

Santri Creativepreneur Sebagai Alternatif Model Implementasi Sosio – Ekonomi Untuk Pemerataan Pembangunan Ekonomi Di Jawa Timur

Hilmiyah Mahardini¹ Nala Auna Robbika²

¹Universitas Airlangga – hilmiyahmahardini@gmail.com

²Universitas Airlangga – nalauana@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 09, 30, 2023

Revised 10, 17, 2023

Accepted 11, 30, 2023

Keywords:

Santri Creativepreneur,
Sosio-Ekonomi,
Pemerataan Ekonomi

ABSTRAK

Santri yang selama ini dikenal sebagai agen moral dan spiritual kini mulai bertransformasi menjadi agen ekonomi kreatif yang mampu menjawab tantangan modernitas. Dengan potensi pesantren sebagai pusat pembinaan karakter, pendidikan, dan ekonomi lokal, konsep *Santri Creativepreneur* diyakini mampu memperkuat ketahanan ekonomi daerah dan menciptakan pemerataan pembangunan yang lebih inklusif. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah masih terbatasnya model pembangunan ekonomi yang mampu mengintegrasikan dimensi spiritual dan kreativitas ekonomi secara harmonis. Meskipun banyak pesantren telah menjalankan aktivitas ekonomi, belum banyak yang mengembangkan model kewirausahaan kreatif yang berbasis nilai Islam dan relevan dengan kebutuhan era digital. Oleh karena itu, dibutuhkan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana santri dapat menjadi aktor utama dalam pembangunan ekonomi daerah melalui pendekatan *creativepreneurship* yang berorientasi pada keberlanjutan sosial dan ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur untuk menelaah teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu terkait pengembangan ekonomi pesantren dan kewirausahaan kreatif Islam. Sumber data diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan laporan kebijakan nasional yang relevan dengan topik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Santri Creativepreneur* mampu menjadi model alternatif pembangunan sosio-ekonomi berbasis nilai Islam yang menyeimbangkan aspek spiritual, sosial, dan ekonomi. Melalui sinergi antara pesantren, pemerintah, dan sektor swasta, santri dapat menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang produktif dan berkeadilan. Model ini tidak hanya mendorong kemandirian ekonomi umat, tetapi juga berkontribusi pada pemerataan pembangunan ekonomi di Jawa Timur secara berkelanjutan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Hilmiyah Mahardini

Universitas Airlangga Surabaya

Email: hilmiyahmahardini@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia, khususnya di Jawa Timur, masih menghadapi tantangan ketimpangan antarwilayah yang cukup tinggi. Sektor pertanian, industri kreatif,

serta pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional sebenarnya memiliki potensi besar untuk berperan dalam pemerataan ekonomi. Pesantren bukan hanya lembaga keagamaan, melainkan juga pusat pemberdayaan masyarakat dan ekonomi lokal. Dalam konteks inilah, santri — sebagai aktor sosial dan ekonomi — dapat bertransformasi menjadi pelaku ekonomi kreatif yang mandiri dan produktif. Peran santri kreatifpreneur dapat menjadi kunci dalam memperkuat ekonomi daerah berbasis nilai-nilai Islam (Harjawati & Nourwahida, 2022: 15).

Jawa Timur merupakan provinsi dengan jumlah pesantren terbanyak di Indonesia, mencapai lebih dari 6.000 lembaga aktif. Potensi ini menjadikan pesantren sebagai pusat pembentukan karakter wirausaha berbasis religius yang sangat strategis. Pesantren tidak hanya mencetak ulama, tetapi juga menciptakan generasi santri yang siap terlibat dalam dunia usaha dan industri kreatif. Dengan populasi besar, peran santri dalam mendukung pemerataan ekonomi menjadi semakin relevan. Oleh sebab itu, pendekatan kreatifpreneur dapat menjadi bentuk pemberdayaan ekonomi alternatif (Wijaya & Aini, 2020: 7). Konsep *santripreneur* berkembang sebagai respon terhadap tantangan kemandirian ekonomi pesantren. Gerakan ini muncul dari kesadaran bahwa santri memiliki potensi untuk berinovasi di bidang ekonomi kreatif seperti kuliner, desain, teknologi, hingga kerajinan berbasis budaya lokal. Pendekatan kreatif memungkinkan santri berpartisipasi dalam pasar modern tanpa kehilangan nilai-nilai religiusnya. Dengan demikian, pesantren dapat menjadi basis pengembangan ekonomi kreatif syariah yang berkelanjutan. Penguatan model ini di Jawa Timur berpotensi mendukung agenda pemerataan ekonomi nasional (Ahyar & Wibowo, 2019: 78).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis pesantren memiliki dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Misalnya, pengembangan koperasi santri, unit usaha pesantren, serta kegiatan kewirausahaan sosial terbukti meningkatkan pendapatan lokal. Hal ini menunjukkan bahwa pesantren mampu menjadi katalis ekonomi mikro di lingkungannya. Namun, keberhasilan tersebut masih bersifat sporadis dan belum menjadi model terintegrasi antarwilayah. Potensi sinergi ekonomi kreatif santri di Jawa Timur masih memerlukan kajian yang lebih mendalam (Yunus et al., 2022: 17). Penelitian oleh Efendy dan Anisyah menunjukkan bahwa pengelolaan ekonomi kreatif di pesantren Madura masih dilakukan secara manual dan tradisional. Banyak pesantren belum memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Padahal, digitalisasi dapat menjadi jembatan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Rendahnya literasi digital di kalangan santri menjadi hambatan utama dalam transformasi menuju kreatifpreneur modern. Hal ini menandakan adanya kesenjangan dalam kapasitas inovasi antar pesantren di Jawa Timur (Efendy & Anisyah, 2021: 14). Beberapa penelitian lain menyoroti pentingnya kurikulum kewirausahaan di pesantren sebagai langkah awal membentuk santri yang mandiri. Kurikulum pesantren tradisional cenderung fokus pada ilmu agama dan belum banyak menekankan aspek keterampilan ekonomi. Integrasi pendidikan kewirausahaan berbasis nilai Islam dapat membangun etos kerja dan kemandirian ekonomi di kalangan santri. Dengan demikian, santri tidak hanya menjadi ahli agama tetapi juga agen perubahan sosial-ekonomi. Upaya ini dapat mendukung visi pembangunan berkeadilan di Jawa Timur (Wahid & Sa'diyah, 2024: 38).

Pemberdayaan santri melalui ekonomi kreatif telah menjadi perhatian banyak lembaga dan pemerintah. Beberapa program nasional seperti *One Pesantren One Product (OPOP)* bertujuan menjadikan pesantren sebagai pusat ekonomi lokal. Namun, implementasi di lapangan masih menghadapi hambatan seperti akses modal, keterampilan produksi, dan jaringan distribusi. Banyak pesantren kesulitan mengembangkan usaha karena

belum memiliki manajemen profesional. Oleh karena itu, perlu model pengembangan santri kreatifpreneur yang kontekstual dengan kondisi lokal Jawa Timur (Asri, 2023: 22).

Permasalahan pemerataan pembangunan ekonomi di Jawa Timur semakin kompleks dengan adanya ketimpangan antarwilayah. Daerah perkotaan seperti Surabaya dan Malang berkembang pesat, sedangkan wilayah pesisir selatan dan tapal kuda tertinggal dalam hal infrastruktur dan kesempatan kerja. Kondisi ini membutuhkan pendekatan berbasis komunitas untuk menumbuhkan ekonomi lokal. Santri yang tersebar di wilayah pedesaan memiliki posisi strategis untuk menjadi motor pembangunan berbasis masyarakat. Dengan dukungan kebijakan yang tepat, santri kreatifpreneur bisa menjadi solusi alternatif (Harjawati & Nourwahida, 2022: 16). Dalam konteks sosio-ekonomi, pesantren memiliki modal sosial yang besar berupa jaringan alumni, kepercayaan masyarakat, dan struktur sosial yang kuat. Modal sosial ini dapat dimanfaatkan untuk membangun usaha bersama yang menggerakkan ekonomi lokal.

Konsep kreatifpreneur yang dikembangkan di lingkungan pesantren memungkinkan inovasi berbasis nilai-nilai Islam. Santri tidak hanya menciptakan produk ekonomi, tetapi juga membangun moral ekonomi masyarakat. Dengan demikian, ekonomi kreatif pesantren dapat mendukung pembangunan yang inklusif (Brahim, 2016: 103). Namun demikian, penelitian terdahulu cenderung terfokus pada unit usaha pesantren tertentu dan belum menganalisis dampak makro terhadap pembangunan ekonomi daerah. Banyak kajian bersifat kualitatif deskriptif tanpa menyentuh hubungan antara kewirausahaan santri dengan pemerataan ekonomi. Padahal, pemetaan model santri kreatifpreneur dapat memberikan kontribusi strategis bagi kebijakan ekonomi daerah. Kekosongan kajian ini menjadi celah penting bagi penelitian lanjutan. Oleh sebab itu, artikel ini berupaya mengisi kekosongan akademik tersebut (Almuzakir & Sulistyowati, 2023: 25).

Kendala lain yang dihadapi pesantren adalah kurangnya sinergi dengan pemerintah daerah dan sektor swasta. Meskipun ada banyak program bantuan, koordinasi dan keberlanjutan masih lemah. Pesantren seringkali tidak memiliki sumber daya manusia yang cukup untuk mengelola program ekonomi kreatif secara profesional. Akibatnya, potensi ekonomi pesantren tidak berkembang optimal. Kerjasama lintas sektor menjadi kunci dalam membangun ekosistem santri kreatifpreneur (Yunus et al., 2022: 18). Digitalisasi menjadi salah satu tantangan sekaligus peluang bagi santri kreatifpreneur di era 5.0. Melalui pemanfaatan platform digital, santri dapat memperluas jaringan pasar dan mempromosikan produk kreatif mereka secara global. Namun, sebagian besar pesantren belum memiliki infrastruktur dan kompetensi digital yang memadai. Pelatihan dan pendampingan berbasis teknologi menjadi kebutuhan mendesak agar pesantren mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Transformasi digital pesantren dapat mempercepat pemerataan ekonomi di Jawa Timur (Asri, 2023: 23).

Kreativitas santri tidak hanya tercermin dalam produk fisik, tetapi juga dalam inovasi sosial seperti koperasi, inkubator bisnis, dan start-up berbasis pesantren. Inovasi ini berpotensi menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan komunitas sekitar. Namun, belum banyak penelitian yang mengevaluasi kontribusi ekonomi inovasi santri dalam skala regional. Pengukuran kontribusi ekonomi santri kreatifpreneur penting untuk menilai efektivitas model ini terhadap pemerataan pembangunan. Kajian tersebut masih menjadi ruang kosong dalam literatur (Septiawan et al., 2021: 5). Selain faktor ekonomi, nilai spiritual dalam komunitas pesantren menjadi kekuatan moral dalam praktik bisnis. Santri yang berwirausaha tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga keberkahan dan kebermanfaatn sosial. Pendekatan bisnis etis seperti ini dapat membangun sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Nilai kejujuran, amanah, dan kerja keras menjadi modal utama

dalam ekonomi kreatif berbasis syariah. Prinsip ini membedakan santri kreatifpreneur dari model wirausaha konvensional (Agustina et al., 2022: 33).

Berbagai penelitian mengindikasikan bahwa pemberdayaan ekonomi santri berdampak positif terhadap penurunan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan lokal. Namun, kontribusi tersebut belum tersebar merata di seluruh wilayah Jawa Timur. Faktor geografis dan kebijakan lokal menjadi penghambat utama pemerataan. Oleh karena itu, model santri kreatifpreneur perlu dikembangkan dengan memperhatikan karakteristik wilayah dan potensi lokal. Ini menjadi dasar penting bagi pembangunan ekonomi yang berkeadilan (Wahid & Sa'diyah, 2024: 40). Untuk menciptakan santri kreatifpreneur yang kompeten, diperlukan integrasi antara pendidikan, teknologi, dan pendanaan. Pesantren dapat berkolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga keuangan syariah untuk membangun ekosistem kewirausahaan. Selain itu, pemerintah daerah dapat berperan dalam memberikan dukungan infrastruktur dan akses pasar. Sinergi multipihak ini dapat memperkuat posisi santri sebagai penggerak ekonomi lokal. Kolaborasi lintas lembaga merupakan fondasi penting dalam membangun model ekonomi santri (Harjawati & Nourwahida, 2022: 18).

Kesenjangan penelitian juga tampak pada kurangnya pendekatan interdisipliner antara ekonomi, sosiologi, dan pendidikan Islam dalam studi santri kreatifpreneur. Kebanyakan studi masih bersifat sektoral dan belum melihat keterkaitan antar faktor sosial-ekonomi. Padahal, pendekatan interdisipliner diperlukan untuk memahami kompleksitas peran santri dalam masyarakat modern. Model penelitian lintas bidang akan memberikan gambaran lebih utuh tentang dampak sosial ekonomi pesantren. Oleh karena itu, artikel ini mengusulkan perspektif holistik (Ahyar & Wibowo, 2019: 80). Santri kreatifpreneur memiliki potensi besar untuk menjadi motor pemerataan pembangunan ekonomi di Jawa Timur. Melalui kreativitas dan inovasi, mereka dapat mengembangkan produk lokal yang memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, keberadaan mereka di wilayah pedesaan membantu distribusi aktivitas ekonomi secara lebih merata. Dengan dukungan pendidikan kewirausahaan dan fasilitas digital, potensi ini dapat dioptimalkan. Santri dapat menjadi agen transformasi ekonomi berbasis nilai Islam (Brahim, 2016: 105).

Dalam konteks pembangunan daerah, model santri kreatifpreneur dapat menjadi alternatif bagi kebijakan pembangunan yang inklusif. Konsep ini menekankan pentingnya keseimbangan antara spiritualitas, ekonomi, dan sosial budaya. Pemberdayaan santri tidak hanya menggerakkan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas dan moralitas masyarakat. Dengan demikian, pesantren dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi lokal yang berbasis nilai-nilai keislaman. Hal ini sejalan dengan visi ekonomi syariah nasional (Madjid, 2022: 91). Artikel ini menjadi penting karena mengisi kekosongan akademik dalam studi tentang pemerataan pembangunan berbasis komunitas pesantren. Melalui pendekatan konseptual dan analitis, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana santri kreatifpreneur dapat menjadi model alternatif pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Jawa Timur. Kajian ini juga memberikan rekomendasi kebijakan untuk pemerintah daerah, lembaga pesantren, dan sektor swasta. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis tetapi juga manfaat praktis. Model santri kreatifpreneur diharapkan menjadi instrumen pemerataan pembangunan ekonomi di masa depan (Asri, 2023: 25).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature study) untuk memahami fenomena santri kreatifpreneur sebagai model perkembangan sosio-ekonomi di Jawa Timur. Pendekatan ini dipilih karena relevan dalam mengkaji konsep dan gagasan yang bersifat konseptual, teoritis, dan kontekstual. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam terhadap makna dan interpretasi sosial dari

berbagai sumber literatur yang ada. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fakta empiris, tetapi juga menafsirkan dinamika sosial dan ekonomi yang terkait. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip penelitian eksploratif dalam ilmu sosial (Creswell, 2014: 32).

Tahapan penelitian dilakukan dalam tiga langkah utama: (1) pengumpulan data literatur, (2) analisis dan kategorisasi data, dan (3) sintesis temuan untuk menghasilkan model konseptual. Pada tahap pertama, peneliti melakukan penelusuran literatur menggunakan basis data seperti Scopus, Google Scholar, dan DOAJ dengan kata kunci “santri entrepreneur”, “creative economy”, “Islamic boarding school economy”, dan “Jawa Timur”. Tahap kedua melibatkan proses penyaringan untuk mengelompokkan literatur berdasarkan tema relevan seperti pendidikan kewirausahaan santri, ekonomi kreatif berbasis pesantren, dan pemerataan pembangunan daerah. Selanjutnya, tahap sintesis dilakukan untuk menemukan pola dan hubungan antar variabel konseptual. Model analisis ini diadaptasi dari pendekatan *systematic literature review* (Kitchenham & Charters, 2007: 28).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) yang berfokus pada interpretasi mendalam terhadap isi literatur yang dikaji. Analisis ini melibatkan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola yang ditemukan dari berbagai sumber akademik. Peneliti berupaya mengidentifikasi tema-tema utama seperti nilai spiritual santri dalam ekonomi kreatif, tantangan kewirausahaan pesantren, dan implikasi sosial ekonomi terhadap pemerataan pembangunan. Analisis dilakukan secara tematik untuk menemukan relasi antar konsep dan membangun pemahaman komprehensif mengenai peran santri kreatifpreneur. Proses ini mengikuti prinsip analisis kualitatif dalam penelitian sosial (Miles & Huberman, 1994: 55).

Seluruh data literatur yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan tematik kualitatif untuk menemukan pola, kategori, dan hubungan antarkonsep. Proses analisis dilakukan secara manual dengan teknik pengkodean (coding) yang melibatkan identifikasi kata kunci, pernyataan penting, dan kesamaan tema antar literatur. Hasil pengkodean dikelompokkan ke dalam beberapa tema besar seperti “peran santri dalam ekonomi kreatif”, “transformasi pesantren”, dan “pemerataan ekonomi berbasis komunitas”. Setiap tema kemudian dibandingkan dan dikontraskan dengan teori yang ada untuk menghasilkan pemahaman konseptual yang lebih mendalam. Tahap ini merupakan inti dari pendekatan kualitatif berbasis literatur (Braun & Clarke, 2006: 79). Untuk memastikan kualitas interpretasi, peneliti menerapkan prinsip reflektivitas dengan meninjau kembali posisi peneliti terhadap data yang dianalisis. Dalam penelitian kualitatif, reflektivitas menjadi penting agar hasil analisis tidak terjebak pada bias subjektif. Peneliti berupaya menjaga objektivitas melalui proses *cross-validation* terhadap sumber literatur yang berbeda. Selain itu, interpretasi yang dihasilkan tidak bersifat generalisasi, melainkan kontekstual terhadap situasi sosio-ekonomi pesantren di Jawa Timur. Pendekatan reflektif ini memperkuat integritas metodologis penelitian (Tracy, 2010: 842).

Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk menghasilkan sintesis teoritis dan konseptual tentang bagaimana model santri kreatifpreneur dapat menjadi alternatif dalam pemerataan pembangunan ekonomi di Jawa Timur. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, penelitian ini tidak hanya merangkum hasil riset terdahulu, tetapi juga membangun kerangka baru yang menjembatani aspek spiritual, sosial, dan ekonomi dalam konteks pesantren. Hasil akhir diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan teori ekonomi Islam dan model pemberdayaan masyarakat berbasis pesantren. Selain itu, temuan penelitian juga diharapkan berguna bagi pembuat kebijakan dalam menyusun strategi pembangunan yang inklusif dan berkeadilan.

Pendekatan integratif ini sejalan dengan tujuan penelitian kualitatif kontemporer (Flick, 2018: 51).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Santri Creativepreneur* Sebagai Alternatif Model Implementasi Sosio – Ekonomi

Santri sebagai agen perubahan sosial-ekonomi memiliki potensi besar dalam membangun model kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam yang berorientasi pada kemaslahatan sosial. Konsep *creativepreneurship* yang dikembangkan di lingkungan pesantren tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga pada penguatan karakter dan spiritualitas wirausaha (Zohar & Marshall, 2000: 88). Pendekatan ini menempatkan nilai-nilai tauhid, kejujuran, dan keberkahan sebagai fondasi utama dalam aktivitas ekonomi (Beekun, 2012: 42). Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, santri kreatifpreneur menjadi jembatan antara ekonomi berbasis agama dan ekonomi modern (Rahardjo, 2018: 65). Kebaruan dari model ini adalah integrasi antara spiritual capital dan creative economy sebagai kekuatan penggerak ekonomi masyarakat berbasis pesantren.

Kewirausahaan santri tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai *akhlaqul karimah* yang melekat dalam pendidikan pesantren. Pendidikan karakter yang dijalankan dalam sistem pesantren membentuk mindset produktif yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tanggung jawab sosial (Nata, 2015: 94). Model pembelajaran kewirausahaan berbasis nilai keislaman menciptakan pelaku ekonomi yang beretika, inovatif, dan berdaya saing (Ali, 2019: 117). Selain itu, santri kreatifpreneur memiliki keunikan karena aktivitas bisnisnya terhubung dengan dakwah dan pemberdayaan sosial (Karim, 2010: 28). Inilah bentuk sintesis antara *entrepreneurial behavior* dan *religious motivation* yang membedakan mereka dari wirausahawan sekuler.

Dalam konteks ekonomi kreatif, santri kreatifpreneur berperan sebagai inovator sosial yang menciptakan nilai tambah dari potensi lokal berbasis budaya pesantren. Menurut Howkins (2001: 15), ekonomi kreatif adalah sistem ekonomi yang menekankan kreativitas manusia sebagai sumber daya utama. Ketika nilai-nilai spiritual dimasukkan ke dalam sistem tersebut, maka terbentuklah model kewirausahaan yang beretika dan berkelanjutan (Florida, 2002: 45). Di Indonesia, konsep ini menjadi relevan karena potensi pesantren sebagai pusat pendidikan dan ekonomi lokal sangat besar (Mukti, 2020: 66). Novelty-nya terletak pada sinergi antara *spiritual creativity* dan *cultural entrepreneurship* yang belum banyak dieksplorasi secara akademik.

Santri kreatifpreneur juga mengaktualisasikan nilai *ukhuwah* dan *amanah* dalam kegiatan ekonomi yang kolaboratif. Kolaborasi tersebut menjadi basis dalam membangun ekonomi komunitas yang inklusif (Putnam, 2000: 19). Nilai-nilai kepercayaan dan kebersamaan menjadi sumber modal sosial yang memperkuat jaringan bisnis pesantren (Coleman, 1988: 102). Dalam konteks ekonomi Islam, modal sosial ini dianggap sebagai instrumen penting untuk memperkuat keberlanjutan ekonomi umat (Fukuyama, 1995: 63). Kekuatan kebersamaan inilah yang membedakan santri kreatifpreneur dari pelaku bisnis individualistik di ekonomi kapitalistik.

Proses transformasi santri menjadi *creativepreneur* merupakan bentuk konkret dari rekontekstualisasi nilai pendidikan pesantren agar relevan dengan tantangan zaman. Pesantren yang dulunya dikenal sebagai pusat dakwah kini bertransformasi menjadi pusat inovasi ekonomi berbasis syariah (Bruinessen, 2015: 77). Pergeseran ini mencerminkan perubahan paradigma dari *tafaqquh fiddin* semata menuju *tafaqquh fil hayat*, yaitu pemahaman Islam yang aplikatif terhadap kehidupan sosial-ekonomi (Hefner, 2009: 130). Menurut Raharjo (2017: 92), transformasi ini menunjukkan kemampuan adaptif pesantren

dalam menjawab dinamika ekonomi global tanpa kehilangan identitasnya. Inovasi ini menjadi kontribusi baru bagi teori pembangunan berbasis nilai-nilai spiritual.

Santri kreatifpreneur dapat dipahami melalui teori *Islamic entrepreneurship* yang menekankan keselarasan antara kerja, ibadah, dan tanggung jawab sosial (Kayed & Hassan, 2010: 58). Dalam konteks ini, aktivitas ekonomi tidak sekadar mencari keuntungan, tetapi juga menjadi sarana pengabdian kepada masyarakat (Abeng, 1997: 71). Prinsip keseimbangan antara *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat) menjadi dasar bagi santri dalam berwirausaha (Chapra, 2000: 25). Model ini menunjukkan keunikan epistemologis karena menggabungkan spiritualitas dan inovasi ekonomi secara harmonis.

Pendidikan kewirausahaan di pesantren menjadi instrumen strategis dalam membentuk generasi santri yang adaptif dan kreatif. Menurut Gibb (2002: 45), pendidikan kewirausahaan efektif jika dikembangkan dalam lingkungan yang menumbuhkan inisiatif dan tanggung jawab. Pesantren memiliki lingkungan sosial yang sangat mendukung pembentukan karakter demikian (Azra, 2012: 38). Dengan dukungan kyai sebagai figur panutan, nilai-nilai etika bisnis Islam dapat tertanam kuat dalam praktik wirausaha (Sakai, 2015: 80). Pembelajaran berbasis pengalaman dan nilai spiritual ini menjadi keunggulan kompetitif santri di tengah ekonomi digital modern.

Selain itu, pengembangan santri kreatifpreneur juga sejalan dengan kebijakan ekonomi kreatif nasional yang menekankan inovasi dan partisipasi masyarakat lokal. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menempatkan pesantren sebagai mitra potensial dalam penguatan ekonomi berbasis komunitas (Kemenparekraf, 2022: 14). Hal ini diperkuat oleh temuan Suryana (2019: 90) yang menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dapat tumbuh optimal jika didukung oleh pendidikan dan nilai-nilai moral. Dengan demikian, pesantren berfungsi sebagai pusat pengembangan sumber daya manusia kreatif yang beretika (Madjid, 2020: 55). Inilah bentuk sinergi nyata antara kebijakan publik dan nilai religius.

Secara teoretis, santri kreatifpreneur juga dapat dijelaskan melalui konsep *social innovation* yang menekankan penciptaan solusi baru untuk kebutuhan sosial (Mulgan, 2007: 35). Dalam kerangka ini, aktivitas ekonomi santri bukan hanya mencari keuntungan, tetapi juga berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial (Moulaert & Sekia, 2003: 53). Pesantren berperan sebagai laboratorium sosial tempat ide-ide inovatif lahir dari interaksi nilai dan kebutuhan masyarakat (Borzaga & Defourny, 2001: 112). Inovasi sosial ini memperkuat dimensi kemanusiaan dalam ekonomi Islam.

Konteks Jawa Timur sebagai pusat pesantren terbesar di Indonesia menjadikan daerah ini sebagai laboratorium ideal untuk mengembangkan model santri kreatifpreneur. Menurut BPS (2022: 27), terdapat lebih dari 6.000 pesantren di wilayah ini dengan potensi ekonomi besar. Dengan dukungan infrastruktur dan budaya kewirausahaan yang kuat, pesantren dapat menjadi penggerak ekonomi daerah (Halim, 2021: 48). Hal ini diperkuat oleh penelitian Setiawan (2020: 75) yang menunjukkan peran pesantren dalam menciptakan lapangan kerja berbasis nilai Islam. Maka, santri kreatifpreneur menjadi instrumen strategis pemerataan ekonomi di Jawa Timur.

Dalam dimensi sosial, santri kreatifpreneur berfungsi sebagai agen perubahan yang memperkuat jaringan ekonomi berbasis kepercayaan (*trust-based economy*). Menurut Fukuyama (1995: 88), kepercayaan sosial merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan bisnis. Dalam pesantren, nilai *ukhuwah* menciptakan solidaritas ekonomi yang kuat (Putnam, 2000: 59). Selain itu, konsep *ummah economy* dalam Islam menekankan pentingnya kerja sama dalam aktivitas produksi dan distribusi (Chapra, 2008: 114). Hal ini menegaskan bahwa ekonomi berbasis santri berakar pada nilai moral dan kolektivitas sosial.

Dalam praktiknya, santri kreatifpreneur juga mendukung pengembangan *local branding* berbasis kearifan pesantren. Menurut Pine dan Gilmore (1999: 27), pengalaman

emosional dan nilai budaya dapat meningkatkan daya tarik produk kreatif. Pesantren dengan identitas Islamnya memiliki modal simbolik yang kuat untuk membangun merek produk berbasis spiritualitas (Bourdieu, 1986: 47). Hal ini sejalan dengan pandangan Throsby (2001: 63) bahwa nilai budaya dapat menjadi sumber daya ekonomi yang berkelanjutan. Dengan demikian, spiritualitas menjadi nilai tambah dalam ekonomi kreatif berbasis santri.

Dalam konteks kebijakan, penguatan ekosistem santri kreatifpreneur memerlukan sinergi antara lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan sektor swasta. Menurut Porter (1998: 72), klaster ekonomi yang kuat terbentuk melalui kolaborasi lintas aktor. Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator yang menyediakan akses permodalan dan pelatihan kewirausahaan (Todaro & Smith, 2015: 40). Selain itu, lembaga keuangan syariah perlu memperkuat dukungan pembiayaan terhadap bisnis berbasis pesantren (Ascarya, 2017: 61). Sinergi ini menjadi pondasi bagi pertumbuhan ekonomi inklusif.

Dalam konteks globalisasi, santri kreatifpreneur menghadapi tantangan digitalisasi dan persaingan pasar bebas. Menurut Schwab (2016: 18), era revolusi industri 4.0 menuntut pelaku ekonomi untuk berinovasi dan beradaptasi cepat. Pesantren harus mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jaringan bisnis dan pemasaran produk halal (Nasution, 2020: 52). Selain itu, kemampuan literasi digital menjadi kunci bagi santri agar tetap kompetitif di pasar global (Susanto, 2021: 33). Integrasi teknologi dan nilai spiritual menjadi kombinasi unik yang membentuk *digital Islamic entrepreneurship*. Di sisi lain, santri kreatifpreneur juga memiliki dimensi ekologis dalam kegiatan bisnisnya. Prinsip *halalan tayyiban* mengajarkan pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam produksi ekonomi (Kamali, 2010: 99). Konsep ini selaras dengan teori ekonomi hijau yang menekankan keseimbangan antara pertumbuhan dan kelestarian lingkungan (Pearce et al., 1989: 73). Pesantren dapat menjadi pelopor wirausaha hijau berbasis etika Islam (Asnawi, 2019: 41). Pendekatan ini menambah dimensi baru pada konsep kewirausahaan Islam yang ramah lingkungan.

Kebaruan ilmiah (novelty) dalam konsep santri kreatifpreneur terletak pada integrasi antara *spiritual-based entrepreneurship*, *creative economy*, dan *community empowerment*. Tidak seperti model kewirausahaan konvensional yang menekankan individualisme, santri kreatifpreneur menempatkan solidaritas sosial sebagai inti kegiatan ekonomi (Yunus, 2010: 27). Model ini juga berbeda dari konsep ekonomi syariah klasik karena menambahkan elemen inovasi dan kreativitas sebagai faktor penggerak (Mahmood, 2018: 48). Dengan demikian, santri kreatifpreneur menghadirkan paradigma baru dalam pembangunan ekonomi Islam kontemporer.

Transformasi pesantren menuju basis ekonomi kreatif berbasis santri tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga kultural. Menurut Geertz (1960: 115), pesantren merupakan pusat kebudayaan Islam Nusantara yang memiliki fungsi sosial strategis. Ketika fungsi itu diperluas ke ranah ekonomi, maka pesantren menjadi agen modernisasi sosial (Ricklefs, 2012: 74). Selain itu, pendekatan *cultural entrepreneurship* memungkinkan pelestarian budaya lokal sekaligus peningkatan kesejahteraan (Swedberg, 2006: 54). Transformasi ini memperkuat peran pesantren sebagai pilar ekonomi dan budaya bangsa. Dalam konteks teoritis, santri kreatifpreneur juga dapat dilihat melalui perspektif *embedded economy*, yaitu ekonomi yang tertanam dalam struktur sosial dan nilai moral masyarakat (Granovetter, 1985: 93). Aktivitas ekonomi pesantren tidak berdiri sendiri, melainkan terkait erat dengan sistem nilai Islam dan struktur sosial lokal (Polanyi, 1944: 88). Konsep ini memperkuat legitimasi ekonomi berbasis santri sebagai sistem ekonomi alternatif yang berakar pada tradisi sosial-religius (Hodgson, 2001: 72). Dengan demikian, ekonomi pesantren merupakan model hibrida antara pasar dan moralitas.

Keberhasilan implementasi model santri kreatifpreneur sangat bergantung pada dukungan ekosistem sosial yang kondusif. Menurut North (1990: 65), institusi sosial yang

kuat merupakan prasyarat utama bagi keberhasilan sistem ekonomi. Dalam konteks pesantren, institusi keagamaan berfungsi sebagai pengatur moral dan penjamin keadilan sosial (Weber, 1905: 81). Selain itu, keberadaan komunitas santri menjadi modal sosial yang memperkuat jejaring ekonomi berbasis kepercayaan (Putnam, 2000: 37). Ini menegaskan bahwa ekosistem sosial adalah fondasi dari ekonomi spiritual berbasis pesantren. Dari sisi pembangunan daerah, santri kreatifpreneur memberikan kontribusi pada pemerataan ekonomi di Jawa Timur melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kapasitas ekonomi lokal. Menurut Todaro (2000: 92), pembangunan inklusif menuntut partisipasi masyarakat akar rumput. Pesantren memiliki potensi besar untuk menggerakkan ekonomi daerah melalui model kewirausahaan sosial (Yusuf, 2019: 56). Selain itu, pendekatan ini memperkuat daya saing ekonomi regional tanpa mengorbankan nilai-nilai lokal (Dewi, 2020: 47). Hal ini menjadikan santri kreatifpreneur sebagai agen pembangunan yang strategis dan relevan.

Secara keseluruhan, konsep santri kreatifpreneur merepresentasikan integrasi antara spiritualitas, kreativitas, dan tanggung jawab sosial dalam praktik ekonomi modern. Model ini menawarkan paradigma baru pembangunan ekonomi yang tidak hanya mengejar pertumbuhan, tetapi juga keadilan dan keberlanjutan (Sen, 1999: 121). Dengan fondasi nilai-nilai Islam dan semangat inovasi, santri kreatifpreneur menjadi alternatif implementasi sosio-ekonomi yang khas Indonesia (Sakai, 2021: 62). Melalui pendekatan ini, pesantren dapat berkontribusi pada transformasi ekonomi nasional menuju sistem yang lebih inklusif dan beretika (Abdullah, 2022: 53).

Analisis Implementasi Santri Creativepreneur Sebagai Pendorong Pemerataan Pembanguna Ekonomi

Implementasi konsep santri creativepreneur dalam konteks pemerataan pembangunan ekonomi di Jawa Timur menunjukkan bahwa peran santri tidak hanya terbatas pada bidang keagamaan, tetapi juga merambah sektor ekonomi produktif. Santri memiliki modal sosial berupa jaringan keagamaan dan solidaritas komunitas yang kuat, yang dapat menjadi basis pengembangan wirausaha kreatif berbasis pesantren (Putnam, 2000: 67). Lebih jauh, pendekatan ekonomi kreatif berfokus pada penggabungan ide, inovasi, dan budaya sebagai nilai tambah ekonomi (Howkins, 2013: 24). Oleh karena itu, santri creativepreneur menjadi agen transformasi sosial-ekonomi yang menjembatani spiritualitas dan produktivitas (Florida, 2019: 89).

Santri creativepreneur memperlihatkan integrasi antara nilai keislaman dan kreativitas ekonomi, di mana pesantren menjadi laboratorium sosial untuk pengembangan kewirausahaan berbasis moralitas. Menurut Schumpeter (1942: 56), inovasi merupakan elemen penting dalam proses pembangunan ekonomi, dan santri memiliki potensi besar untuk menjadi inovator sosial melalui kegiatan produktif yang bernilai etis. Hal ini sejalan dengan pandangan Weber (1958: 102) bahwa etika kerja berbasis nilai spiritual dapat mendorong munculnya kapitalisme etis yang produktif. Dalam konteks ekonomi Islam, aktivitas santri yang kreatif termasuk dalam ranah *amal saleh ekonomi* yang berdimensi ibadah (Chapra, 1992: 41).

Pondok pesantren di Jawa Timur memiliki sejarah panjang sebagai pusat pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Dhofier (1982: 134), pesantren memiliki peran ganda: membentuk akhlak dan memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar. Model pesantren yang mengintegrasikan kurikulum ekonomi kreatif telah mulai diterapkan di beberapa daerah seperti Jombang dan Pasuruan (Zamakhsyari, 2018: 22). Dengan demikian, pesantren bukan hanya lembaga dakwah, tetapi juga wadah pengembangan ekonomi berbasis kearifan lokal dan kreativitas (Azra, 2010: 76).

Keterlibatan santri dalam sektor ekonomi kreatif memperlihatkan kemunculan ekonomi alternatif yang berakar dari spiritualitas. Menurut Rifkin (2011: 58), ekonomi kolaboratif berbasis komunitas memiliki potensi memperkecil kesenjangan sosial karena mengutamakan distribusi keuntungan secara merata. Santri, melalui koperasi pesantren dan usaha kreatif berbasis komunitas, menunjukkan praktik nyata ekonomi kolaboratif tersebut (Suyatno, 2020: 143). Selain itu, perspektif Amartya Sen (1999: 112) tentang *capability approach* menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi bukan hanya soal pendapatan, tetapi juga peningkatan kemampuan individu dalam mengaktualisasikan potensi sosial dan spiritual.

Pemerataan pembangunan ekonomi melalui santri creativepreneur dapat dilihat dari aspek inklusivitas dan keberlanjutan. Santri memiliki potensi besar untuk menciptakan usaha yang melibatkan masyarakat sekitar, khususnya di pedesaan (Todaro & Smith, 2015: 231). Melalui pendekatan ini, ekonomi pesantren tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru, tetapi juga menjaga keseimbangan antara nilai ekonomi dan nilai sosial (Yunus, 2010: 65). Dalam konteks Islam, aktivitas ini merupakan implementasi nyata dari prinsip *maslahah* dan *ukhuwah ekonomi* (Mannan, 1986: 93). Peran santri creativepreneur juga memperkuat ekosistem ekonomi berbasis spiritualitas. Konsep *spiritual-based entrepreneurship* menekankan pentingnya nilai kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan sosial dalam aktivitas bisnis (Zohar & Marshall, 2004: 47). Dalam hal ini, santri menjadi pelaku ekonomi yang berorientasi pada keseimbangan antara dunia dan akhirat. Model seperti ini menunjukkan pergeseran paradigma dari *profit oriented economy* menuju *value oriented economy* (Hassan, 2017: 178).

Pesantren sebagai institusi sosial memiliki keunggulan komparatif karena mampu menanamkan nilai etika bisnis Islam sejak dini. Menurut Rahman (2010: 57), pesantren merupakan *social incubator* yang efektif untuk mencetak pengusaha sosial berbasis nilai. Dengan dukungan lingkungan spiritual dan kedisiplinan moral, pesantren menjadi ekosistem ideal untuk menumbuhkan santri yang mandiri secara ekonomi. Selain itu, menurut Porter (1990: 84), keunggulan kompetitif suatu entitas ekonomi muncul ketika ada diferensiasi nilai, dan dalam hal ini spiritualitas menjadi faktor pembeda yang unik. Keterpaduan antara pendidikan agama dan pelatihan kewirausahaan merupakan langkah strategis dalam membentuk santri creativepreneur. Menurut Drucker (1985: 31), kewirausahaan dapat diajarkan melalui pendidikan yang mendorong kemampuan berpikir kritis dan berinovasi.

Pesantren dapat mengadaptasi prinsip ini dalam bentuk pelatihan ekonomi kreatif berbasis keislaman. Sejalan dengan itu, pendekatan *experiential learning* yang dikemukakan Kolb (1984: 91) dapat diintegrasikan dalam sistem pendidikan pesantren agar santri belajar melalui praktik ekonomi langsung. Salah satu keunggulan santri creativepreneur terletak pada kemampuannya memanfaatkan nilai-nilai Islam untuk menciptakan produk ekonomi yang autentik dan etis. Konsep halal lifestyle yang berkembang secara global dapat menjadi peluang besar bagi santri untuk mengembangkan produk kreatif berlabel halal (Alserhan, 2011: 66). Selain itu, konsep *Islamic branding* juga memperkuat daya saing produk berbasis spiritualitas (Wilson & Liu, 2010: 123). Dalam konteks ini, santri tidak hanya menjadi konsumen nilai-nilai Islam, tetapi juga produsen nilai ekonomi yang Islami. Model pemerataan ekonomi berbasis pesantren ini memiliki relevansi dengan pendekatan ekonomi inklusif. Menurut Stiglitz (2012: 49), pemerataan pembangunan dapat dicapai dengan memastikan partisipasi seluruh lapisan masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Pesantren, dengan jaringan sosialnya yang luas, dapat menjadi katalis inklusi ekonomi di tingkat lokal. Dalam perspektif Islam, ini sejalan dengan konsep *adl* dan *tawazun* yang menekankan keseimbangan dan keadilan sosial (Siddiqi, 1992: 83).

Kehadiran santri creativepreneur berperan sebagai katalis dalam memperluas basis ekonomi lokal yang berbasis nilai-nilai spiritual dan sosial. Menurut Granovetter (1985:

487), hubungan sosial yang kuat dalam komunitas lokal mampu meningkatkan efektivitas kegiatan ekonomi karena adanya kepercayaan dan jaringan sosial. Dalam konteks pesantren, jaringan alumni dan hubungan kiai-santri menjadi modal sosial yang strategis untuk mendorong kegiatan kewirausahaan (Putnam, 2000: 68). Sementara itu, menurut Bourdieu (1986: 243), modal budaya dan sosial yang dimiliki komunitas religius dapat dikonversi menjadi modal ekonomi melalui proses kreatif yang berkelanjutan.

Santri creativepreneur juga memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat melalui pengembangan unit usaha berbasis lokal seperti kuliner halal, desain Islami, hingga produk digital berbasis nilai Islam. Florida (2019: 75) menegaskan bahwa kreativitas adalah sumber daya ekonomi utama abad ke-21 yang berperan dalam menggerakkan ekonomi berbasis pengetahuan. Dalam konteks ini, santri yang memahami nilai spiritual sekaligus memiliki keterampilan kreatif mampu menciptakan keseimbangan antara inovasi dan etika (Howkins, 2013: 122). Sebagaimana dijelaskan Drucker (1985: 113), wirausaha sukses bukan hanya mereka yang menciptakan produk baru, tetapi juga mereka yang mampu memberikan nilai tambah berbasis ide dan moralitas.

Peran pesantren sebagai ekosistem ekonomi kreatif berbasis spiritualitas juga memperlihatkan bentuk *community-based economy* yang berorientasi pada kesejahteraan bersama. Yunus (2010: 94) menjelaskan bahwa ekonomi berbasis komunitas mampu menekan kesenjangan sosial dengan membangun usaha sosial yang inklusif. Dalam konteks Islam, Chapra (1992: 67) menegaskan bahwa kesejahteraan ekonomi harus diukur dari tingkat keadilan sosial, bukan semata pertumbuhan finansial. Sedangkan Rifkin (2011: 102) menambahkan bahwa model ekonomi kolaboratif memperkuat solidaritas sosial dan menciptakan sistem ekonomi yang lebih humanis. Santri creativepreneur menjadi bukti nyata bahwa nilai religius dapat diterjemahkan menjadi praktik ekonomi modern yang produktif. Weber (1958: 105) menunjukkan bahwa etika keagamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi masyarakat. Dalam Islam, konsep *ihsan* dan *amanah* menjadi dasar moral bagi setiap aktivitas ekonomi (Mannan, 1986: 47). Selain itu, Zohar dan Marshall (2004: 89) menjelaskan bahwa spiritual intelligence (SQ) dapat meningkatkan tanggung jawab sosial dan etika bisnis dalam dunia modern.

Kegiatan ekonomi kreatif berbasis pesantren juga menjadi salah satu bentuk ekonomi alternatif yang tangguh terhadap krisis. Menurut Sen (1999: 143), masyarakat yang memiliki modal sosial dan spiritual cenderung lebih resilien terhadap tekanan ekonomi karena mengedepankan prinsip gotong royong dan adaptasi kolektif. Sementara itu, Todaro dan Smith (2015: 211) menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi yang berkelanjutan hanya dapat dicapai jika masyarakat memiliki peran aktif dalam mengelola sumber daya lokal. Dalam konteks ini, santri creativepreneur mengaktualisasikan kemandirian ekonomi yang berakar dari nilai moral dan solidaritas sosial (Rahman, 2010: 121). Dari sisi kebijakan publik, peran pemerintah daerah sangat penting dalam mendukung ekosistem santri creativepreneur melalui pelatihan, akses permodalan, dan digitalisasi. Menurut Porter (1990: 144), daya saing ekonomi daerah sangat ditentukan oleh kualitas kluster industri dan kemampuan inovasi pelaku ekonomi lokal. Bappenas (2020: 34) menekankan bahwa kolaborasi antara pesantren, UMKM, dan pemerintah dapat mempercepat penciptaan lapangan kerja baru di daerah. Selain itu, Ahyar dan Wibowo (2019: 78) menambahkan bahwa sinergi antara kebijakan ekonomi kreatif dan ekonomi syariah merupakan langkah strategis untuk mewujudkan pemerataan ekonomi nasional.

Transformasi santri menjadi creativepreneur juga mencerminkan bentuk baru dari *Islamic social innovation*. Menurut Mulgan (2007: 13), inovasi sosial adalah solusi kreatif untuk permasalahan sosial yang menggabungkan nilai sosial dan ekonomi. Dalam

konteks ini, santri memanfaatkan nilai keagamaan untuk menciptakan produk dan jasa yang relevan dengan kebutuhan masyarakat (Wilson, 2012: 107). Sementara itu, teori *triple helix* Etzkowitz dan Leydesdorff (2000: 117) menjelaskan bahwa kolaborasi antara pendidikan, pemerintah, dan industri diperlukan untuk mendorong inovasi berkelanjutan dalam masyarakat berbasis pengetahuan.

Santri creativepreneur juga memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan ekonomi digital yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Hassan (2017: 201), transformasi digital dalam ekonomi Islam harus memastikan bahwa semua proses bisnis tetap mematuhi nilai etika dan keadilan. Kehadiran e-commerce halal dan platform digital berbasis pesantren menjadi bukti integrasi antara modernitas dan moralitas (Alserhan, 2011: 92). Selain itu, penelitian oleh Wilson dan Liu (2010: 137) menunjukkan bahwa *Islamic branding* yang dikelola secara kreatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar global bagi produk santri.

Pesantren juga berperan penting dalam membangun kesadaran kewirausahaan sosial melalui kurikulum berbasis praktik ekonomi. Drucker (1985: 67) menyatakan bahwa kewirausahaan dapat dilatih melalui pembelajaran berbasis pengalaman nyata. Hal ini sejalan dengan pendekatan *experiential learning* Kolb (1984: 75), yang menekankan pentingnya refleksi dan praktik langsung dalam pembelajaran. Menurut Suyatno (2020: 119), model pendidikan kewirausahaan pesantren mampu mencetak generasi santri yang tidak hanya berilmu agama, tetapi juga memiliki mental inovatif dan kompetitif.

Perkembangan santri creativepreneur juga memperlihatkan dimensi baru dalam pembangunan berkelanjutan berbasis kearifan lokal. Sachs (2015: 54) menjelaskan bahwa keberlanjutan ekonomi memerlukan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan sumber daya lokal. Dalam konteks pesantren, partisipasi ini diwujudkan melalui penguatan koperasi dan usaha kreatif yang dikelola bersama santri dan masyarakat sekitar (Azra, 2010: 76). Sementara itu, teori *shared value* Porter dan Kramer (2011: 5) menegaskan bahwa nilai ekonomi dapat diciptakan bersamaan dengan nilai sosial, yang sejalan dengan praktik ekonomi pesantren.

Santri creativepreneur pada dasarnya mewakili model *grassroot innovation* yang tumbuh dari bawah, berakar pada budaya lokal, dan memperkuat perekonomian nasional. Leadbeater (1997: 23) menjelaskan bahwa inovasi dari bawah (*bottom-up innovation*) sering kali lebih berkelanjutan karena muncul dari kebutuhan riil masyarakat. Dalam konteks pesantren, inovasi ini hadir dalam bentuk pengelolaan usaha agribisnis, kuliner halal, dan ekonomi digital berbasis nilai keislaman (Zamakhshari, 2018: 65). Sebagaimana dijelaskan Prahalad (2005: 88), kekuatan ekonomi masyarakat bawah (*base of the pyramid*) adalah fondasi bagi pertumbuhan ekonomi inklusif. Dengan demikian, implementasi santri creativepreneur memberikan arah baru bagi pembangunan ekonomi di Jawa Timur yang lebih inklusif, berbasis spiritualitas, dan berkelanjutan. Model ini menggabungkan prinsip *maslahah*, kreativitas, dan pemberdayaan lokal dalam satu kerangka pembangunan. Sebagaimana ditegaskan Stiglitz (2012: 54), pemerataan ekonomi tidak akan tercapai tanpa inovasi sosial dan partisipasi komunitas. Dalam hal ini, santri creativepreneur merupakan inovasi sosial khas Indonesia yang memadukan nilai religius dan ekonomi kreatif secara harmonis (Howkins, 2013: 79).

Implikasi teoretis dari implementasi santri creativepreneur memberikan pandangan baru tentang hubungan antara spiritualitas dan ekonomi kreatif dalam konteks pembangunan daerah. Konsep ini menantang paradigma ekonomi konvensional yang terlalu menitikberatkan pada rasionalitas pasar (Weber, 1958: 112). Dalam ekonomi Islam, spiritualitas menjadi variabel penting yang memengaruhi perilaku ekonomi melalui nilai-nilai *amanah* dan *ihsan* (Chapra, 1992: 45). Sementara itu, Schumpeter (1934: 65)

menjelaskan bahwa kewirausahaan sejati adalah tindakan inovatif yang menggerakkan pembangunan ekonomi melalui kreativitas dan nilai-nilai moral.

Model santri creativepreneur memperkuat teori modal sosial dan budaya yang dikemukakan oleh Bourdieu (1986: 243), di mana hubungan sosial, habitus, dan simbol keagamaan dapat dikonversi menjadi kekuatan ekonomi produktif. Hal ini juga sejalan dengan teori Putnam (2000: 68), yang menegaskan bahwa kepercayaan sosial mempercepat kerja sama ekonomi di tingkat komunitas. Dalam konteks pesantren, jaringan alumni, hubungan guru-murid, dan nilai gotong royong membentuk ekosistem sosial-ekonomi yang unik (Granovetter, 1985: 492). Oleh karena itu, santri creativepreneur menjadi wujud nyata bagaimana nilai religius dapat dioperasionalkan dalam kegiatan ekonomi modern. Dari sisi teori pembangunan, konsep ini memperkaya pendekatan *endogenous development* yang menekankan pentingnya partisipasi lokal dan kearifan budaya (Todaro & Smith, 2015: 224). Sachs (2015: 59) menambahkan bahwa pembangunan berkelanjutan harus berbasis komunitas dan spiritualitas agar tidak menimbulkan kesenjangan struktural. Dalam hal ini, pesantren menjadi aktor lokal yang memiliki legitimasi moral dan sosial dalam menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar. Model ini menegaskan bahwa pembangunan tidak hanya persoalan ekonomi makro, tetapi juga soal penguatan moralitas dan solidaritas sosial (Sen, 1999: 131).

Konsep santri creativepreneur juga memiliki implikasi terhadap teori *creative economy* yang dikemukakan oleh Howkins (2013: 101). Ia menekankan bahwa kreativitas adalah sumber utama nilai ekonomi baru, bukan hanya modal finansial. Dalam konteks santri, kreativitas itu muncul dari integrasi nilai keislaman dengan kemampuan inovatif dalam menciptakan produk atau layanan (Florida, 2019: 73). Selain itu, Drucker (1985: 119) menegaskan bahwa inovasi sosial yang digerakkan oleh nilai etika justru lebih berkelanjutan daripada inovasi yang semata berorientasi pada keuntungan.

Secara teoretis, model ini juga merekonstruksi pemahaman tentang *Islamic entrepreneurship*, yaitu kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada laba tetapi juga keberkahan dan keadilan sosial (Mannan, 1986: 53). Hal ini mendukung pandangan Wilson (2012: 109) bahwa *Islamic branding* tidak hanya tentang simbol agama, tetapi mencerminkan perilaku bisnis etis dan nilai spiritual yang hidup dalam praktik ekonomi. Sebagaimana ditegaskan oleh Ali dan Al-Owaidan (2008: 16), etika Islam dalam bisnis adalah fondasi bagi keberlanjutan ekonomi yang berkeadilan.

Implikasi lain muncul dalam ranah teori inovasi sosial. Mulgan (2007: 23) menyatakan bahwa inovasi sosial yang efektif harus mengintegrasikan nilai sosial, spiritual, dan ekonomi secara seimbang. Santri creativepreneur merupakan contoh nyata bagaimana nilai religius dapat menjadi sumber inovasi dalam menghadapi tantangan modernitas. Menurut Etzkowitz dan Leydesdorff (2000: 121), inovasi berkelanjutan muncul dari sinergi antara institusi pendidikan, industri, dan pemerintah. Dalam konteks ini, pesantren berperan sebagai aktor pendidikan yang menghasilkan inovator sosial berbasis nilai Islam.

Teori *triple helix* juga mendapatkan pengayaan baru dengan masuknya variabel religiusitas dalam kolaborasi antara akademisi, pemerintah, dan sektor swasta. Sebagaimana dijelaskan oleh Leydesdorff (2012: 144), model inovasi perlu disesuaikan dengan konteks budaya dan spiritual masyarakat agar dapat diimplementasikan secara efektif. Dalam ekosistem santri creativepreneur, kolaborasi ini terwujud dalam bentuk kemitraan antara pesantren, UMKM, dan lembaga keuangan syariah (Ahyar & Wibowo, 2019: 78). Sementara itu, Rahman (2010: 115) menambahkan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi Islam sangat tergantung pada sinergi kelembagaan dan keberlanjutan nilai moral.

Secara praktis, konsep ini menunjukkan bagaimana pendidikan pesantren dapat menjadi basis bagi pembangunan ekonomi kreatif daerah. Kolb (1984: 74) menjelaskan

bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) mampu menumbuhkan kreativitas dan kemampuan problem solving yang tinggi. Dalam konteks pesantren, santri belajar langsung mengelola usaha berbasis nilai Islam, baik dalam bidang kuliner, digital, maupun desain kreatif (Suyatno, 2020: 123). Pendekatan ini memperkuat peran lembaga pendidikan Islam sebagai pusat inovasi dan pemberdayaan masyarakat (Azra, 2010: 81). Dari segi kebijakan, implikasi praktisnya adalah perlunya integrasi antara *Islamic social finance* dengan program ekonomi kreatif berbasis komunitas. Menurut Chapra (2000: 114), sistem keuangan Islam dapat berfungsi sebagai alat distribusi kesejahteraan melalui *zakat*, *wakaf produktif*, dan *qard hasan*. Bappenas (2020: 35) menekankan pentingnya desain kebijakan yang mampu menjembatani lembaga pesantren dengan dunia industri kreatif. Selain itu, penelitian oleh Hassan (2017: 205) menunjukkan bahwa dukungan keuangan mikro syariah mampu memperkuat kemandirian usaha kreatif berbasis pesantren.

Secara praktis, santri creativepreneur juga dapat mendorong terciptanya lapangan kerja baru di sektor ekonomi kreatif halal. Menurut Porter (1990: 141), keunggulan kompetitif suatu wilayah bergantung pada kemampuan menciptakan klaster industri yang saling melengkapi. Dalam konteks Jawa Timur, klaster pesantren dapat menjadi basis baru pengembangan ekonomi berbasis nilai Islam (Supeno, 2019: 102). Sejalan dengan hal tersebut, Rachman dan Syamsuddin (2019: 57) menegaskan bahwa ekosistem halal yang kuat dapat memperkuat fondasi ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Implikasi teoretis berikutnya berkaitan dengan pembentukan *Islamic creative ecosystem*, yaitu ekosistem ekonomi kreatif yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Wilson dan Liu (2010: 133) menjelaskan bahwa keberhasilan branding halal dan kreatif bergantung pada konsistensi nilai dan inovasi. Hal ini diperkuat oleh Alserhan (2011: 97) yang menegaskan bahwa integritas spiritual menjadi unsur pembeda utama dalam pemasaran Islam. Selain itu, teori *shared value* Porter dan Kramer (2011: 7) relevan dalam konteks ini karena menekankan penciptaan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial.

Santri creativepreneur juga memberikan kontribusi terhadap teori *inclusive growth* dengan menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi dapat dicapai tanpa mengorbankan nilai sosial dan spiritual. Stiglitz (2012: 49) menegaskan bahwa pembangunan ekonomi harus memperhatikan dimensi keadilan sosial agar inklusif. Dalam konteks pesantren, model ini menumbuhkan peluang ekonomi bagi masyarakat marginal, termasuk kelompok muda dan perempuan (Yunus, 2010: 92). Sebagaimana dikemukakan oleh Sen (1999: 128), kebebasan ekonomi sejati hanya dapat dicapai jika masyarakat memiliki akses terhadap kesempatan yang adil dan bermartabat. Dari perspektif ekonomi Islam, santri creativepreneur memperkuat teori *maqashid al-syariah* sebagai landasan normatif pembangunan ekonomi. Menurut Dusuki (2008: 45), tujuan ekonomi Islam adalah mewujudkan kemaslahatan umum (*maslahah*) dengan tetap menjaga keseimbangan antara kebutuhan individu dan sosial. Mannan (1986: 54) menjelaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus memiliki dimensi etis, sosial, dan spiritual. Hal ini diperkuat oleh Rahman (2010: 119), yang menegaskan bahwa ekonomi Islam sejati harus memadukan keadilan distribusi dan nilai spiritualitas.

Implikasi praktis lain adalah peluang integrasi pesantren dengan sektor industri kreatif berbasis digital. Rifkin (2011: 106) menjelaskan bahwa ekonomi kolaboratif yang ditopang oleh teknologi mampu memperluas pemerataan kesejahteraan. Florida (2019: 79) menambahkan bahwa kreativitas berbasis digital dapat menjadi katalis transformasi sosial ekonomi di daerah berkembang. Dalam konteks santri, digitalisasi ekonomi pesantren menjadi solusi untuk memperluas akses pasar dan mempercepat inklusi ekonomi (Nasution, 2020: 84). Akhirnya, novelty utama dari model santri creativepreneur terletak pada integrasi nilai spiritualitas Islam, kreativitas modern, dan pemerataan ekonomi daerah. Model ini

bukan sekadar bentuk kewirausahaan baru, tetapi sebuah paradigma pembangunan alternatif yang berakar pada budaya pesantren dan keadilan sosial (Ahyyar & Wibowo, 2019: 79). Seperti ditegaskan oleh Howkins (2013: 124), ekonomi kreatif yang dikombinasikan dengan nilai moral akan menghasilkan keberlanjutan ekonomi jangka panjang. Dengan demikian, konsep santri creativepreneur menawarkan kontribusi teoretis dan praktis yang signifikan bagi pengembangan model sosio-ekonomi Islam di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari keseluruhan pembahasan mulai dari pendahuluan hingga akhir menunjukkan bahwa konsep Santri Creativepreneur merupakan inovasi model sosio-ekonomi Islam yang mampu menjembatani antara nilai religius, kreativitas, dan kemandirian ekonomi dalam kerangka pembangunan berkeadilan. Pada bagian pendahuluan, dibahas bahwa kesenjangan pembangunan ekonomi di Jawa Timur masih cukup tinggi antara wilayah perkotaan dan pedesaan, serta antara pusat dan pinggiran. Kondisi ini menuntut munculnya model pembangunan alternatif yang berbasis pada nilai-nilai sosial, spiritual, dan kearifan lokal. Pesantren dengan santrinya memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal melalui pendekatan *creativepreneurship* yang menggabungkan spiritualitas dengan inovasi ekonomi kreatif. Melalui kajian literatur yang mendalam, penelitian ini menemukan bahwa *Santri Creativepreneur* dapat menjadi instrumen strategis dalam mendorong pemerataan pembangunan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam. Dalam berbagai penelitian terdahulu, penguatan ekonomi pesantren terbukti berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui sektor-sektor produktif seperti industri halal, ekonomi kreatif, dan pariwisata berbasis religi.

Namun, meskipun peran pesantren semakin diakui, masih terdapat kekosongan akademik (*academic gap*) dalam mengkaji secara komprehensif bagaimana santri berperan aktif sebagai *creativepreneur* yang dapat mengintegrasikan nilai spiritual, sosial, dan ekonomi secara simultan. Dari sisi konseptual, hasil pembahasan menegaskan bahwa *Santri Creativepreneur* tidak hanya berfungsi sebagai agen ekonomi, tetapi juga sebagai agen sosial yang mempraktikkan nilai-nilai *ukhuwah*, kejujuran, dan *barakah* dalam setiap aktivitas ekonomi. Pendekatan ini memperkuat teori *Islamic socio-economic development*, di mana dimensi moral dan spiritual ditempatkan sejajar dengan efisiensi ekonomi dan inovasi kreatif. Dengan begitu, konsep *creativepreneurship* berbasis pesantren menciptakan keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan pelestarian nilai-nilai kemanusiaan. Selain itu, pembahasan memperlihatkan bahwa keberhasilan implementasi *Santri Creativepreneur* sangat bergantung pada sinergi antaraktor: pesantren sebagai pusat pendidikan dan spiritualitas, pemerintah sebagai fasilitator kebijakan, serta sektor swasta sebagai mitra pengembangan pasar dan inovasi. Melalui kolaborasi yang berkelanjutan, model ini dapat menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang lebih inklusif, berbasis komunitas, dan berorientasi pada kemandirian.

Secara praktis, model *Santri Creativepreneur* berimplikasi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia santri yang tidak hanya unggul dalam aspek keagamaan, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan teknologi, digitalisasi, dan peluang ekonomi kreatif global. Pesantren dapat menjadi inkubator ekonomi lokal yang menumbuhkan wirausaha muda berbasis nilai-nilai syariah, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat di daerah-daerah tertinggal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretik dan praktis dalam pengembangan paradigma baru *Islamic creative economy*, di mana santri tidak lagi dipandang hanya sebagai pelajar agama, tetapi sebagai pelaku utama ekonomi umat yang berorientasi pada kesejahteraan bersama. Model *Santri Creativepreneur* menghadirkan konsep pembangunan sosio-ekonomi yang berpihak pada pemerataan, keadilan, dan

keberlanjutan, sesuai dengan prinsip *maqashid al-syariah*. Secara keseluruhan, artikel ini menegaskan bahwa pembangunan ekonomi di Jawa Timur perlu diarahkan pada pendekatan yang menekankan kolaborasi antara spiritualitas dan kreativitas. Santri sebagai *creativepreneur* mampu menjadi pendorong utama dalam membangun ekonomi daerah berbasis nilai, moralitas, dan inovasi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas kewirausahaan santri serta kebijakan publik yang mendukung pertumbuhan ekonomi pesantren menjadi langkah strategis menuju pemerataan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Jawa timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2022). *Spiritual economics: Islamic approaches to inclusive development*. Yogyakarta: UII Press.
- Abeng, T. (1997). *Business ethics in Islamic perspective*. Jakarta: UI Press.
- Agustina, R., Hidayat, F., & Nur, A. (2022). *Etika bisnis Islam dalam membangun ekonomi kreatif pesantren di era digital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 8(2), 30–45.
- Ahyar, A., & Wibowo, A. (2019). *Sinergi kebijakan ekonomi kreatif dan ekonomi syariah dalam pemerataan ekonomi nasional*. Jakarta: Bappenas.
- Ahyar, M., & Wibowo, S. (2019). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024: Strategi dan implementasi ekonomi halal nasional*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas.
- Ali, A. J., & Al-Owaidan, A. (2008). Islamic work ethic: A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19.
- Ali, M. (2019). *Entrepreneurship and Islamic ethics in pesantren education*. Bandung: Alfabeta.
- Almuzakir, M., & Sulistyowati, R. (2023). *Model kewirausahaan santri dalam pembangunan ekonomi daerah berbasis pesantren di Jawa Timur*. Jurnal Pembangunan Sosial Islam, 5(1), 20–35.
- Alserhan, B. A. (2011). *The principles of Islamic marketing*. Surrey: Gower Publishing.
- Ascarya. (2017). *Akuntansi dan keuangan syariah: Integrasi nilai Islam dalam ekonomi modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asnawi, M. (2019). *Green entrepreneurship dalam perspektif Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Asri, D. (2023). *Model pengembangan santri kreatifpreneur berbasis lokalitas pesantren di Jawa Timur*. Jurnal Pengembangan Ekonomi Kreatif Islam, 4(1), 20–30.
- Azra, A. (2010). *Pesantren dan tantangan modernitas*. Jakarta: Prenada Media.
- Azra, A. (2012). *Pendidikan Islam: Tradisi dan modernisasi menuju milenium baru*. Jakarta: Prenada Media.
- Bappenas. (2020). *Laporan pembangunan ekonomi inklusif daerah 2020*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Beekun, R. I. (2012). *Character-centered leadership: Islamic perspectives*. Herndon, VA: IIIT.
- Borzaga, C., & Defourny, J. (2001). *The emergence of social enterprise*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.
- Brahim, F. (2016). *Moral ekonomi Islam dan pengembangan ekonomi kreatif berbasis pesantren*. Jurnal Ekonomi Islam Internasional, 7(2), 100–115.
- Bruinessen, M. van. (2015). *Pesantren and the changing religious landscape in Indonesia*. Singapore: ISEAS.
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the economic challenge*. Leicester: The Islamic Foundation.

- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic vision of development in the light of maqasid al-shariah*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(S1), S95–S120.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dewi, R. (2020). *Pemberdayaan ekonomi pesantren dan potensi ekonomi daerah*. Surabaya: UINSA Press.
- Dhofier, Z. (1982). *Tradisi pesantren: Studi tentang pandangan hidup kyai*. Jakarta: LP3ES.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Efendy, M., & Anisyah, L. (2021). Transformasi digital ekonomi pesantren di Madura: Tantangan dan peluang. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Islam*, 3(1), 12–20.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and “Mode 2” to a triple helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2019). *The new urban crisis*. New York: Basic Books.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: Free Press.
- Geertz, C. (1960). *The religion of Java*. Glencoe, IL: Free Press.
- Gibb, A. A. (2002). In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for learning. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Halim, M. (2021). *Peran pesantren dalam pengembangan ekonomi daerah Jawa Timur*. Malang: UB Press.
- Harjawati, D., & Nourwahida, R. (2022). Peran santri dalam penguatan ekonomi daerah melalui ekonomi kreatif pesantren di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Sosial Keislaman*, 10(1), 10–20.
- Hassan, A. (2017). *Digital transformation in Islamic economics*. Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Hefner, R. W. (2009). *Making modern Muslims: The politics of Islamic education in Southeast Asia*. Honolulu: University of Hawai’i Press.
- Hodgson, G. M. (2001). *How economics forgot history: The problem of historical specificity in social science*. London: Routledge.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How to transform ideas into profits* (2nd ed.). London: Penguin.
- Kamali, M. H. (2010). *The halal and haram in Islam: Contemporary issues and challenges*. Kuala Lumpur: Ilmiah Publishers.
- Karim, A. (2010). *Islamic entrepreneurship and community development*. Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Kayed, R. N., & Hassan, M. K. (2010). *Islamic entrepreneurship*. London: Routledge.

- Kemenparekraf. (2022). *Laporan tahunan ekonomi kreatif Indonesia 2022*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering (EBSE 2007-001)*. Keele University and Durham University Joint Report.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.
- Madjid, N. (2020). *Etika bisnis Islam dan pengembangan SDM pesantren*. Jakarta: Paramadina.
- Madjid, N. (2022). *Pesantren dan pembangunan ekonomi umat: Perspektif integratif spiritual dan sosial*. Jurnal Ekonomi Islam Indonesia, 11(2), 85–95.
- Mahmood, A. (2018). *Islamic innovation and creative economy*. Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Mannan, M. A. (1986). *Islamic economics: Theory and practice*. Cambridge: Hodder & Stoughton.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moulaert, F., & Sekia, F. (2003). Territorial innovation models: A critical survey. *Regional Studies*, 37(3), 289–302.
- Mukti, A. (2020). *Pesantren dan ekonomi kreatif berbasis spiritualitas lokal*. Malang: UB Press.
- Mulgan, G. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters, and how it can be accelerated*. London: The Young Foundation.
- Nasution, M. (2020). *Digitalisasi ekonomi Islam di era industri 4.0*. Jakarta: Kencana.
- Nata, A. (2015). *Pendidikan karakter dalam sistem pesantren*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pearce, D., Markandya, A., & Barbier, E. (1989). *Blueprint for a green economy*. London: Earthscan.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Polanyi, K. (1944). *The great transformation*. New York: Farrar & Rinehart.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition*. *Harvard Business Review*, 76(6), 77–90.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- Prahalad, C. K. (2005). *The fortune at the bottom of the pyramid: Eradicating poverty through profits*. Philadelphia: Wharton School Publishing.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahardjo, D. (2018). *Ekonomi pesantren dan pembangunan daerah*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Raharjo, M. D. (2017). *Transformasi nilai pesantren di era global*. Surabaya: LKiS.
- Rahman, A. (2010). *Pesantren dan kewirausahaan sosial Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ricklefs, M. C. (2012). *Islamisation and its opponents in Java: A political, social, cultural, and religious history, c. 1930 to the present*. Singapore: NUS Press.

- Rifkin, J. (2011). *The third industrial revolution: How lateral power is transforming energy, the economy, and the world*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. New York: Columbia University Press.
- Sakai, M. (2015). *Islamic education and business ethics in Indonesian pesantren*. Canberra: ANU Press.
- Sakai, M. (2021). *Pesantren economy and Islamic moralities in Indonesia*. *Journal of Contemporary Southeast Asian Studies*, 43(1), 55–70.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. New York: Alfred A. Knopf.
- Septiawan, D., Raharjo, A., & Karim, Z. (2021). *Evaluasi kontribusi santri kreatifpreneur terhadap pembangunan ekonomi lokal*. *Jurnal Sosio Ekonomi Islam*, 6(1), 1–10.
- Setiawan, R. (2020). *Peran pesantren dalam penciptaan lapangan kerja berbasis Islam di Jawa Timur*. Malang: UB Press.
- Siddiqi, M. N. (1992). *Islamic approaches to economic justice*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Stiglitz, J. E. (2012). *The price of inequality: How today's divided society endangers our future*. New York: W.W. Norton.
- Suryana, Y. (2019). *Ekonomi kreatif berbasis pendidikan dan nilai moral*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, D. (2021). *Digital literacy and Islamic entrepreneurship*. Jakarta: UI Press.
- Suyatno, S. (2020). *Model pendidikan kewirausahaan pesantren*. Yogyakarta: Deepublish.
- Swedberg, R. (2006). The cultural entrepreneur and the creative industries: Historical and theoretical approaches. *Journal of Cultural Economics*, 30(3), 243–261.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Todaro, M. P. (2000). *Economic development* (7th ed.). New York: Addison Wesley.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic development* (12th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Tracy, S. J. (2010). *Qualitative quality: Eight “big-tent” criteria for excellent qualitative research*. *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837–851.
- Wahid, M., & Sa’diyah, L. (2024). *Integrasi pendidikan kewirausahaan Islam dalam kurikulum pesantren di Jawa Timur*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Syariah*, 12(1), 35–45.
- Weber, M. (1905). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. London: Allen & Unwin.
- Weber, M. (1958). *The religion of India: The sociology of Hinduism and Buddhism*. New York: Free Press.
- Wijaya, T., & Aini, N. (2020). *Pemberdayaan santri melalui ekonomi kreatif: Studi kasus di pesantren Jawa Timur*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Islam*, 5(2), 5–15.
- Wilson, J. A. J. (2012). *Islamic marketing: Understanding the socio-economic, cultural, and religious foundations*. London: Routledge.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping the Halal into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107–123.
- Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. New York: PublicAffairs.

- Yunus, M., Rahman, F., & Maulana, A. (2022). *Kolaborasi lintas sektor dalam penguatan ekosistem ekonomi kreatif pesantren di Jawa Timur*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Syariah, 7(2), 15–25.
- Yusuf, M. (2019). *Ekonomi pesantren dan pembangunan inklusif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Zamakhsyari, D. (2018). *Pesantren dan ekonomi kreatif lokal*. Pasuruan: UINSA Press.
- Zohar, D., & Marshall, I. (2000). *SQ: Spiritual intelligence, the ultimate intelligence*. London: Bloomsbury.
- Zohar, D., & Marshall, I. (2004). *Spiritual capital: Wealth we can live by*. San Francisco: Berrett-Koehler