuti kebutuhan konsumen, belum berani mengambil resiko terkait harga.

Ketiga: Dampak dari pengelolaan usaha berbasis ekonomi kreatif di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek adalah menciptakan lapangan pekerjaan, menambah omset pondok pesantren, mencetak para santri yang mandiri, jujur, disiplin, kreatif dan bertanggung jawab. Yang paling utama adalah unit usaha yang dikelola menambah nilai plus bagi kemajuan dan pengembangan pondok pesantren.

SARAN

Dari hasil penelitian ini yang merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif yang menggunakan identifikasi dan analisis data dalam strategi pengelolaan unit usaha yang maju dan berkembang. Gempa tahun 2018 dan Pandemi Covid 19 setidaknya menjadi penghalang utama untuk usaha berkembang, hal itu tercermin dari merosot dan banyaknya tempat usaha yang tutup yang diakibatkan oleh bencana alam tersebut. Namun hal berbeda terlihat dari strategi yang pengelolaan yang dilakukan Ibu Samira dan Tim taman langit yang layak untuk di contoh. Oleh karena itu, dengan penelitian ini besar harapan saya untuk memberikan manfaat dan sumbangsih untuk memberikan pencerahan terkait strategi dan tata kelola unit usaha di ponpes-ponpes di NTB secara khusus dan Indonesia secara umum, sehingga didapatkan kemandirian perekonomian yang dimiliki oleh Lembaga Pendidikan setingkat Pondok pesantren. Untuk ekonomi kreatif yang ada di Pondok Pesantren Al-Aziziyah Kapek ini, diharapkan terus dapat mengembangkan produksi yang lebih menarik perhatian konsumen dengan membuat kreasi-kreasi baru dengan memanfaatkan peluang yang ada.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara 2015.
- Afiff, *Pilar Pilar Ekonomi Kreatif, Artikel*. Universitas Bina Nusantara: Jakarta
- Asri, K. H. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Menuju Era Digital 5.0. *ALIF*, 1(1), 17-26.
- Assauri, S. 2013. *Strategic Management Sustainable Copetitive Avantages*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Baba, R., Baruwadi, M., & Boekoesoe, Y. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee Di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Agrinesia: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(2), 116-124.
- Basri, M. C. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Budio, S. B. S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 56-72.
- Daryanto, S. S. (1997). Kamus bahasa Indonesia lengkap. *Surabaya: Apollo*, 122, 123.

- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim, 1(2)*, 299-218.
- Elka, Mari Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Cetak Biru Ekonomi Kreatif* (Departemen Perdagangan Republik Indonesia: 2016)
- Elka, Mari Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. (Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Departemen Perdagangan Republik Indonesia 2015)
- Faozan, A. (2006). "Pondok Pesantren dan Pemberdayaan Ekonomi", *Ibda': Jurnal Studi Islam dan Budaya*, Vol 4, No. 1, 2006, 88-102.
- Fedora, S. D., & Hudiyono, R. F. (2019). Analisis Pemangku Kepentingan (Stakeholder) pada Unit Hubungan Masyarakat (Humas) dan Kesekretariatan PT Semen Padang. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan, 2(1)*.
- Hafidhuddin, D. (2003). *Manajemen syariah dalam praktik*. Gema Insani.
- Halim, A. (2005). *Manajemen pesantren*. Pustaka Pesantren.
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan usaha kuliner home industri sebagai peluang kaum perempuan menuju industri kreatif. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3*, 101-116.
- Harmaizar, Z. (2008). *Menangkap peluang usaha*.
- Hj. Nurul Yakin, *Metode Penelitian*, Mataram IAIN, 2009.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rieneka cipta, Cet V, 2006.
- Kamaluddin, U. A. (2009). Etika Manajemen Islam, Bandung: CV. *Pustaka Setia*.
- Manullang, M. (1990). Dasar-Dasar Manajemen, cetakan 14. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Martoyo, S. (1988). Pengetahuan Dasar Manajemen dan Kepemimpinan. *Yogyakarta: BPFE, 72*.
- Maulana, A. S., Anisa, A., & Sari, Y. (2019). Pusat Kegiatan Komunitas Fotografi dengan Pendekatan Simbolik di Jakarta. *PURWARUPA Jurnal Arsitektur, 3(1)*, 15-22.
- Moelyono, M. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*.
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, Prosiding Senadimas Ke-4, Tahun 2019
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, prosiding senadimas ke-4, tahun 2019
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, *Pemberdayaan Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda Di Bidang Ekonomi Kreatif*, prosiding senadimas ke-4, tahun 2019
- Nurmilah, R., Anggraeni, L., & Novianti, T. (2016). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Sukabumi (Creative Economy Development Strategy in Sukabumi). *Jurnal UMMI: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Teknologi, 10(3)*, 98-113.
- Pangestu, M. E. (2008). *Pengembangan ekonomi kreatif indonesia 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI
- Pascasuseno, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Yogyakarta: Bedah Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2009)
- Rahardjo, M. D. (2021). Pergulatan Dunia Pesantren membangun dari bawah.
- Render, B dan Jay, H. 2001. Prinsip-prinsip Manajemen Operasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media , 2016)
- Rohmah, U. (2017). *Analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi pada industri anyaman bambu desa*

- tulungagung kecamatan gadingrejo Kabupaten Pringsewu*) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Saifuddin, F. (1998). Pesantren dan Penguatan Basis Pedesaan” dalam Saifullah Ma’shum. *Dinamika Pesantren (Telaah Kritis Keberadaan Pesantren Saat Ini)*.
- Siswanto, B. T., Sudira, P., & Suyanto, W. (2013). Pengembangan Higher Order Skills Four Cs (HOS4C) Pendukung Industri Kreatif. *Laporan Penelitian*.
- Suharsimi, A. (2010). Prof. Dr. *Prosedur Penelitian*, cet. 14 Rineka Cipta Jakarta
- _____ (1988). *Pengelolaan Kelas dan siswa*. CV Rajawali. Jakarta.
- Sule, E. T. (2009). Kurniawan Saefullah, pengantar manajemen. *Jakarta: Kencana Perdana Media Goup*.
- Suryorini, A., & Sumardjoko, B. (2019). Pemberdayaan Masjid sebagai Fungsi Sosial dan Ekonomi bagi Jamaah Pemegang Saham Unit Usaha Bersama. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, 19(2), 163-178.
- Syafri, S. (1996). Manajemen Kontemporer. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Tisnawati. E.S dan Kurniawa. S. 2019. Pengantar Manajemen. Bandung. Kencana
- Umar, H. 2010. Desain Penelitian Manajemen Strategik. Jakarta: Rajawali Press.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Wardani, S. K. (2012). *Pola Jaringan Komunikasi dalam Komunitas Fotografi (Studi pada Anggota Blitarian Fotografi Club di Blitar)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Zuanita Adriyani, *Membangun Jiwa Enterpreneurship Santri Melalui Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif*, Journal DIMAS – Volume 18, Nomor 1, Mei 2018