

Peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam Mendorong Produk Pesantren Jawa Timur Go Global Melalui Program Eko-Tren OPOP

Maia Rifqi Nabila¹, Muhammad Qobidl' Ainul Arif²
Hubungan Internasional, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya^{1,2}

*Email Korespondensi: maiarifqinabila1234@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 22-08-2026
Disetujui 27-08-2026
Diterbitkan 29-08-2026

ABSTRACT

This study examines the role of the East Java Provincial Cooperative and SME Agency in supporting pesantren products to go global through the OPOP Eko-Tren Program. This program was developed as an effort to economically empower pesantren by strengthening business capacity, ensuring product legality, and expanding access to international markets. The study aims to analyze the role of the East Java Cooperative and SME Agency in promoting the internationalization of pesantren products using the export assistance concept proposed by Thomas Owen Singer and Michael R. Czinkota. The research method employed is descriptive qualitative, utilizing data collection techniques such as interviews, documentation, and literature review. The results indicate that the East Java Cooperative and SME Agency acts as a facilitator, mediator, and exporter of export incentives through legal assistance, certification, international promotion, business matching, and the development of global market networks. This study also found that Islamic boarding schools possess unique characteristics as a base for community-based economic development rooted in religious communities, supported by an Islamic boarding school-based export ecosystem.

Keywords: East Java Cooperative and SME Agency, Go Global, OPOP Eco-Trend

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur dalam mendukung produk pesantren go global melalui Program Eko-Tren OPOP. Program ini dikembangkan sebagai upaya pemberdayaan ekonomi pesantren melalui penguatan kapasitas usaha, legalitas produk, serta perluasan akses pasar internasional. Penelitian bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam mendorong internasionalisasi produk pesantren menggunakan konsep *export assistance* dari Thomas Owen Singer dan Michael R. Czinkota. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur berperan sebagai fasilitator, mediator, dan pemberi stimulus ekspor melalui pendampingan legalitas, sertifikasi, promosi internasional, business matching, serta pembangunan jaringan pasar global. Penelitian ini juga menemukan bahwa pesantren memiliki karakteristik khas sebagai basis pengembangan ekonomi berbasis komunitas religius yang didukung melalui ekosistem ekspor berbasis pesantren.

Kata Kunci: Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, Go Global, Eko-Tren OPOP

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nabila, M. R. ., & Arif, M. Q. A. . (2026). Peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam Mendorong Produk Pesantren Jawa Timur Go Global Melalui Program Eko-Tren OPOP. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(5), 10130-10141. <https://doi.org/10.63822/wqs0c535>

PENDAHULUAN

Pemerintah Provinsi Jawa Timur pada tanggal 7 Agustus tahun 2019 meluncurkan program Eko-Tren OPOP (One Pesantren One Product) Program ini merupakan salah satu inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren melalui pengembangan produk unggulan berbasis komunitas. Eko-Tren OPOP adalah bagian dari strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat, dengan mendorong pesantren untuk memiliki produk khas yang bernilai ekonomi (Fauziyah, 2022).. Program ini ditargetkan mampu memberdayakan hingga 2.000 pesantren di Jawa Timur hingga tahun 2030 sebagai bagian dari upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ghofirin & Satria, 2022).

Dalam implementasinya, Program OPOP Eko-Tren diinstruksikan untuk dijalankan oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur sebagai aktor untuk menaungi jalannya program ini. Peran ini terlihat pada saat Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur menyelenggarakan rapat koordinasi, pembinaan, serta fasilitasi pengembangan usaha pesantren untuk kegiatan program Eko-Tren OPOP (JATIM, 2025). program OPOP dirancang untuk membantu pesantren yang tergabung didalamnya membangun usaha yang berkelanjutan melalui pendampingan menyeluruh, mulai dari legalitas usaha, peningkatan kualitas produk, hingga akses pembiayaan dan pemasaran. Hal ini selaras dengan ungkapan kepala Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam RAKOR OPOP 2026 *“Pesantren yang sebelumnya memiliki produk namun belum memiliki branding, izin edar, atau sertifikasi halal akan dibantu melalui program ini agar mampu berkembang dan naik kelas”*, jelasnya (Jawa Timur, 2026). Pesantren terus didorong oleh Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur karena melihat potensi besar seperti Produk-produk yang dihasilkan oleh pesantren sangat unik dan beragam, mulai dari makanan olahan, kerajinan, hingga produk kreatif lainnya yang memiliki nilai tambah ekonomi (Amalia et al., 2024).

Dibawah pembinaan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur seiring dengan perkembangan program, arah kegiatan Eko-Tren OPOP tidak hanya terbatas pada penguatan pasar lokal, tetapi juga mulai diarahkan untuk membuka akses ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional. Hal ini tercermin dari berbagai aktivitas, seperti penguatan kapasitas usaha melalui pelatihan pada pengurus ponpes, perluasan akses pasar produk pesantren dengan melibatkan OPOP dalam misi dagang ke beberapa negara, promosi produk secara besar besaran dengan menyelenggarakan OPOP EXPO setiap tahunnya, Melakukan Bussines Meeting yang didampingi oleh Kepala Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dengan Connect Souq yang merupakan organisasi atau platform jaringan bisnis global yang berbasis di Dubai dan berfokus mempertemukan produsen lokal dengan jaringan trader Muslim di lebih dari 40 negara (Rusyda, 2026), perkembangan aktivitas internasional OPOP juga dapat dilihat program OPOP Bussines Trip yang ke 2 yng dilakukan di China tepatnya di Hongkong, Shenzhen, Zhuhai, Macau dan Guanzhou. Selain melakukan aktivitas internasional di luar, OPOP juga berkomitmen untuk memperkuat fundamental ekonomi melalui kegiatan rapat kerja dan penguatan ekosistem OPOP yang melibatkan berbagai pihak seperti Bank Indonesia, OJK, dan Kadin sebagai upaya memperluas jaringan dan akses pasar bagi produk pesantren. Dengan demikian, program ini tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga pada perluasan jaringan dan peluang pasar, termasuk potensi ekspor (D. K. dan U. J. Timur, 2025).

Melihat berbagai aktivitas yang dilakukan dalam Program Eko-Tren OPOP, dapat dipahami bahwa program ini tidak hanya berorientasi pada penguatan ekonomi lokal pesantren, tetapi juga mulai diarahkan pada upaya membuka akses pasar internasional bagi produk-produk pesantren binaan. Kegiatan seperti keikutsertaan dalam misi dagang internasional, penyelenggaraan OPOP Expo, business meeting dengan jaringan bisnis global seperti Connect Souq di Dubai, hingga pelaksanaan OPOP Business Trip ke beberapa kota di China menunjukkan adanya proses perluasan jaringan dan akses pasar ke luar negeri. Aktivitas

tersebut menunjukkan bahwa Eko-Tren OPOP mulai bergerak menuju proses “go global” bagi produk pesantren di Jawa Timur. Konsep go global dapat dipahami sebagai upaya satu organisasi atau perusahaan untuk memperluas akses pasarnya di kancan internasional. Menurut Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul *Marketing Management*, perusahaan yang melakukan going global merupakan perusahaan yang mulai memasuki pasar luar negeri melalui aktivitas seperti ekspor, promosi internasional, pengembangan jaringan bisnis, dan perluasan distribusi internasional (Kotler, 2001). Dengan demikian, go global tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas ekspor semata, tetapi juga mencakup proses persiapan dan penguatan kapasitas usaha agar mampu bersaing di pasar internasional. Untuk mengukur bagaimana Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam mendorong produk pesantren Go Global melalui suatu program yaitu Eko Tren OPOP diperlukan penelitian terdahulu sebagai landasan akademik dan bahan pembandingan. Penelitian terdahulu membantu membuktikan bahwa aktivitas seperti penguatan kapasitas usaha, promosi internasional, dan perluasan jaringan pasar merupakan bagian dari upaya mendorong produk lokal menuju pasar global. Dalam penelitian ini terdapat 4 literatur review untuk mendukung argumentasi penulis, penulis mengkategorisasikan literature review menjadi 2 kategori, kategori pertama dengan 2 artikel jurnal untuk menunjukkan peran suatu program pemerintah daerah/ peran sentris pemerintah daerah dalam mendukung produk lokal untuk go global, kategori kedua dengan 2 artikel jurnal untuk membuktikan efektifitas program Eko-Tren OPOP. Artikel jurnal pertama yang berjudul “Collaboration among Small and Medium-Sized Enterprises as Part of Internationalization: A Systematic Review” yang ditulis oleh Luciana Gondim de Almeida Guimarães, Pierre Blanchet, dan Yan Cimon dalam *Administrative Sciences*, dukungan pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam membantu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melakukan internasionalisasi dan meningkatkan daya saing di pasar global. Pemerintah berperan dalam mendorong terbentuknya jaringan kolaboratif dan kluster usaha yang memungkinkan UKM memperoleh akses pasar, berbagi sumber daya, serta memperkuat kapasitas bisnis mereka. Berbagai negara seperti China, Denmark, Australia, dan Malaysia menjalankan program berbasis kluster untuk mendukung internasionalisasi UKM melalui kerja sama antar pelaku usaha. Selain itu, pemerintah juga menyediakan instrumen hukum dan insentif, seperti kebijakan *network contract* di Italia yang memberikan manfaat berupa keringanan pajak, kemudahan akses kredit dan jaminan pinjaman, serta penyederhanaan proses organisasi internal perusahaan. Dalam mendukung ekspor, pemerintah menyediakan *Government Export Promotion Programs (GEPPs)* yang mencakup layanan eksperiensial seperti pameran dagang, misi dagang, dan dukungan kantor perdagangan luar negeri, serta layanan informatif berupa seminar ekspor, pelatihan, konseling, dan dukungan bahasa asing. (Gondim et al., 2021).

Artikel jurnal kedua “*Peran Kebijakan Ekspor Pemerintah terhadap Proses Internasionalisasi UMKM*” yang ditulis oleh Lusita P.S. Hartanti dan Lulu Setiawati dalam *Business & Management Journal Bunda Mulia*, pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung proses internasionalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu bersaing di pasar global. Peran tersebut diwujudkan melalui kebijakan yang bertujuan membantu pelaku UMKM dalam melakukan ekspor, meningkatkan komoditas ekspor, serta memberikan perlindungan terhadap persaingan produk di pasar internasional. Melalui Kementerian Koperasi dan UKM, pemerintah menyusun beberapa langkah strategis, seperti menciptakan iklim usaha yang kondusif, mengembangkan produk dan pemasaran, meningkatkan daya saing sumber daya manusia (SDM), serta memperkuat kelembagaan koperasi. Selain itu, pemerintah juga menghadirkan kebijakan *Indonesia National Single Window (INSW)* untuk mempermudah proses ekspor-impor melalui sistem penyampaian dan pemrosesan data secara terpadu sehingga proses kepabeanan menjadi lebih efektif dan efisien. Dalam implementasinya, pemerintah turut menyediakan infrastruktur

informasi serta diharapkan lebih aktif memberikan pelatihan, seminar, dan workshop kepada pelaku usaha agar mampu memahami dan memanfaatkan sistem tersebut secara optimal. Oleh karena itu, pemerintah berperan sebagai fasilitator dan regulator dalam mendukung peningkatan kapasitas serta internasionalisasi UMKM (Setiawati, 2014)

Kedua jurnal tersebut memiliki persamaan dalam melihat pemerintah sebagai aktor yang memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan dan internasionalisasi UKM/UMKM melalui berbagai bentuk kebijakan, fasilitasi, dan program pemberdayaan. Ketiganya menekankan bahwa pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing agar mampu menembus pasar global. Bentuk dukungan pemerintah yang dibahas dalam ketiga jurnal meliputi penciptaan iklim usaha yang kondusif, pengembangan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan, fasilitasi pemasaran dan ekspor, penyediaan akses pembiayaan, serta pembangunan jaringan dan kolaborasi usaha. Selain itu,

Artikel ketiga yang berjudul *“From Religion to Economy: The Contribution of East Java Government in Promoting Pesantren Entrepreneurship”* yang ditulis oleh Syamsudin dan Izzah Illiyyana dalam jurnal Journal of Islamic Education, membahas program One Pesantren One Product (OPOP) di Jawa Timur sebagai inisiatif strategis untuk memicu kemandirian ekonomi lembaga pendidikan Islam. Melalui pendekatan kolaborasi pentahelix yang melibatkan pemerintah, akademisi, hingga media, program ini mengintegrasikan pendidikan agama dengan jiwa kewirausahaan. Implementasinya berfokus pada tiga pilar utama, yaitu santripreneur, pesantrenpreneur, dan sociopreneur, guna menciptakan produk unggulan yang kompetitif. Meski menghadapi tantangan dalam hal adopsi teknologi dan manajemen, program ini telah berhasil memperkuat ekosistem koperasi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Secara keseluruhan, s tersebut menegaskan peran vital pesantren sebagai penggerak transformasi ekonomi inklusif yang berkelanjutan di Indonesia. (Syamsudin & Illiyyina, 2025)

Artikel keempat yang berjudul *“OPOP and Economic Resilience During Covid-19 Pandemic : Formulating the Prototype of Independent Pesantrenpreneurs”* ditulis oleh M. Faisol Muhammad Edy Thoyib, Miftahul Huda dalam jurnal Istishoduna Jurnal Ekonomi Islam, membahas upaya memperkuat resiliensi ekonomi melalui program One Pesantren One Product (OPOP) untuk menciptakan kemandirian di lingkungan pesantren pascapandemi. Melalui studi kualitatif, penelitian ini menyoroti keberhasilan Al-Ittifaq di Jawa Barat dan Mukmin Mandiri di Jawa Timur dalam mengelola bisnis agribisnis dan kopi secara profesional. Faktor penentu keberhasilan tersebut mencakup kualitas produk unggulan, kepemilikan badan usaha resmi, serta pemanfaatan jejaring strategis. Selain itu, langkah inovasi digital dan penerapan prinsip syariah menjadi kunci agar pesantren mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional. Secara keseluruhan, teks ini merumuskan prototipe pesantrenpreneur sebagai panduan bagi institusi pendidikan Islam lainnya dalam mencapai kedaulatan finansial. (Faisol et al., 2023)

Kedua jurnal tersebut memiliki persamaan dalam membahas program *One Pesantren One Product* (OPOP) sebagai strategi penguatan kemandirian ekonomi pesantren melalui pengembangan kewirausahaan berbasis pesantren. Kedua penelitian sama-sama menekankan bahwa pesantren tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga sebagai aktor ekonomi yang mampu menciptakan produk unggulan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Selain itu, kedua jurnal menyoroti pentingnya dukungan kolaborasi, jaringan usaha, inovasi, serta penguatan kapasitas manajemen agar pesantren mampu berkembang secara mandiri dan berdaya saing.

Dari berbagai literatur review yang akan memberikan gambaran tentang penelitian ini, adapun konsep yang akan digunakan oleh penulis yaitu konsep export assistance yang mana indikator dalam export

assistance digunakan bertujuan untuk mengetahui, bagaimana peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam Mendukung Produk Pesantren Jawa Timur Go Global Melalui Program Eko-Tren OPOP?

METODE PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “*Peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam Mendukung Produk Pesantren Jawa Timur Go Global melalui Program Eko-Tren OPOP*” menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menekankan makna dibandingkan generalisasi (Sugiyono, 2013). Penelitian ini berfokus pada Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur sebagai subjek penelitian untuk menganalisis bagaimana peran aktor pemerintah tersebut dalam mendukung produk pesantren agar mampu go global melalui Program Eko-Tren OPOP. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan staf bidang OPOP, staf pemasaran, dan staf humas guna memperoleh informasi mengenai strategi, bentuk dukungan, serta mekanisme program dalam membantu produk pesantren memasuki pasar internasional. Selain itu, peneliti juga meminta data terkait pesantren atau produk pesantren yang telah berhasil melakukan ekspor untuk memperkuat argumentasi mengenai peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. Data penelitian juga diperoleh melalui dokumentasi dan artikel berita resmi yang dipublikasikan oleh instansi pemerintah maupun media terpercaya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Qomaruddin & Sa’diyah, 2024). Melalui tahapan tersebut, data yang diperoleh akan dipilah, disusun, dan dianalisis secara sistematis untuk memahami peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam mendukung internasionalisasi produk pesantren melalui Program Eko-Tren OPOP.

Lebih lanjut dalam menjelaskan fenomena ini penulis menggunakan konsep yaitu export assistance yang dikembangkan oleh Thomas Owen Singer dan Michael R Czinkota, dalam jurnal yang berjudul “Factors Associated with Effective Use of Export Assistance” Dalam penelitian ini mengutip sumber yang menjelaskan mengenai efektivitas program bantuan ekspor pemerintah dalam mendukung perusahaan melakukan ekspansi internasional menelusuri pengaruh berbagai faktor seperti komitmen manajemen, ukuran perusahaan, serta tahapan ekspor terhadap keberhasilan aktivitas perdagangan luar Negeri (Singer & Czinkota, 1994). Untuk memahami lebih lanjut tentang fenomena “Peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam Mendorong Produk Pesantren Jawa Timur Go Global Melalui Program Eko-Tren OPOP” penulis menggunakan “Figure 1. General Model of the Role of Export Promotion” sebagai alat analisis untuk mengukur bagaimana Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur menjalankan perannya sebagai institusi pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur memiliki peran yang cukup strategis dalam mendukung produk pesantren agar mampu berkembang dan menembus pasar global melalui Program Eko-Tren OPOP. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai bentuk pendampingan dan fasilitasi yang berfokus pada penguatan kelembagaan, peningkatan kualitas produk, hingga perluasan akses pemasaran dan pembiayaan.

Salah satu bentuk dukungan tersebut terlihat dari penguatan kelembagaan koperasi pada setiap pesantren binaan OPOP. Penguatan kelembagaan dipandang penting karena koperasi menjadi instrumen utama dalam pengelolaan ekonomi pesantren, termasuk dalam pengembangan produk unggulan yang dimiliki. Pernyataan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Kepala Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur periode sebelumnya, Andromeda Qomariyah dalam kegiatan Rapat Koordinasi (RAKOR) OPOP tahun 2024. Dalam pernyataannya dijelaskan bahwa strategi Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dilakukan melalui penguatan kelembagaan koperasi pondok pesantren peserta OPOP, mulai dari fasilitasi akta pendirian koperasi, advokasi kelembagaan koperasi, fasilitas sertifikasi produk dan merek, perluasan akses pemasaran, peningkatan kualitas kompetensi sumber daya manusia pengelola koperasi pondok pesantren, hingga perluasan akses pembiayaan. (D. K. dan U. P. J. Timur, 2024)

Komitmen tersebut juga dilanjutkan oleh Kepala Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur saat ini, Endy Alim Abdi Nusa dalam RAKOR OPOP tahun 2026. Dalam keterangannya, Endy menyampaikan bahwa Program OPOP dirancang untuk membantu pesantren membangun usaha yang berkelanjutan melalui pendampingan secara menyeluruh, mulai dari legalitas usaha, peningkatan kualitas produk, hingga akses pembiayaan dan pemasaran. Ia juga menjelaskan bahwa pesantren yang sebelumnya telah memiliki produk tetapi belum memiliki branding, izin edar, ataupun sertifikasi halal akan dibantu melalui program tersebut agar dapat berkembang dan naik kelas. Pernyataan tersebut memperlihatkan adanya konsistensi kebijakan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam mendukung pemberdayaan ekonomi pesantren. Fokus pada legalitas usaha, kualitas produk, dan branding menunjukkan bahwa pemerintah tidak hanya mendorong pesantren untuk memproduksi barang, tetapi juga mempersiapkan produk tersebut agar memiliki daya saing dan siap memasuki pasar yang lebih luas. (Jawa Timur, 2026)

Data selanjutnya diperoleh melalui hasil wawancara bersama staf bidang pemasaran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, yaitu Helmy Syarif dan Muhammad Yordanis Salam. Dalam wawancara tersebut dijelaskan bahwa Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur memiliki peran sentral dalam mendorong produk UMKM dan produk pesantren Jawa Timur agar siap ekspor. Dinas Koperasi dan UKM bahkan diibaratkan sebagai “bengkel” bagi UMKM karena berfungsi membantu memenuhi berbagai kebutuhan legalitas dan izin edar sebagai syarat utama ekspor. Helmy menjelaskan bahwa setiap tahunnya Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur secara aktif mengirimkan katalog produk UMKM Jawa Timur, termasuk katalog produk milik OPOP, kepada Kedutaan Besar Republik Indonesia di berbagai negara. Katalog tersebut diserahkan melalui jalur komunikasi dengan atase perdagangan guna memperkenalkan produk unggulan Jawa Timur kepada pasar internasional. Sementara itu, Muhammad Yordanis Salam menambahkan bahwa produk pesantren Jawa Timur saat ini mulai aktif melakukan ekspor ke beberapa negara. Dalam proses tersebut, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur berperan dalam membantu pemasaran produk OPOP agar lebih dikenal di luar negeri. (Nabila, 2026)

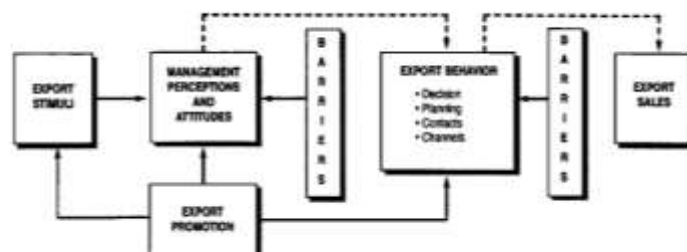
Selain itu, data juga diperoleh melalui wawancara singkat dengan Rendy yang ditugaskan sebagai pengurus Program Eko-Tren OPOP. Dalam keterangannya, Rendy menjelaskan beberapa bentuk fasilitasi yang diberikan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur kepada pesantren binaan OPOP yang dinilai mampu mendukung kesiapan produk untuk ekspor. Selain itu, Rendy juga memberikan data terkait pesantren binaan OPOP yang telah berhasil melakukan ekspor ke luar negeri. Data dibawah ini menunjukkan bahwa beberapa pesantren binaan OPOP telah mampu menembus pasar internasional sebagai hasil dari proses pendampingan dan fasilitasi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. (D. K. dan U. J. Timur, 2024).

Tabel 1. Data Produk PONPES Yang Sudah Ekspor

NO	Nama Pesantren	Merk Produk	Jenis Produk	Legalitas	Tujuan Ekspor
1.	PONPES Nur Yasin Bangkalan	Bebek Awet Madura	FOOD (Pengalengan Makanan Tradisional Khas Madura)	NIB, MERK, HALAL, PIRT, HACCP, BPOM	Tes Potensi pasar dan kerjasama PPI (Kabar terbaru sudah ekspor ke Malaysia)
2.	PONPES Mambaul Ulum Malang	RADJA	Makanan Ringan/Snack	NIB, MERK, HALAL, PIRT, HACCP	Belanda dan Belgia
3.	PONPES Al Fatah Turen Malang	BEJO	Makanan Ringan/ Snack Kripik Tempe	NIB, HALAL, MERK, PIRT	Belanda dan Belgia
4.	PONPES Al-Makki Karangbistah Sampang Madura	KARANGBIS TAH	Apparel (Songkok Nasional Bahan Bludru)	NIB	Malaysia, Turki dan Arab Saudi
5.	PONPES Darut-Taqwa 3 Gresik	Sarung Bangkalan	Textile (Produk sarung)	NIB	Singapura, Malaysia , Brunei Darussalam
6.	PONPES Rahmatan Lil Alamin Nganjuk	Distro Kreasi	Craft (Pengolahan Limbah untuk menjadi kerajinan khusus bernilai jual)	NIB	Jerman, India, Finlandia, Republik Cheko, dan Arab Saudi
7.	PONPES An-Nur 2 Malang	Kapiten	Kopi Kaleng	NIB, Halal, BPOM	Malaysia
8.	PONPES Hidayatul Mubtadiin	Mangga alpukat/ mangga klonal 21	Agrikultur	NIB	Malaysia

Dari data diatas untuk menjelaskan lebih lanjut terkait bagaimana peran Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur untuk mendukung produk produk PONPES JATIM Go Global dapat dianalisis secara rinci dengan menggunakan konsep export assistance, menggunakan model 1 yang terdapat beberapa indikator untuk melihat peran Dinas Koperasi maka dinyatakan berperan jika memenuhi indikator dibawah ini.

Figure 1. General Model of the Role of Export Promotion



Gambar 1. Model Umum Asistensi Ekspor Thomas Owen Singer, Michael R Czinkota

Berdasarkan konsep export assistance yang dikemukakan oleh Thomas Owen Singer dan Michael R. Czinkota 1993, peran Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur dalam Program Eko-Tren OPOP dapat dianalisis sebagai bentuk export promotion yang didesain untuk mendorong kesiapan ekspor produk pesantren. Dalam model ini export promotion dipahami sebagai stimulus yang mampu memengaruhi persepsi dan sikap pelaku usaha terhadap aktivitas ekspor, yang kemudian berdampak pada perilaku ekspor atau (export behavior) dan akhirnya menghasilkan penjualan ekspor (eksport sales). Namun, proses tersebut dipengaruhi oleh berbagai hambatan (barriers) yang dapat menghambat keberhasilan ekspor (Singer & Czinkota, 1994).

Pada tahap pertama, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur berperan sebagai aktor pemberi export stimulus melalui berbagai bentuk fasilitasi dan pendampingan kepada pesantren binaan OPOP. Bentuk stimulus tersebut terlihat dari penguatan kelembagaan koperasi pesantren, fasilitasi legalitas usaha, sertifikasi produk, pelatihan sumber daya manusia, akses pembiayaan, sampai promosi produk ke pasar internasional. Berdasarkan teori Singer dan Czinkota, bantuan pemerintah seperti pelatihan, informasi pasar, dan dukungan promosi merupakan bagian penting dari konsep export assistance karena mampu meningkatkan kesiapan pelaku usaha untuk memasuki pasar luar negeri (Singer & Czinkota, 1994). Dalam konteks penelitian ini, stimulus yang diberikan sifatnya tidak hanya administrative, tetapi juga bersifat strategis karena menyentuh aspek penting yang menjadi kebutuhan dasar produk pesantren agar memenuhi standar pasar global.

Stimulus tersebut kemudian memengaruhi persepsi serta sikap pengelola usaha pesantren terhadap ekspor. Sebelum adanya pendampingan OPOP, sebagian besar pesantren cenderung memandang usaha hanya sebagai aktivitas ekonomi lokal yang berfungsi menopang kebutuhan internal pesantren. Tetapi melalui pendampingan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, muncul perubahan cara pandangan bahwa produk pesantren memiliki peluang untuk bersaing di pasar internasional. Hal ini sejalan dengan konsep Singer dan Czinkota yang menjelaskan bahwa bantuan ekspor yang efektif dapat meningkatkan keyakinan pelaku usaha untuk melakukan aktivitas ekspor (Singer & Czinkota, 1994).

Selanjutnya, perubahan persepsi tersebut mendorong terbentuknya export behavior sebagaimana indikator yang terdapat dalam model Singer dan Czinkota, yaitu decision, planning contact dan channel. Pada aspek decision, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur membuat produk pesantren untuk siap ekspor dan disosialisasikan pada pondok pesantren melalui beberapa forum OPOP. Pada aspek Planning, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur membantu pesantren mempersiapkan berbagai kebutuhan ekspor secara sistematis. Pendampingan legalitas seperti NIB, sertifikasi halal, BPOM, HACCP, merek dagang, hingga PIRT menunjukkan adanya proses perencanaan ekspor yang terstruktur. Dalam perspektif Singer dan Czinkota, kesiapan administratif dan standar mutu merupakan bagian penting dalam perilaku ekspor karena menentukan kemampuan produk untuk diterima di pasar internasional (Singer & Czinkota, 1994). Oleh karena itu, peran Diskop UKM sebagai “bengkel UMKM” menunjukkan fungsi pemerintah sebagai fasilitator yang membantu pelaku usaha memenuhi standar ekspor.

Pada aspek Contact, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur juga berperan membangun jaringan internasional melalui pengiriman katalog produk UMKM dan produk pesantren kepada Kedutaan Besar Republik Indonesia di berbagai negara. Komunikasi dengan atase perdagangan menjadi sarana untuk memperkenalkan produk unggulan pesantren kepada calon pasar luar negeri. Dalam teori Singer dan Czinkota, akses terhadap jaringan dan informasi pasar internasional merupakan salah satu bentuk bantuan ekspor yang efektif karena membantu pelaku usaha menjangkau calon pembeli dan mitra dagang di luar

negeri(Singer & Czinkota, 1994). Dengan demikian, pemerintah daerah berfungsi sebagai penghubung atau biasa disebut mediator antara pesantren dengan pasar global.

Sementara itu, pada aspek Channels , Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur membantu membuka saluran distribusi dan pemasaran internasional bagi produk pesantren. Data menunjukkan bahwa beberapa produk pesantren telah berhasil memasuki pasar luar negeri melalui berbagai jalur perdagangan. Misalnya, produk makanan ringan dari Pondok Pesantren Mambaul Ulum Malang dan Al Fatah Turen telah dipasarkan ke Belgia dan Belanda, sedangkan produk apparel dan tekstil berhasil masuk ke Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, hingga Arab Saudi (data di table 1.1). Hal ini menunjukkan bahwa Program Eko-Tren OPOP tidak hanya berhenti pada pembinaan produksi, tetapi juga berhasil membantu pembukaan jalur pemasaran internasional bagi produk pesantren.

Meskipun demikian, model Singer dan Czinkota juga menekankan adanya barries atau hambatan yang dapat memengaruhi keberhasilan ekspor(Singer & Czinkota, 1994). Dalam konteks penelitian ini, hambatan tersebut dapat dilihat dari masih pentingnya fasilitasi legalitas, sertifikasi, branding, dan peningkatan kualitas produk. Artinya, sebelum memperoleh pendampingan, banyak produk pesantren yang belum memenuhi standar pasar internasional. Hambatan lain juga terlihat pada keterbatasan pengalaman ekspor dan akses jaringan internasional yang menyebabkan pesantren memerlukan bantuan pemerintah sebagai mediator. Dengan demikian, keberadaan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur menjadi penting untuk mengurangi hambatan tersebut agar produk pesantren mampu bersaing secara global.

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menemukan bahwa konsep export assistance Singer dan Czinkota tidak hanya relevan diterapkan pada perusahaan atau UMKM umum, tetapi juga dapat diaplikasikan dalam konteks ekonomi pesantren melalui Program Eko-Tren OPOP. Temuan menarik dalam penelitian ini adalah munculnya peran pemerintah daerah sebagai jembatan kelembagaan antara pesantren dan pasar global. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur tidak hanya memberikan bantuan teknis, tetapi juga membentuk ekosistem ekspor berbasis pesantren melalui penguatan kelembagaan koperasi, pembinaan legalitas, pembangunan jaringan internasional, serta fasilitasi promosi luar negeri.Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pesantren memiliki karakteristik berbeda dibanding UMKM biasa karena pengembangan ekspor tidak hanya berorientasi ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan pemberdayaan komunitas pesantren dan penguatan ekonomi berbasis nilai agama atau religious .

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur berperan strategis dalam mendukung produk pesantren go global melalui Program Eko-Tren OPOP dengan memberikan *export assistance* berupa penguatan kelembagaan, fasilitasi legalitas, sertifikasi, promosi internasional, dan pembangunan jaringan pasar global. Penelitian ini memperluas penerapan konsep *export assistance* Singer dan Czinkota pada konteks ekonomi pesantren sebagai komunitas berbasis nilai religius. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah tidak hanya berperan sebagai fasilitator teknis, tetapi juga sebagai jembatan kelembagaan antara pesantren dan pasar internasional. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji efektivitas jangka panjang ekspor produk pesantren terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi pesantren dan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D., Rif, S., & Sa, N. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui One Pesantren One Product (OPOP) di Pondok Pesantren Kawasan Pantura Lamongan. *Amalee Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(2), 677–693. <https://doi.org/10.37680/amalee.v5i2.2426>
- Faisol, M., Thoyib, M. E., & Huda, M. (2023). OPOP and Economic Resilience During Covid-19 Pandemic : Formulating the Prototype of Independent Pesantrenpreneurs. *Istishoduna Jurnal Ekonomi Islam*, 12(148), 15–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.2275>
- Fauziyah, R. (2022). ANALISIS PROGRAM OPOP (ONE PESANTREN ONE PRODUCT) TERHADAP EFEKTIVITAS PEMBERDAYAAN EKONOMI PESANTREN MELALUI PERSPEKTIF ISLAM. *Repository Unisma*. https://opop.jatimprov.go.id/files/pengumuman_file/2023/05/04/68/2841skripsi-analisis-program-opop-one-pesantren-one-product-terhadap-efektivitas-pemberdayaan-ekonomi-pesantren-melalui-perspektif-islam.pdf
- Ghofirin, M., & Satria, R. (2022). *Eko Tren OPOP Pesantren Berdaya Masyarakat Sejahtera*. https://opop.jatimprov.go.id/files/pengumuman_file/2023/05/04/68/2841skripsi-analisis-program-opop-one-pesantren-one-product-terhadap-efektivitas-pemberdayaan-ekonomi-pesantren-melalui-perspektif-islam.pdf
- Gondim, L., Guimar, D. A., & Blanchet, P. (2021). Collaboration among Small and Medium-Sized Enterprises as Part of Internationalization: A Systematic Review. *Administrative Science*, 1. <https://doi.org/Adm. Sci. 2021, 11, 153>. <https://doi.org/10.3390/admsci11040153>
- JATIM, D. K. dan U. P. (2025). *Bersama Pemprov Jatim, EKO-TREN OPOP Wujudkan Pesantren Mandiri dan Berdaya*. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/id/berita/bersama-pemprov-jatim-eko-tren-opop-wujudkan-pesantren-mandiri-dan-berdaya-saing#:~:text=Pertama%2C penguatan kelembagaan koperasi pondok pesantren%2C yang,saat ini telah difasilitasi sebanyak 687 koperasi>
- JawaTimur, D. K. dan U. P. (2026). *Dari Santri ke Wirausaha: RAKOR OPOP JATIM 2026 Percepat Lahirnya Santripreneur Unggul*. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/id/berita/dari-santri-ke-wirausaha-rak>
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management , Millenium Edition* (Custom Edi). PEARSON CUSTOM PUBLISHING 75 Arlington Street, Suite 300, Boston, MA 02116 A. <http://repo.darmajaya.ac.id/5826/1/Philip Kotler - Marketing Management%2C Millenium Edition-Prentice Hall %282000%29.pdf>
- Nabila, M. R. (2026). *Transkrip Wawancara 13 Maret 2026*.
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal Of Management Accounting and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/doi: https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rusyda, G. I. (2026). *Connect Souq Siap Bawa Produk Pesantren OPOP Jatim ke AS hingga Jerman*. *Connect Souq Siap Bawa Produk Pesantren OPOP Jatim ke AS hingga ...* <https://www.detik.com/jatim/berita/d-8244005/connect-souq-siap-bawa>
- Setiawati, L. (2014). Peran Kebijakan Eksport Pemerintah Terhadap Proses Internasionalisasi UMKM. *Business & Management Journal Bunda Mulia*, 10(2), 83–92. <https://media.neliti.com/media/publications/555703-peran-kebijakan-eksport-pemerintah-terha-5a1fe869.pdf>
- Singer, T. O., & Czinkota, M. R. (1994). Factors Associated with Effective Use of Export Assistance. *Journal International Marketing*, 2(1), 53–71. <https://doi.org/ISSN 1069-031X 53>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_35efe6a47227d6031a75569c2f3f39d44fe2db43_1652079047.pdf
- Syamsudin, & Illiyyina, I. (2025). From Religion to Economy: The Contribution of East Java Government in Promoting Pesantren Entrepreneurship. *Journal Of Islamic Education*, 10, 664–680.
[https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.35723/jie.v10i2.662](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.35723/jie.v10i2.662)
- Timur, D. K. dan U. J. (2024). *Potensi dan Pernah Ekspor OPOP JATIM Potensi Ekspor*. Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur
- Timur, D. K. dan U. J. (2025). *Dari Inovasi Menuju Aksi, Tren OPOP Jawa Timur Pertajam Peran Pesantren dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional*.
- Timur, D. K. dan U. P. J. (2024). *Rakor Pengembangan One Pesantren One Product Jawa Timur*.
<https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/id/berita/rakor-pengembangan...> EN ID