



DARMABAKTI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Model Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Produk Emping Tette Koin Premium

Nailah Aka Kusuma^{1,*}, Jamilatul Uyun¹, Sustiyana Sustiyana¹, Imam Wahyudi¹, Ika Oktaviana Dewi¹, Ika Rofikoh¹, Husniyatus Sa'adah¹

¹Universitas Islam Madura

Alamat e-mail: nailahakusuma@gmail.com, jamilatuluyun@uim.ac.id, sustiyana.nurbana@gmail.com, hectorsmaga@gmail.com, ikaoktaviana@uim.ac.id

Informasi Artikel

Kata Kunci :

Pemberdayaan
Ekonomi Pesantren
Model One Product
One Pesantren (OPOP)
Emping Tette Koin
Premium
Potensi Lokal Madura
Pondok Pesantren Nur
Ismail

Keyword :

Islamic Boarding
School Economic
Empowerment
One Product One
Islamic Boarding
School (OPOP) Model
Premium Coin Emping
Tette
Local Potential of
Madura
Nur Ismail Islamic
Boarding School

Abstrak

Pondok Pesantren Nur Ismail Blumbungan Pamekasan menghadapi kendala dalam kemandirian ekonomi karena belum memiliki produk unggulan yang bernilai jual tinggi. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memberdayakan ekonomi pesantren melalui pengembangan produk Emping Tette Koin Premium berbasis model One Product One Pesantren (OPOP). Metode yang digunakan meliputi pelatihan intensif keterampilan produksi, manajemen mutu, pengemasan, manajemen dokumen, serta pemasaran digital. Hasil menunjukkan mayoritas peserta menguasai keterampilan produksi sesuai SOP dengan capaian di atas 85%, kualitas produk baik dengan rekomendasi perbaikan warna dan ketebalan, kemampuan pengemasan tinggi (88,9–96%), manajemen dokumen terpenuhi oleh 72% peserta, serta pengetahuan pemasaran meningkat >30% pada sebagian besar peserta. Tingkat kepuasan peserta juga tinggi dengan skor 4,45–4,63 dari skala 5. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas teknis, pengetahuan, dan keterampilan wirausaha, sekaligus memperkuat branding pesantren melalui produk emping premium yang layak direplikasi di pesantren lain

Abstract

Nur Ismail Blumbungan Pamekasan Islamic Boarding School faces obstacles in economic independence because it does not yet have a superior product with high sales value. This community service program aims to empower the Islamic boarding school economy through the development of Emping Tette Koin Premium products based on the One Product One Islamic Boarding School (OPOP) model. The methods used include intensive training in production skills, quality management, packaging, document management, and digital marketing. The results show that the majority of participants mastered production skills according to SOPs with an achievement above 85%, good product quality with recommendations for color and thickness improvements, high packaging capabilities (88.9–96%), document management was met by 72% of participants, and marketing knowledge increased by >30% in most participants. The level of participant satisfaction was also high with a score of 4.45–4.63 on a scale of 5. Overall, this program succeeded in increasing technical capacity, knowledge, and entrepreneurial skills, while strengthening the Islamic boarding school's branding through premium emping products worthy of replication in other Islamic boarding schools.

1. Pendahuluan

Pondok Pesantren Nur Ismail Blumbungan Pamekasan merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam tradisional yang memiliki peran penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan membentuk karakter generasi muda di Kabupaten Pamekasan, Madura (Hoiriyah et al., 2024; Soffan, 2025). Pesantren ini, seperti banyak pesantren lainnya, tidak hanya berfungsi sebagai pusat pembelajaran agama, tetapi juga sebagai pusat pengembangan masyarakat di sekitarnya (Riyadi & Akhmadi, 2022). Berada di kawasan yang memiliki potensi pertanian, khususnya tanaman singkong yang menjadi bahan baku emping, Pesantren Nur Ismail memiliki akses ke sumber daya alam yang melimpah dan lingkungan sosial yang mendukung nilai-nilai gotong royong (Fitriyah & Nawawi, 2021). Namun, potensi ekonomi yang dimiliki lingkungan pesantren ini belum sepenuhnya tergarap secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan internal pesantren dan masyarakat sekitar (Maya Silvana & Lubis, 2021).

Meskipun memiliki potensi sumber daya manusia yang besar berupa santri dan sumber daya alam yang melimpah, khususnya singkong, Pondok Pesantren Nur Ismail Blumbungan menghadapi tantangan dalam hal kemandirian dan keberlanjutan ekonomi (Misbah, 2024; Ridwan et al., 2024; Sapriadi et al., 2024). Keterbatasan dana operasional seringkali menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas pesantren (Kusuma et al., 2020; Malia et al., 2020). Selain itu, belum adanya program pemberdayaan ekonomi yang terstruktur dan berkelanjutan menyebabkan potensi santri dan masyarakat sekitar dalam kewirausahaan belum tergalai secara maksimal (Malia et al., 2020). Pesantren juga belum memiliki produk unggulan yang memiliki nilai jual tinggi dan identitas kuat yang bisa menjadi sumber pendapatan tetap, sehingga masih

sangat bergantung pada sumbangan dan iuran yang belum tentu mencukupi kebutuhan yang terus berkembang (Soffan, 2025).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan solusi yang inovatif dan berbasis potensi local (Kusuma et al., 2024). Salah satu solusi yang ditawarkan adalah mengembangkan produk unggulan berbasis bahan baku singkong yang mudah ditemui di sekitar pesantren, yaitu Emping Tette Koin Premium. Program "One Product One Pesantren" diusulkan sebagai model pemberdayaan ekonomi yang memfokuskan Pesantren Nur Ismail pada satu produk berkualitas tinggi dan bernilai jual (Rahman et al., 2023; Ridwan et al., 2024). Program ini tidak hanya sekedar memproduksi emping biasa, tetapi menciptakan varian premium "Tette Koin" yang memiliki karakteristik khusus (misalnya: ukuran seragam, kerenyahan tinggi, rasa khas, kemasan menarik) melalui penerapan standar produksi yang baik, pengemasan yang profesional, dan pemasaran yang strategis. Solusi ini dirancang untuk melibatkan santri dan masyarakat sekitar dalam keseluruhan rantai nilai, mulai dari pengolahan bahan baku, produksi, pengemasan, hingga pemasaran (Dewi, Pusparini, et al., 2024; Dewi, Sustiyana, et al., 2024b, 2024a; Uyun et al., 2025).

Pentingnya pengabdian masyarakat melalui program "One Product One Pesantren: Model Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Produk Emping Tette Koin Premium" ini dilakukan karena memiliki tujuan strategis multidimensi. Pertama, program ini bertujuan untuk menciptakan sumber pendapatan baru yang berkelanjutan bagi Pesantren Nur Ismail (Febrianty, 2024; Mawftiq & Gustanto, 2023), meningkatkan kemandirian finansialnya dalam mendukung aktivitas pendidikan dan pengembangan pesantren (Abidin, 2022; Farisi et al., 2024; Ridwan et al., 2024). Kedua, program ini bertujuan memberdayakan santri

dan masyarakat sekitar dengan keterampilan kewirausahaan (Kusuma et al., 2024), pengolahan pangan (Uyun et al., 2025), manajemen usaha (Dewi, Sustiyana, et al., 2024a), dan pemasaran digital (Dewi, Pusparini, et al., 2024; Dewi & Pusparini, 2021), meningkatkan kapasitas dan peluang ekonomi mereka (Malia & Dewi, 2022).

Ketiga, program ini bertujuan untuk mempromosikan potensi lokal Pamekasan (singkong) menjadi produk bernilai tambah tinggi yang memiliki identitas dan branding kuat berbasis pesantren, sekaligus melestarikan kuliner khas daerah (Dewi, Pusparini, et al., 2024; Resika & Gusriani, 2025). Keempat, tujuan pengabdian ini adalah untuk memperkuat kolaborasi antara pesantren, akademisi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha dalam membangun ekosistem ekonomi pesantren yang berdaya saing. Dengan demikian, model ini diharapkan tidak hanya menyelesaikan masalah ekonomi jangka pendek, tetapi juga membangun pondasi ekonomi pesantren yang mandiri, berkelanjutan, dan menjadi contoh bagi pesantren lain.

2. Metode Pengabdian

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan **participatory action research (PAR)** dengan fokus memanfaatkan potensi lokal (singkong, SDM santri) sebagai modal utama (Dewi et al., 2025). Metode pelaksanaan dirancang secara komprehensif untuk memecahkan masalah sekaligus mengukur efektivitas dan keberlanjutan, berlandaskan teori yang kuat. Proses dimulai dengan **Pengkajian Partisipatif dan Perencanaan**, meliputi sosialisasi dalam bentuk Focus Group Discussion (FGD) dengan pengurus, ustadz, santri yang berjumlah 40 orang untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan, pemetaan aset menyeluruh (fisik,

alam, SDM, sosial, finansial), serta analisis rantai nilai (*value chain analysis*) berbasis teori Porter untuk identifikasi titik kritis perbaikan alur produksi hingga pemasaran emping yang ada.



Gambar 1. Alur Pengabdian

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 09 Agustus 2025 di Pondok Pesantren Nur Ismail Blumbungan Pamekasan.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

Pelaksanaan program pengabdian ini diawali dengan tahap persiapan terhadap mitra, yakni 1 mitra Pondok Pesantren Nur Ismail Blumbungan Pamekasan. Pada tahap ini dilakukan koordinasi intensif dengan pengelola pesantren untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan, manfaat, dan mekanisme program *One Product One Pesantren (OPOP)*. Sosialisasi dilakukan kepada pengelola, ustadz/ustadzah, dan santri untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang konsep pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal. Adapun jumlah peserta yang terlibat terdiri atas 10 orang pengelola pesantren dan 30 orang santri. Selanjutnya dilakukan identifikasi potensi dan kebutuhan melalui diskusi kelompok terarah (*focus group discussion/FGD*)

untuk memetakan sumber daya manusia, bahan baku, kapasitas produksi, dan peluang pasar.

Tahap berikutnya adalah persiapan sarana, prasarana, serta alat dan bahan produksi. Sarana dan prasarana yang dipersiapkan mencakup pengadaan alat produksi seperti alat pemipih emping, kompor industri, wajan *stainless*, timbangan digital, dan tabung gas LPG; peralatan pengemasan berupa *sealer* otomatis, kemasan *food grade*, label cetak, dan *ziplock* premium; serta fasilitas pelatihan yang meliputi ruang pelatihan, proyektor, modul, dan perlengkapan tulis. Selain itu, perangkat pendukung pemasaran juga disiapkan melalui pengelolaan akun media sosial resmi, penyediaan foto produk profesional, dan pembukaan akun *marketplace* sebagai media pemasaran digital.

Proses produksi dilakukan melalui serangkaian tahapan, dimulai dari pengupasan dan pemotongan singkong, pengukusan selama kurang lebih satu jam, dan pendinginan. Setelah dingin, singkong dipotong berbentuk persegi panjang untuk memudahkan proses penggeprekan (*ditette*), kemudian dijemur sekitar tiga jam hingga setengah kering. Selanjutnya, emping digoreng dengan teknik pengaturan api, yaitu api besar pada tahap awal dan api kecil setelah minyak panas, sehingga menghasilkan tekstur yang renyah dan gurih. Produk yang telah matang kemudian dibubuhi varian rasa sesuai selera, dan langkah terakhir adalah pengemasan menggunakan kemasan premium ukuran 13 × 20 cm yang dilengkapi label produk.

Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah pelatihan dan diversifikasi produk berbahan dasar singkong menjadi Emping Tette Koin Premium. Kegiatan ini mencakup peningkatan kapasitas peserta dalam pengolahan emping berkualitas tinggi, manajemen mutu, penyusunan SOP produksi,

serta manajemen usaha dasar. Tahap kedua adalah pendampingan produksi dan pengemasan, yang fokus pada penerapan SOP dan pengawasan mutu produk. Tahap ketiga adalah strategi pemasaran, meliputi pelatihan pemasaran digital dan penyusunan strategi pemasaran konvensional untuk pasar lokal. Tahap keempat adalah evaluasi dan keberlanjutan, yang bertujuan menilai capaian peningkatan kapasitas peserta serta menyusun rencana keberlanjutan usaha berbasis pesantren dengan analisis ketercapaian mencapai 70% maka program ini dikatakan berhasil (Dewi, et al., 2024b).

Adapun metode evaluasi program One Product One Pesantren dengan produk unggulan Emping Tette Koin Premium dilakukan dengan mengukur enam indikator utama. Pertama, keterampilan produksi dinilai melalui lembar observasi keterampilan dan checklist SOP. Pengukuran dilakukan dengan menghitung jumlah langkah SOP yang dikuasai dibandingkan total langkah SOP, menggunakan rumus $(\text{Langkah SOP yang benar} \div \text{Total langkah SOP}) \times 100\%$. Keberhasilan tercapai apabila minimal 85% langkah SOP dapat dilakukan dengan benar oleh peserta (Sofiana et al., 2025).

Kedua, kualitas produk diukur menggunakan uji mutu yang menilai aspek warna, ketebalan, rasa, dan kebersihan. Panelis memberikan skor 1-5 pada tiap aspek, lalu dihitung persentasenya dengan rumus $(\text{Total skor} \div \text{Skor maksimum}) \times 100\%$. Target keberhasilan adalah minimal 80% dari skor mutu maksimum (Sada Harahap et al., 2023).

Ketiga, kemampuan pengemasan dinilai melalui observasi visual dan checklist standar kemasan. Parameter yang diukur adalah persentase kemasan yang sesuai dengan standar desain dan label, dengan rumus $(\text{Jumlah kemasan sesuai standar} \div \text{Total kemasan}) \times$

100%. Keberhasilan dicapai apabila 90% kemasan memenuhi standar (Rahayu et al., 2019).

Keempat, penerapan manajemen usaha dasar—seperti pencatatan keuangan sederhana, stok, dan penjadwalan produksi—diukur melalui kuesioner. Parameter yang digunakan adalah persentase kelengkapan dokumen usaha, dihitung dengan rumus $(\text{Dokumen lengkap} \div \text{Total dokumen wajib}) \times 100\%$. Target keberhasilan adalah minimal 80% kelengkapan dokumen (Dia et al., 2025).

Kelima, peningkatan pengetahuan pemasaran diukur melalui pre-test dan post-test pelatihan. Selisih skor dihitung menggunakan rumus $((\text{Nilai post-test} - \text{Nilai pre-test}) \div \text{Nilai pre-test}) \times 100\%$, dengan kriteria keberhasilan berupa peningkatan minimal 30% dari skor awal (Dewi, Sustiyana, et al., 2024a).

Keenam, kepuasan peserta dinilai menggunakan kuesioner skala Likert (1-5) untuk seluruh aspek pelatihan. Rata-rata skor kepuasan dihitung dengan rumus $(\text{Total skor} \div \text{Jumlah responden})$, dan program dinyatakan berhasil apabila skor rata-rata mencapai minimal 4,0 (Dewi et al., 2025). Dengan metode ini, diharapkan program dapat berjalan efektif, terukur, dan berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren.

2.3. Pengambilan Sampel

Sampel dalam kegiatan pengabdian ini ditentukan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria keterlibatan langsung dalam rantai nilai Emping Tette Koin Premium (Wahyudi et al., 2022). Sampel tersebut meliputi seluruh peserta pelatihan, yaitu 40 orang yang terdiri atas 30 santri dan 10 ustadz/ustadzah pengelola, yang digunakan sebagai responden untuk evaluasi peningkatan kapasitas. Pemilihan metode ini didasarkan

pada pertimbangan bahwa responden yang terlibat langsung dalam proses produksi, pengelolaan, dan pemasaran produk memiliki pengetahuan serta pengalaman relevan, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan mendalam mengenai dampak program. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu merefleksikan perubahan keterampilan, pengetahuan, dan sikap peserta secara lebih tepat (Dewi et al., 2025; Dewi, Iswahyudi, et al., 2024; Dewi, Sustiyana, et al., 2024b).

3. Hasil dan Pembahasan

Pondok Pesantren Nur Ismail yang berlokasi di Dusun Tambak, Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Pamekasan, berada di wilayah yang dikenal sebagai penghasil singkong. Hampir seluruh lahan milik pesantren ditanami pohon singkong, mengingat tanaman ini relatif mudah dibudidayakan dan tidak membutuhkan perawatan yang rumit (Salim, 2024). Namun demikian, melimpahnya hasil panen singkong justru menurunkan nilai ekonominya karena selama ini pesantren hanya menjual singkong secara langsung tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut (Maghfiroh & Nuswardhani, 2019).

Selain itu, pesantren juga menghadapi permasalahan kemandirian finansial. Seluruh kebutuhan operasional masih sepenuhnya ditanggung oleh pengasuh pondok pesantren, sehingga diperlukan upaya pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan. Untuk menjawab permasalahan tersebut, metode Participatory Action Research (PAR) dipandang tepat untuk diterapkan dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di pesantren ini (Dewi, Pusparini, et al., 2024).

Langkah awal yang dilakukan adalah mengadakan koordinasi yang dikemas dalam bentuk Focus Group Discussion (FGD) mengenai diversifikasi olahan singkong

menjadi Emping Tette Koin Premium, sekaligus memperkenalkan program One Product One Pesantren (OPOP). Sosialisasi ini ditujukan kepada pengasuh dan pengurus pesantren guna memperoleh dukungan penuh dari mitra, yakni Pondok Pesantren Nur Ismail.



Gambar 2. FGD dengan Mitra

Setelah pelaksanaan FGD bersama mitra, langkah selanjutnya adalah melakukan berbagai persiapan guna mensukseskan kegiatan PkM. Persiapan tersebut meliputi penyusunan materi tentang OPOP, kewirausahaan, digital marketing, pelatihan diversifikasi produk, branding produk, serta fasilitasi pendaftaran

Table 1. pretest dari materi kewirausahaan, OPOP, diversifikasi produk, branding produk dan digital marketing

No	Pertanyaan	% Benar	Jml Benar (N=40)
1	Apakah kewirausahaan hanya bertujuan untuk mencari keuntungan semata tanpa mempertimbangkan manfaat sosial?	45	18
2	Apakah seorang wirausaha harus memiliki kemampuan inovatif dan berani mengambil risiko?	40	16
3	Apakah program OPOP bertujuan menjadikan pesantren mandiri secara ekonomi melalui produk unggulan berbasis potensi lokal?	35	14
4	Apakah OPOP hanya berfokus pada produksi barang tanpa memperhatikan aspek pemasaran?	30%	12
5	Apakah diversifikasi produk berarti mengembangkan variasi olahan dari bahan baku yang sama agar lebih bernilai jual?	43%	17
6	Apakah diversifikasi produk tidak diperlukan jika satu jenis produk sudah memiliki pasar?	28%	11
7	Apakah branding produk hanya sebatas membuat logo dan nama produk?	33%	13
8	Apakah branding yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk pesantren?	35%	14

NIB dan sertifikasi halal. Setelah seluruh persiapan dinyatakan siap, kegiatan PkM dilaksanakan pada tanggal 9 Agustus 2025 di Aula Pondok Pesantren Nur Ismail, Blumbungan, Pamekasan.

Kegiatan diawali dengan sesi pembukaan, di mana tim PkM memperkenalkan diri kepada para peserta. Perkenalan ini bertujuan untuk membangun kedekatan sekaligus membangkitkan semangat dan antusiasme peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang telah disiapkan.

3.1. Sosialisasi

Sebelum memasuki sesi materi, tim PkM memberikan pretest kepada peserta untuk mengukur tingkat pemahaman awal mereka terkait topik yang akan disampaikan, meliputi kewirausahaan, OPOP, diversifikasi produk, branding produk, dan digital marketing. Hasil pretest tersebut disajikan pada Tabel 1.

9	Apakah digital marketing dapat membantu produk pesantren menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial dan marketplace?	40%	16
10	Apakah digital marketing hanya bisa dilakukan oleh perusahaan besar, sehingga pesantren tidak perlu menerapkannya?	43%	17
Rata-rata		37%	

Berdasarkan hasil pre-test, diketahui bahwa rata-rata pemahaman peserta secara keseluruhan masih berada pada angka 37%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan perlu dilaksanakan lebih lanjut agar dapat mencapai indikator keberhasilan, yaitu minimal 70% peserta mampu memahami materi kewirausahaan, OPOP, diversifikasi produk, branding produk, dan digital marketing.

Materi kewirausahaan dan OPOP disampaikan oleh Ibu Nailah Aka Kusuma, M.Pd.I (Gambar 3), materi diversifikasi produk disampaikan oleh Ibu Sustiyana, M.P. (Gambar 4), sedangkan materi branding produk dan digital marketing disampaikan oleh Ibu Jamilatul Uyun, M.Ak (Gambar 5). Seluruh materi disampaikan menggunakan metode ceramah yang didukung dengan media PowerPoint sebagai alat bantu visual untuk memperjelas pemaparan kepada peserta.



Gambar 4. Penyampaian Materi oleh Ibu Sustiyana



Gambar 5. Penyampaian Materi oleh ibu Jamilatul Uyun



Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Ibu Nailah Aka Kusuma

Selama penyampaian materi, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi serta keinginan besar untuk belajar lebih lanjut. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan, sebagaimana tampak pada Gambar 6. Menurut (Dewi, Iswahyudi, et al., 2024), proses transfer ilmu dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan baik secara individu maupun kelompok. Sementara itu, (Ma'arif et al., 2023; Maghfiroh & Nuswardhani, 2019) menambahkan bahwa diversifikasi produk mampu meningkatkan nilai ekonomis

suatu produk, yang pada akhirnya berdampak pada kemandirian finansial organisasi.



Gambar 6. Antusiasme Peserta

3.2. Pelatihan

Setelah sesi penyampaian materi, pelatihan berlanjut pada praktik pembuatan Emping Tette Koin Premium yang dipandu langsung oleh tim PKM. Pada tahap awal, peserta diperlihatkan proses penggerekan singkong hingga berbentuk emping tipis (Gambar 7). Emping yang telah dicetak kemudian dijemur di bawah sinar matahari agar menghasilkan tekstur renyah dan tahan lama (Gambar 8). Setelah kering, emping digoreng hingga berwarna keemasan dan siap dikonsumsi (Gambar 9). Selanjutnya, emping yang sudah matang dikemas dengan standar higienis menggunakan kemasan yang menarik (Gambar 10). Hasil akhir dari rangkaian proses tersebut adalah produk Emping Tette Koin Premium yang siap dipasarkan kepada konsumen (Gambar 11).



Gambar 7. Proses Penggerekan Singkong menjadi Emping Tette Koin Premium



Gambar 8. Hasil Penjemuran



Gambar 9. Proses Penggorengan



Gambar 10. Proses Pengemasan



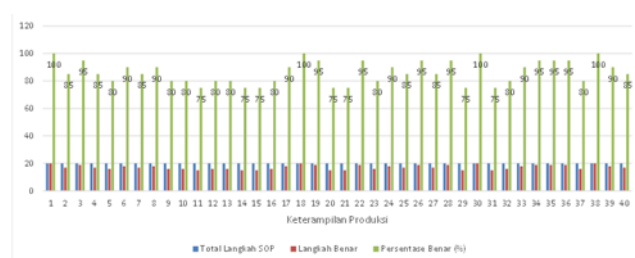
Gambar 11. Hasil Akhir

3.3. Evaluasi

Pada akhir pelatihan Emping Tette Koin Premium dalam kegiatan PkM, dilakukan evaluasi melalui pemberian kuesioner kepada para peserta. Evaluasi ini mencakup enam aspek utama. Pertama, keterampilan produksi, yang mengukur sejauh mana peserta mampu mempraktikkan keterampilan teknis sesuai *Standard Operating Procedure* (SOP) sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 12. Kedua, kualitas produk yang dinilai menggunakan uji mutu, dengan indikator warna, ketebalan, rasa, dan kebersihan hasil produksi (Gambar 13). Ketiga, kemampuan pengemasan, yang mengukur keterampilan peserta dalam menerapkan standar kemasan produk, mencakup desain, label, kebersihan, dan daya tarik (Gambar 14).

Keempat, penerapan manajemen usaha dasar, yaitu mengevaluasi kemampuan peserta

dalam mengelola usaha sederhana seperti pencatatan keuangan, stok, dan penjadwalan produksi (Gambar 15). Kelima, peningkatan pengetahuan pemasaran, yang mengukur perkembangan pemahaman peserta mengenai pemasaran setelah pelatihan dibandingkan dengan kondisi awal (Gambar 16). Keenam, kepuasan peserta, yang menilai tingkat kepuasan terhadap keseluruhan kegiatan pelatihan, meliputi aspek materi, fasilitator, fasilitas, dan manfaat (Gambar 17).



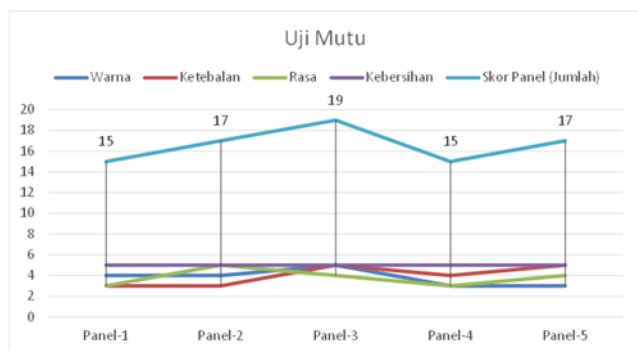
Gambar 12. Evaluasi Keterampilan Produksi

Berdasarkan hasil evaluasi keterampilan produksi emping tette koin premium yang terlihat di gambar 12, sebagian besar peserta pelatihan mampu mencapai tingkat keberhasilan sesuai target, yaitu minimal 85% dari total langkah SOP. Hal ini terlihat dari banyaknya peserta yang memperoleh skor sempurna 100%, seperti peserta nomor 1, 2, 3, 8, 9, 11, 16, 21, 27, 31, dan 34. Sementara itu, masih terdapat beberapa peserta yang memperoleh skor 75%, misalnya pada peserta nomor 4, 5, 6, 10, 12, 17, 18, 19, 23, 28, 33, 35, 37, dan 40, yang menunjukkan bahwa mereka masih melakukan kesalahan atau melewatkan satu hingga dua langkah SOP. Adapun peserta dengan nilai di bawah standar 70% relatif sedikit, seperti peserta nomor 20, 22, 24, dan 25, sehingga membutuhkan pendampingan tambahan agar dapat menyamai pencapaian peserta lainnya.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta telah menguasai keterampilan produksi dengan baik, meskipun tetap diperlukan pembinaan lanjutan

bagi sebagian kecil peserta yang belum mencapai standar keberhasilan. Penguasaan keterampilan ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas dan kuantitas output yang dihasilkan (Abd. Muiz et al., 2024). Lebih jauh lagi, hal ini akan meningkatkan daya saing dan nilai ekonomi dari produk yang dibuat, baik di tingkat lokal maupun yang lebih luas (Krisna, 2024).

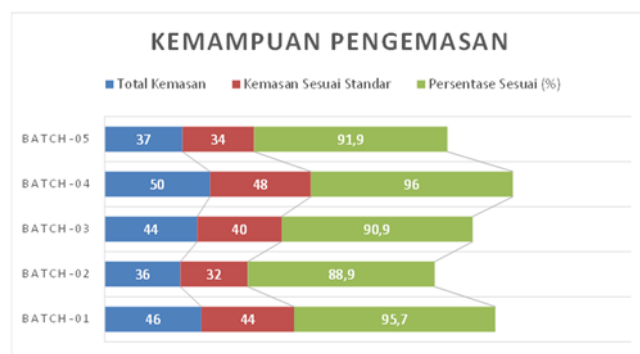
konsistensi ketebalan agar standar mutu dapat tercapai secara lebih merata di seluruh produk. Konsistensi mutu yang tinggi ini merupakan fondasi utama untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar (Hermawan & Carnawi, 2024). Dengan terus meningkatkan keterampilan produksi, bukan hanya kualitas yang meningkat tetapi juga efisiensi biaya dan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak positif pada keberlanjutan usaha (Tanjung et al., 2025).



Gambar 13. Uji Mutu

Grafik uji mutu pada gambar 13 menunjukkan hasil penilaian produk emping tette koin premium berdasarkan empat aspek utama, yaitu warna, ketebalan, rasa, dan kebersihan, yang dilakukan oleh lima orang panelis. Secara umum, skor total panelis bervariasi antara 15 hingga 19, dengan nilai tertinggi dicapai oleh Panel-3 (skor 19) dan nilai terendah dicapai oleh Panel-1 serta Panel-4 (skor 15). Aspek yang paling konsisten mendapat penilaian tinggi adalah kebersihan, dengan skor relatif stabil pada setiap panelis, sedangkan aspek rasa dan ketebalan cenderung fluktuatif. Sebagai contoh, pada Panel-2 dan Panel-3, aspek ketebalan serta rasa mendapat skor lebih baik dibanding panelis lain, yang berdampak pada peningkatan skor total. Sementara itu, warna cenderung bervariasi, dengan beberapa panelis menilai cukup rendah.

Hasil ini menunjukkan bahwa mutu produk sudah cukup baik dengan rata-rata skor panel berada di atas 15, namun masih perlu dilakukan perbaikan terutama pada aspek warna dan

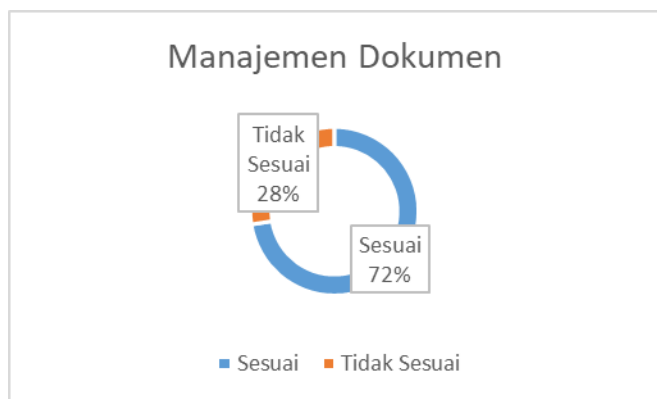


Gambar 14. Kemampuan Pengemasan

Grafik kemampuan pengemasan pada gambar 14 menunjukkan hasil evaluasi lima batch produk emping tette koin premium berdasarkan jumlah total kemasan, jumlah kemasan yang sesuai standar, serta persentase kesesuaian. Secara umum, tingkat kesesuaian kemasan cukup tinggi, berada pada rentang **88,9% hingga 96%**. Batch-04 mencatat hasil terbaik dengan total 50 kemasan, 48 di antaranya sesuai standar, sehingga mencapai persentase tertinggi yaitu **96%**. Sementara itu, Batch-02 menunjukkan hasil terendah dengan hanya 32 dari 36 kemasan sesuai standar (88,9%). Batch-01 juga memperoleh hasil yang baik dengan persentase 95,7% (44 dari 46 kemasan sesuai standar), disusul Batch-05 dengan 91,9% dan Batch-03 dengan 90,9%.

Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta pelatihan mampu menguasai standar pengemasan dengan baik, meskipun masih ada variasi antar batch.

Dengan demikian, aspek pengemasan dapat dikatakan berhasil diterapkan, namun tetap diperlukan penguatan konsistensi agar semua batch dapat mencapai standar mutu tertinggi secara merata. Pengemasan yang memenuhi standar tidak hanya memperpanjang umur simpan produk, tetapi juga menjadi nilai tambah yang meningkatkan daya saing di pasaran (Afriansyah et al., 2024; Raudhah Intan et al., 2024). Lebih jauh lagi, kemasan yang baik dapat memperkuat identitas merek dan menciptakan kesan profesional yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Zed et al., 2024).

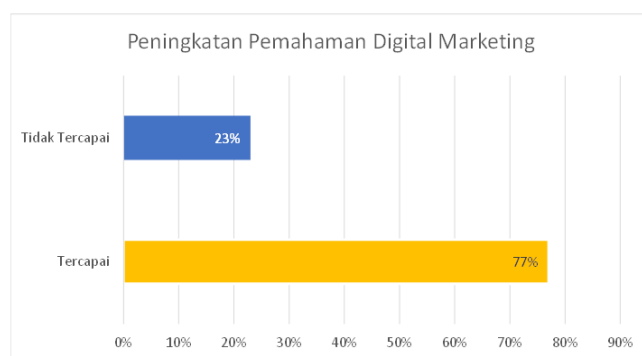


Gambar 15. Manejemen Dokumen

Gambar 15 menunjukkan hasil evaluasi terhadap kemampuan peserta dalam manajemen dokumen. Dari total 40 peserta, sebanyak 29 orang (72%) telah mampu menyusun dokumen sesuai standar yang ditetapkan. Sementara itu, masih terdapat 11 orang (28%) yang belum memenuhi kriteria kesesuaian.

Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta sudah memahami dan dapat menerapkan prinsip manajemen dokumen dengan baik, meskipun masih diperlukan pendampingan lebih lanjut bagi sebagian kecil peserta agar kualitas penyusunan dokumen menjadi lebih seragam dan sesuai standar. Dengan demikian, capaian ini cukup positif, namun aspek konsistensi masih perlu diperhatikan.

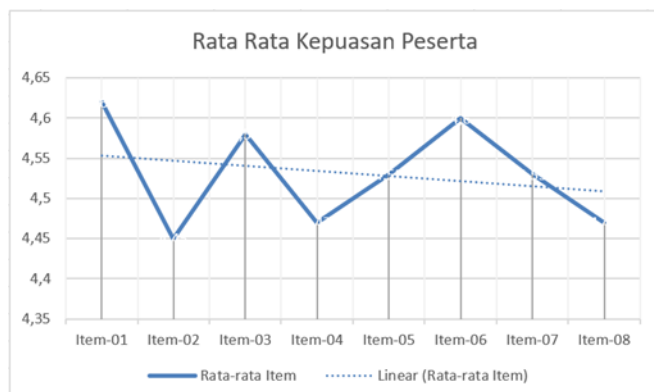
Penerapan manajemen dokumen yang efektif secara signifikan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memudahkan akses informasi, dan mengurangi waktu yang terbuang untuk mencari data (Desviana & Firdaus, 2024). Selain itu, dokumentasi yang rapi dan standar juga memperkuat akuntabilitas, mendukung audit yang lancar, dan menjadi fondasi untuk pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat (Ritonga, 2024).



Gambar 16. Persentase Peningkatan Pengetahuan Pemasaran

Berdasarkan Gambar 16, program pengabdian masyarakat berjudul “One Product One Pesantren” berhasil meningkatkan pengetahuan digital marketing sebagian besar peserta. Sebanyak 77% peserta menyatakan capaian peningkatan ini telah terpenuhi, sementara 23% lainnya mengakuinya belum sepenuhnya tercapai. Temuan ini membuktikan efektivitas pelatihan dalam membekali peserta dengan keterampilan pemasaran digital. Pemahaman ini diharapkan dapat membantu santri dan pengelola pesantren dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, serta menjamin keberlanjutan usaha. Meski demikian, diperlukan strategi tambahan yang lebih terfokus untuk membantu peserta dari kelompok 23% agar manfaat pelatihan dapat dirasakan secara lebih merata (Dewi, Pusparini, et al., 2024).

Peningkatan pengetahuan pemasaran ini akan secara langsung meningkatkan efektivitas kampanye dan strategi promosi yang mereka kembangkan, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan (Malia & Dewi, 2022). Selain itu, penguasaan konsep pemasaran modern juga membekali peserta untuk membangun brand yang lebih kuat dan berdaya saing di pasar digital yang terus berkembang (Dewi, Pusparini, et al., 2024).



Gambar 17. Rata-Rata Kepuasan Peserta

Grafik di atas menunjukkan rata-rata kepuasan peserta terhadap delapan item penilaian yang diukur dalam skala 1–5. Secara umum, tingkat kepuasan peserta berada pada kategori sangat baik, dengan nilai rata-rata berkisar antara 4,45 hingga 4,63. Item dengan nilai kepuasan tertinggi adalah Item-01 (4,63) dan Item-06 (4,60), sedangkan nilai terendah terdapat pada Item-02 dan Item-08 (4,45).

Meskipun terdapat sedikit fluktuasi antar item, keseluruhan grafik memperlihatkan bahwa kepuasan peserta relatif stabil dan konsisten tinggi. Garis tren linear menunjukkan adanya sedikit penurunan rata-rata kepuasan dari Item-01 hingga Item-08, namun perbedaan tersebut sangat kecil dan tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, peserta merasa puas terhadap kegiatan yang dilakukan, meskipun ada beberapa aspek tertentu yang dapat ditingkatkan untuk menjaga dan bahkan meningkatkan kepuasan pada item-item dengan skor yang lebih rendah.

Tingkat kepuasan yang tinggi ini merupakan indikator kunci yang akan mendorong loyalitas peserta dan memicu word-of-mouth marketing yang positif untuk kegiatan serupa di masa depan (Afaf Azizah et al., 2024). Pada akhirnya, peserta yang puas cenderung akan menjadi advocate yang memperkuat reputasi dan nilai percepatan program ini (Muharam et al., 2023).

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan secara keseluruhan berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif yang signifikan. Sebagian besar peserta mampu menguasai keterampilan produksi, pengemasan, serta manajemen dokumen dengan baik, yang ditunjukkan melalui pencapaian skor tinggi sesuai standar SOP. Hasil uji mutu produk juga memperlihatkan konsistensi kualitas, meskipun masih diperlukan perbaikan pada aspek warna dan ketebalan. Dari sisi pengetahuan, terjadi peningkatan pemahaman pemasaran yang cukup signifikan pada mayoritas peserta, yang berpotensi diterjemahkan menjadi strategi bisnis yang lebih efektif. Tingkat kepuasan peserta yang relatif tinggi juga memperkuat bahwa program ini diterima dengan baik dan mampu memenuhi ekspektasi. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis peserta, tetapi juga membangun fondasi yang kuat bagi peningkatan daya saing produk, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha. Ke depan, rekomendasi yang perlu diperhatikan adalah memberikan pendampingan lebih intensif bagi peserta yang masih tertinggal, sekaligus menyempurnakan konsistensi mutu di seluruh aspek produksi.

5. Ucapan Terimakasih

Dengan penuh rasa syukur, kami tim pelaksana mengucapkan terima kasih yang

sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jendral Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Tahun Pendanaan 2025 yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berjudul One Product One Pesantren: Model Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Produk Emping Tette Koin Premium. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Pondok Pesantren Nur Ismail Blumbungan Pamekasan selaku mitra atas kerja sama, dukungan, dan partisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tidak lupa, kami juga menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada Universitas Islam Madura yang telah memberikan kesempatan serta dukungan penuh bagi para dosen dalam melaksanakan program ini. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kemandirian ekonomi pesantren serta menjadi inspirasi bagi model pemberdayaan serupa di lingkungan pesantren lainnya.

6. Daftar Pustaka

- Abd. Muiz, Anisah, R., Khoiruddin, U., & Indrioko, E. (2024). Kebijakan Pendidikan Dalam Mengatasi Masalah Kualitas, Kuantitas Efektivitas dan Efisiensi. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 2(3), 46-64. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v2i3.272>
- Abidin, Z. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Pengembangan Bisnis Usaha Mandiri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 374-385. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16575>
- Afaf Azizah, A., Alam Adha, M., Wahyudi, R., Perbankan Syariah, P., Agama Islam, F., & Ahmad Dahlan, U. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2198-2213.
- Afriansyah, D., Nofrida, R., Utama, Q. D., Marisyah, I., & Anggraini, D. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Kopi di Desa Pakuan Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat Melalui Pelatihan Pengemasan Produk Berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(6), 268-272. <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.982>
- Desviana, A., & Firdaus, R. (2024). Peningkatan Efisiensi Operasional Melalui Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Di Perusahaan Menengah. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(November), 8894-8903.
- Dewi, I. O., Iswahyudi, I., Wahyudi, I., & Iswahyudi, A. (2024). STRENGTHENING COMMUNITY INFORMATION MANAGEMENT THROUGH GRAPHIC DESIGN TRAINING TOWARDS SERVICE TRANSFORMATION IN PEDEMAWU TIMUR VILLAGE. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 20(2), 413-424. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v20i2.10249>
- Dewi, I. O., & Pusparini, D. (2021). Pengaruh Produktivitas Pengrajin Batik Terhadap Kinerja Industri Sentra Batik Desa Klampar Pada Masa Pandemi. *Behavioral Accounting Journal*, 4(2), 389-403. <https://doi.org/10.33005/baj.v4i2.143>
- Dewi, I. O., Pusparini, D., Wahyudi, I., & Setiawan, N. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Kain Batik Desa Klampar Pamekasan. *Mitra: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 139-154. <https://doi.org/10.25170/mitra.v8i2.5149>
- Dewi, I. O., Sustiyana, S., Hanafi, H., & Wahyudi, I. (2024a). Peningkatan Literasi Keuangan Ibu-Ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga Kelurahan Gladak Anyar. *DARMABAKTI Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 02(November), 301-311. <https://doi.org/10.31102/darmabakti.2024.5.02.301-311>
- Dewi, I. O., Sustiyana, S., Hanafi, H., & Wahyudi, I. (2024b). Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Pelatihan Pembagian SHU Bagi Anggota TP PKK Kelurahan Gladak Anyar.

- Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS) 2024*, 14–21.
- Dewi, I. O., Wahyudi, I., Sustiyana, S., Garfansa, M. P., & Hanafi, H. (2025). Optimizing Savings And Loan Management Through Digital Financial Software Training. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 21(1), 73–87.
- Dia, H., Batubara, A., Sari, D., Nora, A. L., Aswan, N., Hasibuan, F. A., Noor, M., Siregar, H., Rina, N., Lubis, A. L., Harahap, A., & Fadhillah, Y. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Implementasi Sistem ERP untuk Meningkatkan Efisiensi Proses Produksi pada UMKM Manufaktur Training and Assistance in Implementing ERP Systems to Improve Production Process Efficiency in Manufacturing UMKM. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 1(2), 33–41.
- Farisi, Y. Al, Zubaidi, A., & Alianroo, B. (2024). Kepemimpinan Kewirausahaan Berbasis Pesantren; Kelincahan Strategis Lembaga Pendidikan Islam Menuju Kemandirian Finansial. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2900–2910. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3733>
- Febrianty, N. D. (2024). Sistem Pengelolaan Wakaf Produktif untuk Penguatan Kemandirian Ekonomi Pesantren:(Studi Pada Pondok Pesantren Trubus Iman). *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(1), 28–39. <https://www.jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/339>
- Fitriyah, F., & Nawawi, A. H. (2021). Upaya Mengurangi Sampah Plastik di Masa Pandemi Covid-19 dengan Memanfaatkan Sistem Ecobrick di Desa Blumbungan. *PERDIKAN (Journal of Community Engagement)*, 3(2), 64–79. <https://doi.org/10.19105/pjce.v3i2.5737>
- Hermawan, I., & Carnawi. (2024). Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam. *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 12–26. <https://doi.org/10.61553/ascent.v2i1.96>
- Hoiriyah, Prasetyo, R. D., & Alviyanto, R. (2024). Strategi Advertensi Kreatif Melalui Pembuatan Website dan Video Profil Sekolah di SMA Nurul Hikmah. *Nusantara Journal of Community Engagement and Empowerment*, 2(2), 79–88. <https://doi.org/10.36564/njcee.v2i2.34>
- Krisna, A. E. (2024). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif : Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 67–81.
- Kusuma, N. A., Dewi, I. O., Wahyudi, I., Zahroh, H., Khomaisyah, K., Mafruhah, A., & Hasanah, Y. (2024). Sosialisasi Kewirausahaan Berbasis Produk Lokal Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Santri. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS) 2024*, 8–13. <https://prosiding.uim.ac.id/index.php/senias/article/download/497/315>
- Kusuma, N. A., Uyun, J., & Malia, E. (2020). KEMANDIRIAN PONDOK PESANTREN MELALUI PENDIRIAN BISNIS LEMBAGA KEUANGAN DI KABUPATEN PAMEKASAN. *Kabilah Journal of Social Community*, 5(2).
- Ma'arif, M. F., Pratiwi, R., & Haryono, A. T. (2023). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Diversifikasi Produk Pada Keberhasilan Usaha Melalui Proses Perkembangan Usaha. *Mbia*, 21(3), 360–376. <https://doi.org/10.33557/mbia.v21i3.1938>
- Maghfiroh, K., & Nuswardhani, R. R. S. K. (2019). Diversifikasi pengolahan singkong untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. *TEKNOLOGI PANGAN: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 10(2), 101–108. <https://doi.org/10.35891/tp.v10i2.1647>
- Malia, E., & Dewi, I. O. (2022). Penggunaan Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Pengrajin Batik Desa Klampar Pemekasan. *DARMABAKTI Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 01(May), 56–60. <https://doi.org/10.31102/darmabakti.2022.3.1.056-060>

- Malia, E., Kusuma, N. A., & Uyun, J. (2020). Entitas bisnis Pondok Pesantren: Antara nilai barokah dan going concern. *Wacana Equilibrium: Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, 10(01), 22–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.31102/equilibrium.10.01.22-32>
- Mawftiq, R., & Gustanto, E. S. (2023). Green Economy dalam Pesantren: Ekonomi Keberlanjutan dan Maqashid Syariah (Studi Kasus di Pesantren An Nur Ngrukem Bantul). *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 2(1), 23–36.
- Maya Silvana, & Lubis, D. (2021). Faktor yang Memengaruhi Kemandirian Ekonomi Pesantren (Studi Pesantren Al-Ittifaq Bandung). *Al-Muzara'Ah*, 9(2), 129–146. <https://doi.org/10.29244/jam.9.2.129-146>
- Misbah, A. (2024). Model Manajemen Keuangan Syariah Di Pesantren: Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lembaga Pendidikan Islam di Era Digital. *Nidhomiyah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 166–184. <https://doi.org/10.38073/nidhomiyah.v5i2.1940>
- Muharam, D. R., Faisal, M., Prayitno, A. D., Istiqomah, & Purwanto, A. (2023). *Tata Kelola Mutu Sekolah: Membangun Fondasi melalui Faktor-Faktor Pendukung*. 1–267.
- Rahayu, R. Y., Handayani, S., & Mujdalipah, S. (2019). Pengembangan Instrumen Penilaian Kinerja Untuk Mengukur Kemampuan Kreativitas Siswa Pada Kompetensi Dasar Membuat Konsep Desain Dan Kemasan Produk. *Edufortech*, 4(2). <https://doi.org/10.17509/edufortech.v4i2.19398>
- Rahman, M. Z., Cahyati, C., Robiyatul, S., & Salsa, H. (2023). Studies Identifikasi Pola Scale Up Bisnis Berbasis Maqasid al-Syari'ah Pada Program One Pesantren One Produk (OPOP) di Kabupaten Ciamis. *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies*, 6(4), 901–910. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v6i4.893.Identification>
- Raudhah Intan, Ferdiana, L. R., & Erwahyudin, D. D. (2024). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Kemasan Olahan Singkong. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(05 SE-ARTICLES), 1322–1329. <https://pekatpkm.my.id/index.php/JP/article/view/426>
- Resika, Y., & Gusriani, M. (2025). *Strategi SWOT dalam Melestarikan Kuliner Tradisional Sebagai Identitas Daerah Di Era Moderen*. 3(2), 987–994.
- Ridwan, M., Nurrobiyanto, N., Jahari, J., & Erihadiana, M. (2024). Optimalisasi Kemandirian Dan Jiwa Interpeunership Santri: Inovasi Manajemen Peserta Didik Di Pesantren Terpadu. *Kaipi: Kumpulan Artikel Ilmiah Pendidikan Islam*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.62070/kaipi.v2i1.46>
- Ritonga, P. (2024). Transparansi Dan Akuntabilitas: Peran Audit Dalam Meningkatkan Kepercayaan Stakeholder. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 323. <https://doi.org/10.35906/equili.v13i2.2004>
- Riyadi, S., & Akhmadi, S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Pondok Pesantren Berbasis Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah: Studi Kasus pada Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Kabupaten Banyumas. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 51–66. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.6371>
- Sada Harahap, K., Sumartini, & Sthevany. (2023). Study Of Quality Control Of Tuna Loin Precooked Frozen Products Using The Likert Scale Method In Tuna Freezing Company X. *Aurelia Journal*, 5(1), 29–8.
- Salim, E. (2024). *Mengolah Singkong Menjadi Tepung Mocaf, Bisnis Produk Alternatif Pengganti Terigu*. Penerbit Andi.
- Sapriadi, N. R., Majid, J., & Shadriyah, S. (2024). Sistem Pengelolaan Dana Berkelanjutan Berbasis Kemandirian Ekonomi di Pesantren An Nahdliyin Lerang. *Islamic Banking and Finance*, 4(2), 588–605. <https://doi.org/10.30863/ibf.v4i2.5694>
- Soffan, M. A. (2025). Peran Pesantren dalam Mengubah Perilaku Santri di Era Disrupsi. *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(6), 323–336.

- Sofiana, A. R., Handayani, S., & Azizah, D. N. (2025). Pengembangan Standard Operating Procedure (SOP) Pembuatan Coffee Bun Berbasis SKKNI pada Teaching Factory APHP SMKN 2 Cilaku Cianjur. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Dan Kejuruan*, 18(2), 207.
<https://doi.org/10.20961/jiptek.v18i2.92701>
- Tanjung, D. P., Zega, J. H. Y. Z., Zai, I. I., & Harefa, D. I. P. (2025). Kualitas Dalam Memproduksi Barang dan Jasa. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 15-22.
- Uyun, J., Kusuma, N. A., & Aminullah, A. (2025). Peningkatan Pemahaman Going concern Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Melalui Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB). *DARMABAKTI Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 01(November 2024), 19-29.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31102/darmabakti.2025.6.01.19-29>
- Wahyudi, I., Haryadi, B., & Hayati, N. (2022). Uncovering the Dark Side of Ponzi Schemes Through Money Game. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 17(2), 201.
<https://doi.org/10.24843/jiab.2022.v17.i02.p02>
- Zed, E. Z., Febriansah, A. E., Primayanti, M., Aryani, F., & Dewi, V. (2024). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Industri Makanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 2209-2229.