

ABSTRAK

MODEL BISNIS LAMAN WEB MERCHANDISE PESANTREN BERBASIS PEMBERDAYAAN SANTRI “SANTRIPRIDE INDONESIA”

Vicki Hanim Roiva
20/465156/PEK/26159

Potensi ekonomi pesantren semakin meningkat seiring pertumbuhan jumlah pesantren di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah pesantren pada triwulan-I 2021 tercatat sebanyak 31.385 dengan jumlah santri sebanyak 18 juta jiwa. Dukungan terhadap pengembangan ekonomi pesantren disampaikan oleh para pengelola pesantren dan pemerintah yang mengharapkan kemandirian ekonomi pesantren. Salah satu sektor yang dapat dikembangkan oleh pesantren adalah industri kreatif dengan memproduksi merchandise pesantren untuk keperluan cinderamata khas pesantren maupun konsumsi pribadi. Namun belum banyak pesantren yang peka terhadap peluang ini karena keterbatasan kemampuan desain, akses produksi, dan distribusi. Selain itu, untuk keberlanjutan kemandirian ekonomi perlu juga memberdayakan para santri melalui pelatihan produksi merchandise. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi untuk memaksimalkan potensi ekonomi pesantren melalui sektor ekonomi kreatif berbasis pemberdayaan santri.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis Santripride Indonesia, sebuah laman web merchandise pesantren berbasis pemberdayaan santri. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, peta empati, kanvas model bisnis perusahaan sosial, dan kelayakan ekonomi. Penelitian ini juga menambahkan strategi pemberdayaan untuk memperjelas proses pemberdayaan Santripride Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan merchandise pesantren yang variatif, menunjukkan nilai khas pesantren, mengandung nilai moral, dan orisinal buatan santri. Calon mitra berharap dengan adanya bisnis ini dapat berdampak pada ekonomi dan non-ekonomi pesantren, serta pribadi para santri. Hasil analisis kelayakan ekonomi menunjukkan proyeksi NPV Santripride Indonesia sebesar Rp535.693.511,- dan IRR sebesar 61% dengan periode pengembalian 1,82 tahun Sehingga dapat disimpulkan bisnis Santripride Indonesia layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Pesantren, Merchandise, Laman Web, Kewirausahaan Sosial, Model Bisnis Perusahaan Sosial

ABSTRACT

The economic potential of *pesantren* more increased along with the growth of *santri* and *pesantren* in Indonesia. Based on the Ministry of Religion data, the number of *pesantren* in quartal I 2021 recorded as much as 31.385 with 18 million *santris*. Support for *pesantren* development delivered by *pesantren* manager and government who expect *pesantren* economic independence. One of the potential sectors that can *pesantren* improve is the creative industry by producing *pesantren* merchandise in purpose for unique souvenir need or is personally used. However; there are few *pesantren* notice this opportunity because of limited capability in designing, production cost, and distribution access. In purpose for sustainable economic independence, training merchandise production, for endeavoring *santri*, is needed. Therefore, synergy is important to maximize *pesantren's* economic potential through the economic creative sector base empowerment of *santri*.

This study aims for designing a business model of Santripride Indonesia, a website for *pesantren* merchandise based on *santri* empowerment. The research design that is used is qualitative. The collecting data uses observation method and interview. Then, the data are analyzed by descriptive analysis, empathy map, social enterprise business model canvas, and economic feasibility. This research also adds an empowerment strategy to emphasize the process of Indonesian Santripride empowerment.

The result of this research shows that customers want variative *pesantren* merchandise that shows the unique value of *pesantren*, contains a moral value, and is origin made by *santri*. Candidate partner hopes this business affects the non-economy and economy of *pesantren* and *santri*. As a partner, *pesantren* will gain 10% financial profit as a result of selling product, and *santri* as the member of training will gain 80% profit for selling their products. The result of economic feasibility shows a projection of NPV Santripride Indonesia is Rp535,693511 and IRR of 61% with a payback period for 1,82 years. It can be concluded that Santripride Indonesia is feasible to run.

Keywords: *Pesantren*, Merchandise, Website, Social Entrepreneurship, Social Enterprise Business Model