

KONTRIBUSI SANTRIPRENEUR DALAM PENGEMBANGAN USAHA PRODUKTIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Alif Nur Wicaksono¹, Ashlihah²
Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Email: alif.nur.w123@gmail.com¹, ashlihah@unwaha.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to develop a local wisdom-based business model involving santri in managing the Teh Genuk business. The approach used is Research and Development (R&D) with a qualitative method. Data were obtained through observation, interviews, and documentation, then analyzed descriptively. The results of the study show that while santri involvement in the Teh Genuk business exists, it has not been systematically implemented. The developed business model uses a modified Business Model Canvas (BMC) framework to incorporate local values and spiritual principles. The model trial showed that santri were able to perform operational and promotional roles with guidance. Evaluation and revision were carried out based on input from experts and practitioners. The final model includes core values, implementation guides, operational structure, and growth strategies. This model is expected to serve as a practical guide in empowering santri as entrepreneurs based on local wisdom.

Keywords: Santripreneur; Local Wisdom; Business Development; Business Model; Teh Genuk.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri dalam pengelolaan usaha Teh Genuk. Pendekatan yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan metode kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelibatan santri dalam usaha Teh Genuk sudah ada, namun belum berjalan secara sistematis. Model bisnis yang dikembangkan menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) yang dimodifikasi untuk memasukkan nilai-nilai lokal dan prinsip spiritual. Uji coba model menunjukkan bahwa santri mampu menjalankan peran operasional dan promosi dengan bimbingan. Evaluasi dan revisi dilakukan berdasarkan masukan dari ahli dan pelaku usaha. Model akhir terdiri atas nilai dasar, panduan implementasi, struktur operasional, dan strategi pertumbuhan. Model ini diharapkan menjadi panduan aplikatif dalam memberdayakan santri sebagai pelaku usaha berbasis kearifan lokal.

Kata Kunci: Santripreneur; Kearifan Lokal; Pengembangan Usaha; Model Bisnis; Teh Genuk.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman budaya dan kearifan lokal yang sangat potensial dalam mengembangkan berbagai sektor, termasuk kewirausahaan. Keberagaman ini memberikan peluang besar untuk mengembangkan usaha berbasis nilai-nilai lokal yang mendalam. Salah satu bentuk pengembangan

kewirausahaan yang memanfaatkan kearifan lokal adalah santripreneurship, yaitu kewirausahaan yang berkembang dalam lingkungan pesantren, yang mengintegrasikan prinsip-prinsip agama, nilai sosial, dan budaya lokal dalam pengelolaan usaha (Masum & Wajdi, 2018). Pesantren memiliki peran penting dalam pembentukan generasi yang religius dan juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi berbasis kearifan lokal (Wahid, 2020). Santri, sebagai pelaku utama dalam pengelolaan usaha pesantren, memainkan peran yang sangat besar dalam mengintegrasikan kewirausahaan dengan nilai-nilai yang ada di pesantren. Mereka tidak hanya mempelajari ilmu agama tetapi juga berperan aktif dalam ekonomi pesantren dengan mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal (Permanasari, 2024).

Salah satu contoh dari santripreneurship adalah Teh Genuk, sebuah usaha pengolahan teh yang memanfaatkan kearifan lokal sebagai dasar dalam setiap aspek produksinya. Teh Genuk tidak hanya menawarkan produk teh berkualitas tinggi, tetapi juga memberi kesempatan bagi santri untuk terlibat dalam pengelolaan usaha, mulai dari posisi operasional hingga manajerial. Hal ini mencerminkan penerapan santripreneur dalam praktik usaha berbasis pesantren yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan spiritual (Zamroni et al., 2022). Meskipun Teh Genuk berhasil mempertahankan nilai-nilai lokal dalam produknya, usaha ini masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan model bisnis yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Salah satu kendala utama adalah bagaimana menjaga relevansi produk di pasar modern tanpa mengorbankan prinsip dan nilai-nilai lokal yang menjadi ciri khas usaha tersebut. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan model bisnis berbasis kearifan lokal yang juga mengedepankan inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih kreatif untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merancang model bisnis yang lebih terstruktur adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan sebuah alat yang memetakan elemen-elemen kunci dalam pengelolaan bisnis, seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, dan sumber daya utama, yang sangat relevan untuk usaha berbasis kearifan lokal. Penggunaan BMC dapat membantu usaha seperti Teh Genuk dalam menggambarkan dan merancang model bisnis mereka secara sistematis, sehingga memungkinkan usaha untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan tetap menjaga nilai-nilai yang ada di dalamnya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dalam hal ini, Teh Genuk memanfaatkan kearifan lokal yang tidak hanya mencakup nilai-nilai budaya,

tetapi juga aspek praktis dalam pengelolaan alam dan produk secara berkelanjutan (Rohdiana, 2015).

Teori kearifan lokal mengacu pada pengetahuan, nilai, dan praktik yang diwariskan oleh masyarakat setempat untuk mengatasi berbagai tantangan dalam hidup mereka. Kearifan lokal ini mencakup cara-cara tradisional dalam bertani, berbisnis, dan menjaga keseimbangan lingkungan yang diterapkan dalam usaha Teh Genuk (Widyastuty & Dwiarta, 2021). Dengan demikian, pengelolaan usaha berbasis kearifan lokal tidak hanya membantu melestarikan budaya dan tradisi, tetapi juga memberikan dampak positif pada ekonomi lokal dengan menggunakan sumber daya yang ada di sekitar pesantren secara berkelanjutan (Rohdiana, 2015).

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri dalam pengelolaan usaha Teh Genuk secara terstruktur dan berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran santripreneur dalam pengelolaan usaha berbasis kearifan lokal di Teh Genuk, inovasi produk apa yang dapat diterapkan pada usaha Teh Genuk agar tetap mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal namun tetap menarik bagi pasar modern, dan bagaimana strategi pemasaran berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing produk Teh Genuk di pasar yang lebih luas.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model bisnis berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri dalam pengelolaan usaha Teh Genuk secara terstruktur dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi inovasi produk yang relevan dengan pasar modern, namun tetap mengusung nilai-nilai kearifan lokal. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model bisnis berbasis kearifan lokal yang lebih terstruktur dan bermanfaat bagi pengelolaan usaha berbasis pesantren.

Manfaat Teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori kewirausahaan berbasis kearifan lokal dan meningkatkan pemahaman tentang peran santri dalam pengelolaan usaha berbasis pesantren. Manfaat praktisnya, penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pengelola usaha berbasis pesantren dalam mengembangkan model bisnis berbasis kearifan lokal dan memberikan rekomendasi terkait strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk Teh Genuk di pasar yang lebih luas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Research and Development* (R&D), yang dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menguji model bisnis berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri dalam pengelolaan usaha Teh Genuk. Metode R&D digunakan karena memungkinkan pengembangan model yang aplikatif untuk praktik usaha berbasis pesantren dan pengujian efektivitas model tersebut dalam konteks yang nyata (Borg & Gall, 1984). Pendekatan kualitatif lebih cocok untuk menggali data yang mendalam tentang implementasi model bisnis yang melibatkan kearifan lokal dan pengelolaan usaha oleh santri, serta dampaknya terhadap pengembangan usaha tersebut (Sugiyono, 2017).

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha, pengelola, dan santri yang terlibat dalam operasional Teh Genuk, untuk mendapatkan informasi terkait dengan peran mereka dalam pengelolaan usaha dan penerapan nilai-nilai kearifan lokal dalam setiap aspek usaha (Komara et al., 2020). Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam mendalami berbagai aspek yang relevan dengan pengelolaan usaha. Peneliti juga melakukan observasi langsung di lapangan untuk memantau bagaimana nilai-nilai kearifan lokal diterapkan dalam proses produksi teh, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pelayanan pelanggan (Zamroni et al., 2022).

Selain wawancara dan observasi, data juga diperoleh melalui dokumentasi, yang mencakup pengumpulan informasi tentang prosedur operasional, struktur organisasi, dan laporan kegiatan yang ada di usaha Teh Genuk. Dokumentasi ini penting untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai cara kerja internal usaha dan bagaimana model bisnis yang ada selama ini dijalankan (Nurjanah & Amrullah, 2021).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, yang dilakukan dengan mengorganisir data yang terkumpul dan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul. Proses ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena yang terjadi dalam pengelolaan usaha berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri sebagai aktor utama. Analisis ini juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola-pola yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu pengembangan model bisnis yang lebih terstruktur dan aplikatif (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan yang disesuaikan dengan metode R&D, yaitu studi pendahuluan, perancangan model bisnis, uji coba model, dan evaluasi serta revisi model. Pada tahap studi pendahuluan, peneliti mengumpulkan informasi awal melalui wawancara dengan pemilik usaha dan santri yang terlibat dalam usaha, serta observasi langsung di lapangan. Data yang terkumpul pada tahap ini digunakan untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan dalam pengelolaan usaha Teh Genuk dan untuk merancang model bisnis yang berbasis kearifan lokal.

Tahap selanjutnya adalah perancangan model bisnis, yang dilakukan dengan mengadaptasi *Business Model Canvas* (BMC) yang dimodifikasi. Model ini dirancang untuk mencakup sembilan elemen utama yang penting dalam pengelolaan usaha, termasuk proposisi nilai, segmentasi pelanggan, saluran distribusi, dan sumber daya utama (Osterwalder & Pigneur, 2010). Setelah model bisnis dirancang, tahap uji coba dilakukan dengan melibatkan santri dalam pengelolaan salah satu outlet usaha Teh Genuk untuk menguji efektivitas model yang dikembangkan. Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan model dalam meningkatkan operasional usaha dan pemberdayaan santri sebagai pelaku usaha.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan revisi model berdasarkan hasil uji coba. Evaluasi ini dilakukan dengan melibatkan umpan balik dari pengelola usaha dan santri untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan model yang diterapkan. Hasil evaluasi digunakan untuk melakukan revisi terhadap model agar lebih aplikatif dan efektif dalam konteks usaha berbasis pesantren. Evaluasi dan revisi ini juga penting untuk memastikan bahwa model bisnis yang dikembangkan dapat diterapkan secara lebih luas pada usaha pesantren lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengelolaan usaha Teh Genuk yang dimulai pada tahun 2024 ini, meskipun berhasil menciptakan produk yang berbasis pada kearifan lokal, masih mengalami beberapa tantangan dalam pengembangan model bisnis yang lebih sistematis dan terstruktur. Pemilik usaha, Mustamid Suhgro, mulai melibatkan santri dalam proses operasional sejak awal, tetapi peran mereka pada awalnya hanya terbatas pada bantuan operasional yang bersifat informal. Santri mulai lebih aktif terlibat dalam manajemen usaha seperti penjagaan outlet dan promosi melalui media sosial. Namun, peran mereka

dalam pengelolaan usaha masih perlu diformalkan agar lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Salah satu hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bahwa santri yang terlibat dalam usaha Teh Genuk menunjukkan perkembangan yang pesat dalam hal keterampilan kewirausahaan, seperti mencatat transaksi, mengelola stok barang, dan melakukan promosi melalui media sosial. Namun, meskipun santri dapat cepat belajar, mereka masih memerlukan pelatihan lebih lanjut dalam pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, seperti pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan yang efektif.

Dalam hal pengembangan produk, Teh Genuk telah berhasil mengembangkan varian teh baru yang memadukan rasa tradisional dengan elemen modern, serta memperkenalkan pengemasan yang lebih menarik untuk pasar urban. Strategi ini berhasil menarik konsumen muda, seperti pelajar dan mahasiswa, yang tertarik pada produk lokal yang memiliki nilai religius. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk juga telah meningkatkan visibilitas Teh Genuk di pasar yang lebih luas, meskipun masih ada tantangan dalam menciptakan strategi pemasaran yang lebih berbasis pada data dan analisis pasar.

Pembahasan

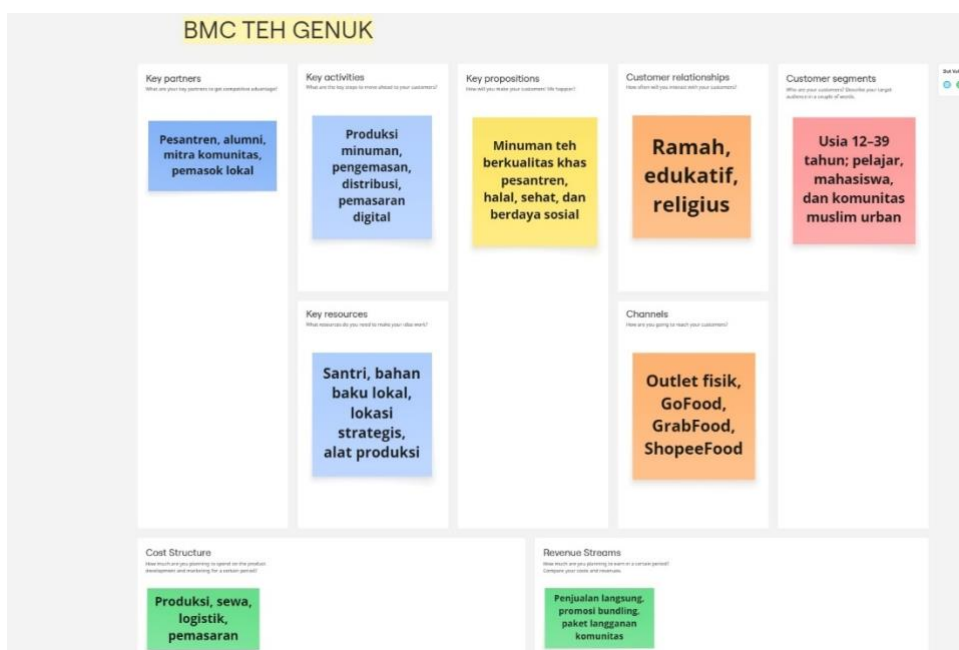
Dalam pengelolaan usaha berbasis pesantren seperti Teh Genuk, penting untuk mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal dengan model bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai kearifan lokal yang diterapkan dalam usaha ini meliputi kejujuran dalam transaksi, kedisiplinan, serta tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, yang menjadi ciri khas dari budaya pesantren (Zamroni et al., 2022). Santri yang dilibatkan dalam usaha ini menunjukkan kedekatan emosional terhadap produk karena proses produksi dan pelayanan dijalankan di sekitar pesantren.

Namun, meskipun usaha ini berhasil mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal, model bisnis yang ada saat ini masih belum terstruktur dengan baik. Pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pemilik secara mandiri menunjukkan adanya potensi untuk memperbaiki manajemen dan operasional usaha melalui pembagian peran yang lebih jelas antara santri dan pengelola. Oleh karena itu, perlu ada pengembangan model bisnis berbasis kearifan lokal yang lebih sistematis dan terdokumentasi, seperti yang dapat dibantu dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang dimodifikasi untuk

mencakup elemen-elemen yang relevan dengan nilai-nilai lokal dan kebutuhan pasar modern.

Santri yang terlibat dalam usaha ini menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi besar untuk menjadi santripreneur yang sukses. Mereka belajar dengan cepat dan dapat dipercaya untuk mengambil tanggung jawab yang lebih besar dalam usaha. Penelitian ini juga menemukan bahwa pendekatan yang lebih terstruktur dan bimbingan yang berkelanjutan dapat memperkuat peran santri dalam mengelola usaha, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberlanjutan usaha berbasis pesantren seperti Teh Genuk.

Meskipun demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mengembangkan model bisnis berbasis kearifan lokal yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Pengembangan model bisnis yang mengintegrasikan inovasi produk dan pemasaran kreatif akan sangat membantu usaha seperti Teh Genuk dalam mempertahankan relevansi di pasar modern, tanpa mengorbankan prinsip dan nilai-nilai lokal yang menjadi dasar dari usaha tersebut.



Gambar 4.1: Business Model Canvas (BMC) Teh Genuk

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kerangka visual yang membantu merancang, menggambarkan, dan mengubah model

bisnis secara sistematis. Model bisnis Teh Genuk yang dikembangkan mencakup sembilan elemen penting sebagai berikut:

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*): Menyasar konsumen muda, pelajar, mahasiswa, dan komunitas muslim urban yang menghargai produk lokal dengan nilai religius.
2. Proposisi Nilai (*Value Propositions*): Teh Genuk menawarkan produk teh berkualitas tinggi yang menggabungkan cita rasa lokal dengan nilai-nilai spiritual.
3. Saluran (*Channels*): Distribusi melalui outlet fisik di berbagai lokasi strategis dan platform digital seperti GoFood dan GrabFood.
4. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*): Pelayanan yang personal dan edukatif, dengan pendekatan yang ramah dan penuh nilai islami.
5. Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*): Pendapatan utama dari penjualan produk teh di outlet dan platform pengantaran online, serta program langganan.
6. Aktivitas Kunci (*Key Activities*): Proses produksi, pengelolaan outlet, pelatihan santri, serta promosi melalui media sosial.
7. Sumber Daya Kunci (*Key Resources*): Santri sebagai tenaga kerja, bahan baku lokal, alat produksi sederhana, lokasi yang strategis di lingkungan pesantren, serta pengetahuan manajerial pemilik usaha.
8. Mitra Kunci (*Key Partnerships*): Kemitraan strategis dijalin dengan pesantren sebagai lembaga induk, alumni sebagai mentor dan jaringan pemasaran, komunitas lokal sebagai pelanggan tetap, dan pemasok bahan baku lokal.
9. Struktur Biaya (*Cost Structure*): Biaya operasional meliputi pembelian bahan baku, logistik distribusi, gaji karyawan, serta biaya pemasaran digital.

BMC ini membantu usaha Teh Genuk untuk memetakan seluruh aspek pengelolaan usaha secara sistematis, serta memberikan panduan yang jelas bagi pengelola dan santri dalam menjalankan operasional usaha. Model ini dapat diperluas dan diterapkan pada usaha berbasis pesantren lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan model bisnis berbasis kearifan lokal yang melibatkan santri dalam pengelolaan usaha Teh Genuk telah memberikan hasil yang positif. Usaha ini berhasil mengintegrasikan nilai-nilai lokal dan spiritual dalam setiap aspek operasionalnya. Meskipun demikian, pengelolaan usaha masih membutuhkan perbaikan dalam hal struktur yang lebih terorganisir dan sistematis. Penelitian ini telah mengembangkan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang dimodifikasi, yang memetakan sembilan elemen kunci dalam pengelolaan usaha seperti segmentasi pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, dan pengelolaan keuangan. Santri yang terlibat dalam usaha ini menunjukkan motivasi tinggi dan kemampuan adaptasi yang baik, meskipun mereka masih memerlukan pelatihan lebih lanjut mengenai manajemen waktu, pengelolaan keuangan, dan keterampilan administratif. Model bisnis yang dikembangkan ini diharapkan dapat menjadi panduan yang aplikatif dalam pemberdayaan santri sebagai pelaku usaha berbasis kearifan lokal, dan dengan evaluasi serta revisi berkelanjutan, model ini dapat diterapkan di usaha pesantren lainnya.

Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas model bisnis yang ada. Bagi pengelola usaha berbasis pesantren, disarankan untuk memperkenalkan model bisnis berbasis kearifan lokal yang lebih terstruktur, dengan memperhatikan pembagian peran dan tanggung jawab yang jelas. Pelibatan santri dalam pengelolaan usaha sebaiknya tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga edukatif, dengan memberikan pelatihan yang mendalam tentang kewirausahaan, manajemen waktu, dan keterampilan administratif. Bagi santri yang terlibat, mereka disarankan untuk terus mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka melalui pelatihan berkelanjutan, agar dapat menjadi pemimpin usaha di masa depan. Selain itu, penting untuk menjaga semangat belajar dan disiplin dalam menjalankan tugas serta mematuhi prosedur operasional yang telah disusun. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas skala uji coba model bisnis ke usaha berbasis pesantren lainnya dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak secara statistik, serta mengevaluasi keberlanjutan model bisnis berbasis kearifan lokal dalam jangka panjang.

DAFTAR RUJUKAN

- Borg, W. R., & Gall, M. D. (1984). Educational research: An introduction. *British Journal of Educational Studies*, 32(3).
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., & Kurniawan, A. (2020). PEMBERDAYAAN SANTRI MELALUI KEWIRAUSAHAAN DAN KEMAMPUAN PENGUATAN KEUNGGULAN PRODUK BERBASIS PADA KEARIFAN LOKAL. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(2), 15. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i2.1559>
- Masum, T., & Wajdi, M. B. N. (2018). Pengembangan Kemandirian Pesantren Melalui Program Santripreneur. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 221–232.
- Nurjanah, S., & Amrullah, M. K. (2021). *INOVASI PESANTREN DALAM MEMBENTUK KEMANDIRIAN LEMBAGA DAN SANTRI*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Permanasari, E. E. Y. (2024). Strategi Pengembangan Pemberdayaan Sosial Entrepreneurship Berbasis Nilai-Nilai Islam DI Pondok Pesantren Sirojut Tholibin Sutojayan Blitar. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 3(02), 29–44.
- Rohdiana, D. D. (2015). Proses Karakteristik dan Fungsional Teh. *Jurnal Foodrevie Indonesia X*, 8, 34–37.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Wahid, A. H. (2020). *PEMBANGUNAN SANTRIPRENEUR MELALUI PENGUATAN KURIKULUM PESANTREN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI ERA DISRUPTIF Halimatus Sa'diyah Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid BUILDING OF SANTRIPRENEUR THROUGH STRENGTHENING PESANTREN CURRICULUM BASED ON LOCAL WISDOM IN DISRUPTIF ERA*. 6(1). https://jurnal.faiunwir.ac.id/index.php/Jurnal_Risalah80
- Widyastuty, A. A. S. A., & Dwiarta, I. M. B. (2021). Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata Kaba–Kaba Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Kawistara*, 11(1), 87–101.
- Zamroni, Z., Baharun, H., Febrianto, A., Ali, M., & Rokaiyah, S. (2022). Membangun Kesadaran Santripreneur Berbasis Kearifan Lokal di Pondok Pesantren. *Al-Tijary*, 113–127. <https://doi.org/10.21093/at.v7i2.4264>