

Tesis Ghina Dwi Novia MIK

by Ghina Dwi Novia Mik

Submission date: 22-Aug-2023 09:13AM (UTC+0700)

Submission ID: 2149213136

File name: 218080002_Ghina_Dwi_Novia_MIKOM_-_Ghina_Dwi_Novia.pdf (1.43M)

Word count: 23765

Character count: 148319

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

⁸⁰ Pesantren merupakan sebuah lembaga keagamaan yang memberikan pendidikan dan pengajaran serta mengembangkan dan menyebarkan agama Islam. ⁴ Pesantren merupakan lembaga pendidikan tertua yang melekat kuat dalam perjalanan kehidupan bangsa Indonesia, dan memiliki peran yang sangat penting dalam program pendidikan bangsa. Sebagai sebuah lembaga Pendidikan tertua ⁷⁶ yang ada di Indonesia, pesantren ⁹⁸ mempunyai kekhasan tersendiri yang berbeda ⁴ dengan lembaga pendidikan lainnya. Secara konseptual, pesantren memiliki ³ tujuan utama pendidikan (*tripology*) yaitu pesantren sebagai lembaga fasilitator tujuan pendidikan, keagamaan dan sosial. (Sugiarto, S., & Setiawati, R : 2022).

Pesantren juga memiliki tanggung jawab ¹⁰¹ dan tujuan untuk menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang cerdas dan berkualitas. Tidak hanya dituntut untuk memberikan pendidikan keagamaan baik formal dan non formal saja, pesantren juga mempunyai peran sebagai pengembangan kemasyarakatan, artinya pesantren harus membekali santrinya dengan keterampilan-keterampilan khusus agar para santri yang mengenyam Pendidikan di pesantren mendapatkan bekal ²⁴ yang bisa dimanfaatkan untuk kehidupannya di masa yang akan datang, sehingga

keterampilan khusus tersebut nantinya dapat diaplikasikan kembali di masyarakat luas.

⁶⁸ Berdasarkan Pangkalan Data Pondok Pesantren Kementerian Agama (Kemenag) RI, jumlah pondok pesantren di Jawa Barat tercatat mencapai 8.343 pesantren, ²⁶ hal tersebut menjadikan Jawa Barat sebagai Provinsi dengan Pesantren terbanyak di Indonesia dengan persentase sebesar 31.8%. Namun dengan banyaknya jumlah pesantren tersebut ternyata menimbulkan suatu permasalahan yakni ⁹ Sebagian besar pesantren di Jawa Barat belum mampu mandiri secara ekonomi untuk membiayai kebutuhan operasional maupun pengembangan sarana dan prasarana pesantren.

⁴ Berbagai instansi pemerintah maupun swasta telah melaksanakan program pemberdayaan ekonomi di lingkungan pesantren, tetapi hasilnya tidak berkelanjutan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penekanan pada pemberian modal yang bersifat hibah bukan merupakan cara efektif untuk memandirikan pesantren. Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan ekonomi pesantren yang dalam jangka panjang masih bisa berjalan dan berdampak pada pemerataan ekonomi secara nasional. (Setiawan, W. L : 2020)

Berangkat dari permasalahan dan fakta-fakta tersebut, ² Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil bersama Pemerintah Provinsi Jawa Barat meluncurkan sebuah program bernama One Pesantren One Product (OPOP). Program tersebut diluncurkan untuk dapat menciptakan kemandirian ekonomi pesantren dan

mengembangkan keterampilan khusus pesantren dalam berwirausaha. Selain itu, Program ¹⁶ One Pesantren One Product (OPOP) juga memiliki tujuan untuk menciptakan, mengembangkan dan memasarkan produk yang dihasilkan oleh setiap pesantren di Jawa Barat dalam mewujudkan kemandirian pesantren ⁵⁸ secara ekonomi, sosial dan juga untuk memacu pengembangan skill, teknologi produksi, distribusi, dan pemasaran melalui sebuah pendekatan inovatif dan strategis.

⁴ Melalui Peraturan Gubernur Jawa Barat No 24 tahun 2019 tentang penyelenggaraan One Pesantren One Product (OPOP) dan Petunjuk Teknis (Juknis) No 893/8/Kep. 124/P3W Tahun 2019 tentang petunjuk teknis pelaksanaan One Pesantren One Product (OPOP), ² Pemerintah menetapkan Tentang Penyelenggaraan One Pesantren One Product (OPOP) di Jawa Barat untuk memberikan jaminan atas keberlangsungan program tersebut. Program One Pesantren One Product (OPOP) ini diamanahkan ¹⁴ Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi melalui UPTD Pendidikan dan Pelatihan Perkoperasian dan Wirausaha (P3W). UPTD P3W ² bertugas dalam menangani pelatihan bagi peningkatan kapasitas SDM pelaku koperasi dan UMKM, sehingga program One Pesantren One Product (OPOP) ini akhirnya dikelola oleh UPTD P3W agar dapat terlaksana dengan baik.

Berdasarkan data yang dikutip dari laman website Republika, ¹¹⁴ (<https://news.republika.co.id/berita/nasional/pemprov-jabar/18/12/12/pjlnnq384-emil-luncurkan-program-opop-di-ponpes-al-ittifaq>), ⁵² Gubernur Jawa Barat Ridwan

Kamil menyatakan bahwa Program Pesantren One Product (OPOP) merupakan program yang bertujuan untuk mendorong Pesantren di Jawa Barat agar lebih mandiri secara ekonomi. Program One Product (OPOP) ini juga sebagai upaya untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat untuk menciptakan program ekonomi keumatan. Ridwan Kamil mengatakan : “Intinya sama, memberdayakan pesantren ini bisa berdaya tanpa harus mengandalkan donasi dari orang tua, siswa atau pemerintah” Menurutnya Program One Pesantren One Product (OPOP) juga memiliki tujuan besar yakni untuk pengembangan ekonomi keumatan dapat mengikis angka gini rasio serta menekan aktivitas urbanisasi.

Selaras dengan pernyataan tersebut, dikutip dari laman website IDX Channel (<https://www.idxchannel.com/syariah/bantu-kesejahteraan-pesantren-ridwan-kamil-sebut-program-opop-jadi-lokomotif-ekonomi-keumatan-jabar>) Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil mengatakan, program One Pesantren One Product (OPOP) menjadi lokomotif dalam meningkatkan ekonomi keumatan di Jawa Barat. Ridwan Kamil juga menilai, program OPOP dapat memberikan banyak dampak positif dalam menghadirkan kesejahteraan bagi pesantren. Selain itu, OPOP pun diharapkan mampu menggerakkan perekonomian masyarakat di sekitar pesantren.

Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan sebuah program yang didalamnya melibatkan peran pemerintah, masyarakat, akademisi, pengusaha dan media dalam pengembangannya, sehingga pada proses pelaksanaannya tentu tidak terlepas dari kegiatan komunikasi dan manajemen yang harus dilakukan oleh

semua pihak yang terlibat. Oleh karenanya, dibutuhkan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen atau Manajemen Komunikasi agar ⁶⁹ program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut ⁷ berjalan dengan lancar sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

⁶ Manajemen komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam pengimplementasian sebuah program maupun kebijakan. Tercapai atau tidaknya suatu kegiatan sangat tergantung dari manajemen komunikasi yang dilakukan oleh sebuah lembaga. Ketergantungan pencapaian ini disebabkan karena lembaga yang memiliki manajemen komunikasi, tentunya akan melakukan proses pengelolaan pesan secara sengaja, kongkrit, terencana, dan terukur. Pengelolaan pesan dilakukan dengan tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengontrolan, dan pengevaluasian terhadap unsur-unsur komunikasi. (Irma, 2020:5)

Michael Kaye (1994) dalam (Soedarsono & Suparmo, 2020 : 48) menjelaskan bahwa ³² “*Communications management, implies the optimal use of human and technological resources to promote dialogue between people.*” (Manajemen komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antarmanusia). Secara sederhana, Manajemen Komunikasi pada hakikatnya mengusulkan agar individu dapat mengoptimalkan ⁸⁵ sumber daya- nya ke dalam aspek pengelolaan manajemen di organisasi atau perusahaan dengan menggunakan komunikasi yang sistematis

⁴² Manajemen Komunikasi merupakan sebuah proses komunikasi, melalui berbagai sumber daya komunikasi dengan menggunakan beberapa rangkaian proses seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai. ²³ Tujuan dari Manajemen Komunikasi adalah mengelola kegiatan komunikasi agar dapat berjalan dan mencapai hasilnya secara efektif, untuk mencapai tujuan tersebut, seorang Manajer Komunikasi harus menguasai keahlian dasar komunikasi yang dapat dipelajari dalam tugas atau program formal dan latihan yang berkesinambungan sehingga keahlian tersebut menjadi bagian dari modal seorang manajer dalam berhubungan dan mengelola orang lain. (Abidin, 2015:51).

⁶ Manajemen komunikasi dibutuhkan semua lembaga, baik kecil maupun besar, baik di level pemerintahan pusat maupun daerah. Kegunaan lembaga menerapkan Manajemen Komunikasi guna memudahkan pencapaian tujuan dan menjaga keseimbangan di antara tujuan yang saling bertentangan, serta mencapai efisiensi dan efektivitas. Oleh karena itu, ² UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat sebagai pelaksana Program One Pesantren One Product (OPOP) harus ⁶ dapat menerapkan Manajemen Komunikasi yang efektif dan efisien ⁴ agar program One Pesantren One Product (OPOP) ini dapat berjalan dengan baik dan minim kendala.

⁴⁵ Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti Bagaimana proses Manajemen Komunikasi ¹ program One Pesantren One Product (OPOP)

yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, selain merupakan program unggulan Pemerintah Provinsi Jawa Barat, program One Pesantren One Product (OPOP) juga merupakan salah satu program yang unik karena Pesantren yang biasanya hanya dilihat sebagai lembaga pendidikan keagamaan, kini diharapkan dapat menghasilkan pribadi yang memiliki jiwa berwirausaha serta nantinya dapat menciptakan pesantren-pesantren yang berdaya dan mandiri secara ekonomi.

1.2 Fokus Penelitian

“Bagaimana Manajemen Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Pendefinisian Masalah yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)?
2. Bagaimana Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)?

3. Bagaimana Pelaksanaan Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)?
4. Bagaimana Evaluasi Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Pendefinisian Masalah yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)
2. Untuk Mengetahui Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)
3. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)
4. Untuk Mengetahui Evaluasi Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product (OPOP)

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi ilmiah bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian Manajemen Komunikasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan untuk penelitian selanjutnya, meningkatkan pemahaman, dan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber rujukan penelitian sejenis maupun studi pembandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan berpikir melalui penulisan tesis dan untuk menerapkan teori atau konsep yang peneliti peroleh selama perkuliahan program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan
2. Bagi Pemerintah Provinsi Jawa Barat, khususnya UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran kepada pemerintah, sebagai masukan dalam Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP). Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi UPTD P3W Dinas Koperasi dan

Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat dalam melancarkan kegiatan Manajemen Komunikasi sebuah program yang akan dilaksanakan.

- 2
3. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat terkait dengan program One Pesantren One Product (OPOP) yang digagas oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat.
4. Bagi penelitian lanjutan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan literatur untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek yang Diteliti

4.1.1 Sejarah UPTD Pendidikan dan Pelatihan Perkoperasian dan Wirausaha (P3W) Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat

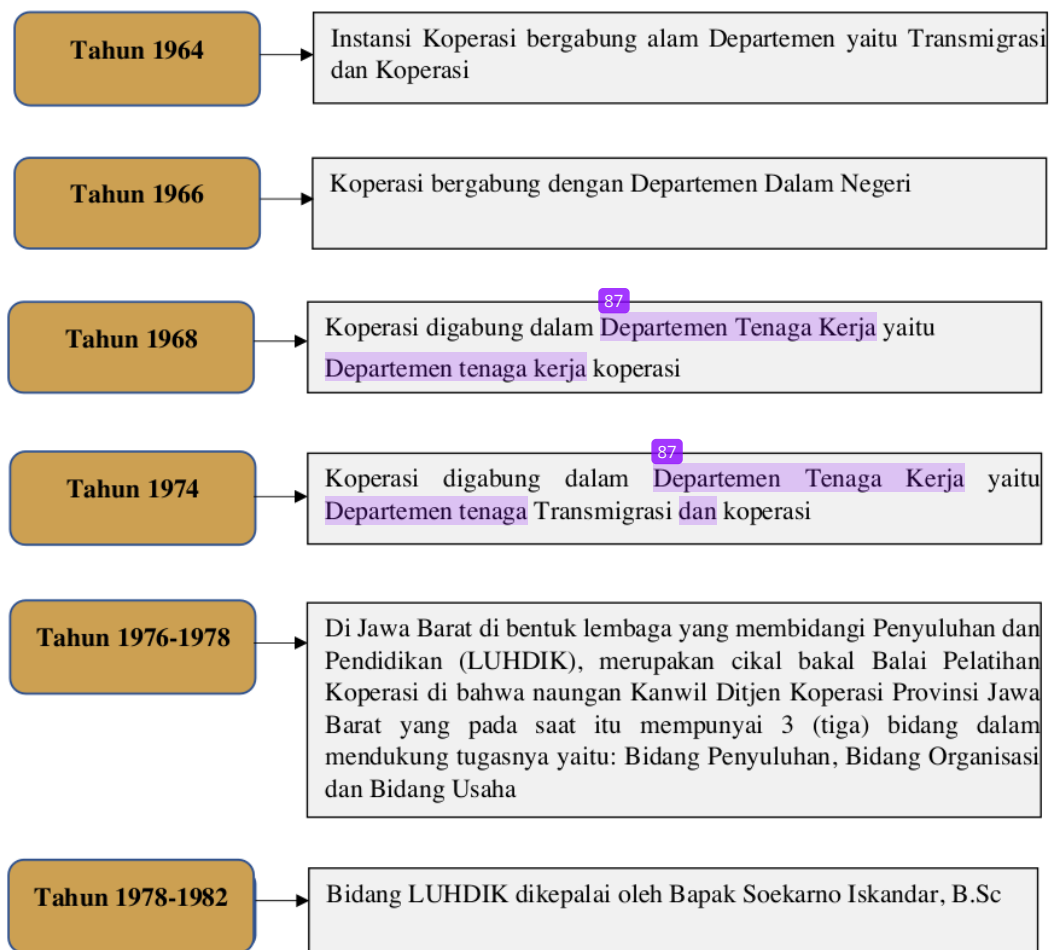
Sumber Daya Manusia (SDM) adalah aspek utama dalam pengelolaan dan pengembangan koperasi dan UMKM. Hal inilah yang menjadi dasar perlunya sebuah lembaga yang menangani pelatihan bagi peningkatan kapasitas SDM pelaku koperasi dan UMKM sebagaimana telah ditetapkan didalam Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 48 Tahun 2010 Tentang Tugas, Fungsi, Rincian Tugas Unit dan Tata kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas di Lingkungan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Barat. Untuk pelayanannya telah distandartkan berdasar ISO SMM 9000-2008.

Sejak diundangkannya berbagai ketentuan gerakan koperasi, melalui Undang-Undang No.14 Tahun 1965, hingga Undang-Undang No.25 Tahun 1992, selain aspek-aspek kelembagaan dan pengolahan koperasi memperoleh perhatian utama. Hal ini yang menjadi dasar perlunya sebuah lembaga yang menangani pelatihan bagi peningkatan kapasitas SDM pelaku koperasi, saat ini bernama Balai Pelatihan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Disingkat BALATKOP dan UMKM. Guna mengetahui perkembangan Balai Pelatihan Tenaga Kerja

Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Barat, secara kronologis dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Sejarah ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil

Provinsi Jawa Barat







Sejak tahun 1976 sampai dengan tahun 2002, BALATKOP dan UKM beralamat di Jl. Dr Setiabudhi Km. 11,4 No. 11 Lembang Bandung. Selanjutnya dengan adanya penyerahan asset Provinsi ke Kabupaten Bandung, maka BALATKOP dan UKM berpindah lokasi ke Jl. Soekarno Hata No. 708, Km. 11, Gede Bage Bandung sesuai dengan keputusan Gubernur Jawa Barat No. 593/Kep.79-PLK/2003, tanggal 10 Februari 2003, tentang tanah dan bangunan milik/dikuasai Pemerintah Provinsi Jawa Barat di Jl. Soekarno Hatta 708, Bandung (ex. Kantor DIPARDA Provinsi Jawa Barat).

4.1.2 Visi dan Misi UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi

Jawa Barat

VISI :

“Terwujudnya Sumber Daya Manusia Koperasi dan Usaha Kecil yang Kompeten, Produktif, Profesional dan Berdaya Saing Pada Era Globalisasi.”

MISI :

1. Menyelenggarakan pelatihan tenaga koperasi dan usaha kecil serta kewirausahaan yang berbasis kompetensi
2. Mengembangkan program pelatihan sesuai kebutuhan koperasi dan usaha kecil
3. Memberikan layanan pelatihan koperasi dan usaha kecil yang terbaik di dukung oleh sarana prasarana sesuai kemajuan teknologi

4. Meningkatkan kompetensi dan profesionalisme SDM pengelola, instruktur dalam penyelenggaraan pelatihan koperasi dan usaha kecil serta kewirausahaan
5. Meningkatkan sinergitas peran praktisi, akademisi, birokrasi dan komunitas dalam penyelenggaraan pelatihan koperasi dan usaha kecil serta kewirausahaan.

4.1.3⁸ Tugas Pokok dan Fungsi UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat

Tugas Pokok :

- 1.¹⁰ Menyelenggarakan perumusan program kerja Balai Pelatihan Tenaga Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah
2. Menyelenggarakan koordinasi, pembinaan dan pengendalian pelaksanaan tugas dan fungsi Balai Pelatihan Tenaga Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah
3. Menyelenggarakan pengkajian bahan petunjuk teknik pelatihan tenaga KUMKM
4. Menyelenggarakan pelatihan tenaga KUMKM
5. Menyelenggarakan telaah staf sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan
6. Menyelenggarakan koordinasi dengan unit kerja berkait

7. Menyelenggarakan evaluasi dan pelaporan
8. Menyelenggarakan tugas lain sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya

8
Fungsi :

1. Penyelenggaraan pengkajian bahan petunjuk teknis pelatihan tenaga

KUMKM

2. Penyelenggaraan dan koordinasi pelatihan tenaga KUMKM

130
Sumber : diskumkm.jabarprov.go.id/index.php/tupoksi-uptdp3w

43
4.1.4 Struktur Organisasi UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil
Provinsi Jawa Barat (P3W) Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi
Jawa Barat

2
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha
Kecil Provinsi Jawa Barat



Sumber : Hasil wawancara dengan Kepala UPTD P3W, 2023

4.1.5 Data Informan

Guna menghimpun data mengenai Manajemen Komunikasi ⁷² Program One Pesantren One Product (OPOP), untuk ²⁸ penelitian ini dilakukan wawancara kepada sembilan yang terlibat langsung dalam penyelenggaraan program One Pesantren One Product (OPOP). Sembilan informan tersebut diantaranya adalah pihak ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa barat selaku pengelola ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP), Pendamping ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP), Pengajar ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP), serta pesantren yang ikut serta pada ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP). Adapun ² data lengkap mengenai profil informan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Data Informan

KETERANGAN	NAMA	JENIS KELAMIN	JABATAN
Informan 1	Ravi Wisesa, S.IP., M.AP	Laki-laki	² Kepala UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat
Informan 2	Shinta Citra Lestari, S.Si	Perempuan	¹ struktur Ahli Muda UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat
Informan ³	Ahmad Rosyad, SP., MM	Laki-laki	¹ Widyaiswara Ahli Muda UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat

KETERANGAN	NAMA	JENIS KELAMIN	JABATAN
Informan 4	Dery Nurani Wahidin, MM	Perempuan	Widyaiswara Ahli Muda UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat
Informan 5	Agung Muhamad Ramadhan, S.IP., M.AP	Laki-laki	Tenaga Teknis UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat
Informan 6	Ade Geovania Azwar, ST.,MT	Perempuan	Pengajar Program One Pesantren One Product (OPOP)
Informan 7	Detin Khoerutin Insani	Perempuan	Pendamping Program One Pesantren One Product (OPOP)
Informan 8	Dede Iwanah	Perempuan	Peserta Program One Pesantren One Product (OPOP) asal Pondok Pesantren Qur'anpreneur Rich Arrahmaniyah Cahaya Hati, Kabupaten Bogor
Informan 9	Hj. Mimin	Perempuan	Peserta Program One Pesantren One Product (OPOP) asal Pondok Pesantren Al-Hidayah

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Pendefinisian Masalah oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Proses untuk mewujudkan sebuah program yang baik dan bermanfaat bagi masyarakat tentu tidak terlepas dari identifikasi dan pendefinisian terhadap

masalah-masalah yang terjadi secara faktual dan alamiah. Pendefinisian masalah ini penting dilakukan guna mendapatkan informasi-informasi yang penting dan relevan untuk kelangsungan sebuah program. Maka langkah awal ² dalam program One Pesantren One Product (OPOP) ini adalah ⁹ dengan mendefinisikan masalah yang ditemukan terkait dengan latar belakang hadirnya program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan pertama dalam Pendefinisian Masalah ⁸³ Program One Pesantren One Product (OPOP) dimulai dengan Identifikasi Kajian RPJMD 5 Tahunan. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Informan Shinta Citra Lestari :

“Sebelum ada sebuah program kan tentu ada kajian-kajian yang harus dilaksanakan, dan program OPOP ini kan tidak semerta-merta ada yaa, sebelumnya pasti sudah ada hal-hal yang diteliti dan diusulkan. Nah pada tahapan ini kita ¹⁶ kaji lagi di RPJMD. Program OPOP ini memang masuk ke RPJMD Jawa Barat untuk tahun 2018-2023. RPJMD ini maksudnya Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah, kajian RPJMD ini mengakomodir program dari Gubernur dan Wakil Gubernur (Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum) yang saat itu baru dilantik. Saat itu kan salah satu janji dan programnya itu ingin mewujudkan pesantren juara, maka dicanangkanlah program OPOP ini untuk meningkatkan kemandirian ekonomi Pondok Pesantren. Dari RPJMD diturunkan ke renstra (rencana strategis) dan renja (rencana kerja) dinas. Untuk renstra 5 tahun dan renja 1 tahun adanya di dinas. Dari atas diturunkan ke perangkat daerah, Dalam renstra dan renja juga dijabarkan Kegiatan opop ini bentuknya seperti apa, dilaksanakannya seperti apa, targetnya seperti apa dalam 5thn bisa memfasilitasi 5000 ponpes, itu yg menjadi dasar kami untu menganggarkan.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Berdasarkan Informasi tersebut, kajian RPJMD atau Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Jawa Barat merupakan tahapan awal dalam proses pendefinisian masalah pada Program One Pesantren One Product (OPOP). RPJMD ini merupakan Rencana Pembangunan untuk periode tahun 2018-2023 yang didalamnya mengakomodir salah satu Program unggulan Gubernur dan Wakil Gubernur yang saat itu terpilih (Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum) yakni Program Pesantren Juara. Berdasarkan Informasi, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah yang telah dibuat ini kemudian diturunkan pada Renstra (rencana strategis) dan Renja (rencana kerja) dinas. Renstra dan Renja yang telah disusun ini kemudian menjabarkan hal-hal terkait kegiatan One Pesantren One Product (OPOP) mulai dari akan seperti apa bentuk program, pelaksanaan hingga target yang ingin dicapai dari program One Pesantren One Product (OPOP).

Informan Ravi Wisesa selaku Kepala UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat mengungkapkan :

“Hadirnya program ini kan dikaji di RPJMD yaa, nah itu mengacu pada visi misi saat kampanye 2018 lalu bahwa salah satu programnya adalah pesantren juara yang diarahkan supaya ponpes dapat mandiri secara ekonomi. Jadi diharapkan bahwa fungsi pesantren itu ditambah tidak hanya sebagai Pusat Pendidikan atau dakwah saja, tetapi juga pemberdayaan masyarakat. Salah satunya agar ponpes mandiri secara ekonomi. Kita tau ponpes selalu ada di tengah masyarakat. Kalau Ponpes Makmur, maka daya dongkrak di masyarakat meningkat jadi pemberdayaan fungsinya lah.” (Wawancara pada 25 Juni 2023)

Selaras dengan pernyataan tersebut, Informan Ahmad Rosyad mengemukakan bahwa :

“Kajian RPJMD ini memuat tentang pengkajian dari visi misi Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat yang salah satunya yaitu pemberdayaan pesantren. Tujuan utamanya memang pemberdayaan ekonomi pesantren agar ponpes ini lebih berdaya dan maju gitu. Pada kajian RPJMD ini Setelah membuat kajian langsung kita menyusun kebijakan atau Pergub (Peraturan Gubernur) yang mengatur tentang penyelenggaraan kegiatan OPOP termasuk dengan menyusun penganggarannya seperti apa sesuai amanah dari program unggulan Gubernur Jawa Barat. Penganggaran ini juga dibahas bersama dengan team Akomodasi Percepatan Pembangunan, nanti juga disitu dibahas mengenai penyusunan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis (juklak dan juknis) OPOP.” (Wawancara 11 Juli 2023)

Melengkapi pernyataan informan-informan tersebut, selanjutnya Dery Nuranis menambahkan bahwa :

“Kalau kajian RPJMD itu memang di perlukan dan selalu dilakukan ya, kajian ini dilakukan untuk melihat aspek legalitas dan keilmuannya seperti apa aspeknya seperti apa begitu dan harus bagaimana di RPJMD itu dijelaskan yaa. Kemudian secara garis besar, karena saat itu kan yang difokuskan adalah kemandirian ekonomi maka dinas terkait yang memiliki tupoksi untuk pelaksanaan program ini adalah memang dinas yang punya tupoksi disitu, dalam hal ini kalau di kita di fungsi asisten ekonomi dan pembangunan dibawahnya mengkoordinir dinas-dinas seperti koperasi perindag pokoknya yang terkait dengan sektor ekonomi. Maka jadilah program OPOP ini menjadi tanggung jawab Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat melalui UPTD P3W (Pendidikan dan Pelatihan Perkoperasian dan Wirausaha) Provinsi Jawa Barat. Selain itu kan kita di UPTD P3W juga tentu harus selalu berkoordinasi sesuai dengan tupoksi kita agar pelaksanaan program OPOP ini bisa berjalan dengan lancar” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan informan Dery Nuranis di jelaskan bahwa kajian RPJMD penting dilakukan untuk melihat aspek legalitas dan keilmuan dalam suatu program. ¹ Program One Pesantren One Product (OPOP) juga diamanahkan kepada Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat ¹²² melalui UPTD P3W (Pendidikan dan Pelatihan Perkoperasian dan Wirausaha) yang memang memiliki Tupoksi di bidang asistensi ekonomi dan pembangunan. ⁴³ Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat dalam hal ini ² UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat memerlukan kajian serta koordinasi dan komunikasi yang mendalam dan menyeluruh agar ⁴ Program One Pesantren One Product (OPOP) ini dapat terselenggara dengan baik.

Langkah selanjutnya dalam pendefinisian masalah ³ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan melaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD), pada tahap ini pihak ² UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat bekerjasama dengan pihak-pihak terkait untuk mendiskusikan ⁶⁷ hal-hal apa saja yang harus dilakukan agar program One Pesantren One Product (OPOP) ini dapat terselenggara dengan lancar. Mengenai FGD, Dery Nuranis menyampaikan :

“FGD dilakukan ya dalam proses mewujudkan program OPOP ini, tentunya dengan FGD kita bisa berdiskusi kan yaa seperti apa program itu harus dilaksanakan, di FGD juga kita merumuskan dan menyatukan pendapat tentang hal-hal yang harus ada di program OPOP. FGD ini

penting yaa karena dengan FGD kita lebih terarah dan punya gambaran gitu ya, seperti apa sebetulnya program ini harus berjalan. Di FGD ini juga kita tidak hanya pihak UPTD yang terlibat, tapi juga ada dari pihak luar atau stakeholder, contohnya seperti kita mengundang dari pihak perbankan yaa itukan tujuannya lebih ke diskusi ya dengan praktisi yang sudah lebih berpengalaman yang pernah melaksanakan kompetensi wirausaha, nah disitu kita sharing lebih jauhnya lagi.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Lebih lanjut mengenai FGD, Ravi Wisesa menjelaskan bahwa *Focus Group Discussion* memang harus dilakukan agar semua pihak yang nantinya terlibat memiliki pandangan yang sama mengenai bagaimana sebuah program harus berjalan. Ravi menjelaskan :

“FGD ini jelas sangat penting ya dilakukan kalau kita mau melaksanakan sebuah program. Karena dengan adanya FGD kita bisa saling sharing, saling menginformasikan program yang baik itu harus berjalan seperti apa, karena kan untuk menciptakan sebuah program apalagi programnya besar itu butuh ide dan masukan dari banyak pihak, termasuk dari stakeholder juga kita butuh ya. Dengan adanya diskusi dan saling sharing informasi apalagi dengan yang sudah ahli di bidangnya nantinya kita akan mendapatkan kesamaan persepsi mengenai program seperti apa sebetulnya yang harus kita laksanakan.” (Wawancara pada 25 Juni 2023)



Gambar 4.2
Dokumentasi FGD dengan Stakeholder

Informan Shinta menambahkan :

“FGD itu penting ya teh, untuk dilaksanakan.. dengan FGD ini kita lebih kaya informasi, karena kan FGD ini tidak hanya kalangan Pemprov Jabar saja yang diundang tetapi juga pihak luar atau stakeholder. Mereka pihak stakeholder sedikitnya akan memberikan informasi oh program yang baik itu seperti ini seperti ini, jadi kita mendapatkan informasi penting untuk nantinya kita melaksanakan program harus seperti apa” (Wawancara 4 Juli 2023)

Melengkapi pernyataan informan-informan diatas mengenai *Focus Group*

Discussion, Ahmad Rosyad mengemukakan :

“FGD ini pasti kita laksanakan, karena sebuah program yang baik tentu banyak hal yang harus dilakukan, apalagi kalau programnya ini baru ya, kita harus banyak diskusi dengan pihak-pihak yang lebih

berpengalaman. Karena di FGD ini juga diatur nanti teknis pelaksanaan programnya seperti apa lalu nanti hadiah untuk pemenang di program ini akan seperti apa, kemudian nanti dari segi pendampingannya seperti apa. Nah kalau kita sudah melakukan FGD, sudah berkomunikasi dan berkoordinasi mengenai hal-hal apa saja yang harus kita lakukan ketika nanti melaksanakan program kan jadi enak juga sudah ada bayangannya seperti apa.” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

³¹ Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *Focus Group Discussion* merupakan salah satu upaya untuk menyamakan persepsi mengenai sebuah program yang baik dan berkualitas. Pada FGD juga dibahas mengenai teknis pelaksanaan program, mulai dari bentuk pendampingan yang harus dilakukan sampai kepada penentuan hadiah yang nantinya akan didapat oleh pemenang ¹ program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan ketiga yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat adalah dengan melakukan Identifikasi Pendataan Pesantren di Jawa Barat hal tersebut disampaikan oleh Narasumber Ravi Wisesa selaku ² kepala UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat.

Ravi Wisesa mengungkapkan bahwa :

“Pendataan pesantren tentu harus diidentifikasi dulu ya pesantren di jawa barat seperti apa, kita tahu pesantren di jawa ⁹⁰at itu kan jumlahnya banyak, hampir 8300-an pesantren yang ada di jawa barat bahkan jawa barat menjadi salah satu provinsi dengan pesantren terbanyak di Indonesia, dari situ kita identifikasi nih termasuk jumlah

pesantren di Jawa Barat ada berapa, kemudian pesantren yang sudah memiliki usaha itu pesantren mana saja begitu. Dengan banyaknya jumlah pesantren di Jawa Barat, apakah pesantren-pesantren tersebut sudah berkontribusi untuk pengembangan ekonomi minimal untuk pesantrennya sendiri lah ya, dan apakah pesantren itu sudah mandiri atau belum gitu.” (Wawancara pada 25 Juni 2023)

Identifikasi Pesantren yang ada di Jawa Barat merupakan salah satu langkah penting yang harus dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat sebelum melaksanakan kegiatan atau program One Pesantren One Product (OPOP). Mengingat jumlah pesantren di Jawa Barat yang mencapai 8343 pesantren dengan total persentase 31,8%, maka identifikasi pesantren di Jawa Barat tentu penting dilakukan. Identifikasi meliputi jumlah pesantren di Jawa Barat, pesantren-pesantren mana saja yang sudah memiliki usaha dan pesantren yang memiliki potensi untuk dapat membuat usaha.

Hal serupa juga disampaikan oleh Informan Shinta Citra Lestari, Shinta mengemukakan :

“Kita memang cari tahu dulu ya, istilahnya identifikasi dulu gitu pesantren di Jawa Barat ini kondisinya gimana, jumlahnya berapa dan pesantren mana saja yang kiranya sudah punya usaha atau belum, kemudian pesantren mana saja yang sudah ada kopontren ya di dalamnya. Setidaknya harus dipantau ya keadaan sebenarnya seperti apa. Pesantren di Jawa Barat itu kan banyak banget tersebar sampai di pelosok-pelosok daerah, ya memang ternyata sebagian besar itu belum mandiri secara ekonomi gitu sih.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Pernyataan Informan Shinta tersebut diperkuat oleh Informan Dery Nuranis.

Menurut Informan Dery, ⁹ Pesantren di Jawa Barat memang secara umum belum mampu mandiri secara ekonomi. Informan Dery Nuranis menyampaikan :

“Memang kita lakukan identifikasi, artinya kita melihat seperti apa sebetulnya gambaran umum pesantren-pesantren yang ada di Jawa Barat ini.. ternyata setelah kita telaah memang pesantren di Jawa Barat itu sebagian belum bisa mandiri secara ekonomi, mungkin karena jumlah pesantrennya banyak yaa dan pesantren juga kan selama ini seringkali mendapatkan hibah atau bantuan dari pemerintah untuk kegiatan operasionalnya. Padahal pesantren di Jawa Barat itu memiliki potensi yang besar gitu untuk memajukan dan memandirikan pesantrennya masing-masing, tapi ya itu mungkin belum ketemu saja caranya harus bagaimana agar bisa menjadi pesantren yang mandiri secara ekonomi.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

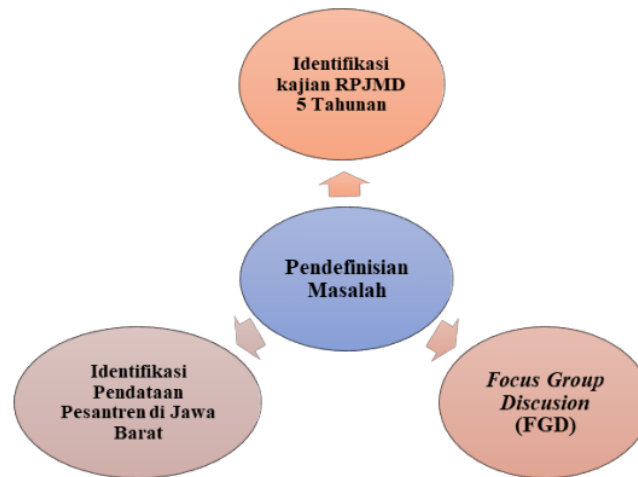
Selanjutnya Informan Agung juga menjelaskan bahwa :

“Potensi pesantren di Jawa Barat ini memang cukup besar yaa. Potensinya besar itu artinya ke depan bisa membuat hal yang akan mendapatkan berbagai manfaat untuk pesantrennya sendiri, apalagi kalau pondok pesantrennya mandiri, yaa kan jika pondok pesantrennya mandiri sudah pasti santri mandiri, masyarakat sekitarnya juga mandiri begitu. Jadi sangat penting untuk pesantren dapat mandiri” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut, dijelaskan bahwa Identifikasi Pendataan Pesantren di Jawa Barat dilakukan guna mengetahui gambaran umum pesantren-pesantren yang ada di Jawa Barat. Berdasarkan hasil pemaparan diatas, tahapan pendefinisian masalah ² yang

dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada program One Pesantren One Product (OPOP) dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.3 Tahap Pendefinisian Masalah pada Program OPOP



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023

4.2.2 Perencanaan Komunikasi oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Terwujudnya sebuah program atau kegiatan pada awalnya tentu dilakukan sebuah perencanaan yang baik oleh pihak penyelenggara. Perencanaan merupakan sebuah proses yang mendefinisikan tujuan dari organisasi, serta mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Perencanaan merupakan tahapan yang penting dan menjadi patokan untuk mempermudah agar tercapainya sebuah tujuan dalam

sebuah kegiatan, karena tanpa adanya perencanaan yang baik kegiatan yang dilaksanakan tidak akan berjalan dengan lancar.

Langkah pertama dalam Perencanaan Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) yakni Melaksanakan *mapping* pesantren *role model*. Hal tersebut dikemukakan oleh Informan Ahmad Rosyad yang mengatakan :

“Selanjutnya setelah identifikasi pendataan pesantren kita juga melakukan *mapping* yaa, *mapping* ini untuk pesantren *role model* artinya kan di Jawa Barat itu ada pesantren-pesantren besar yang memang sudah memiliki usaha, maka kita lakukan *mapping* pesantren mana saja yang sekiranya dapat dijadikan untuk pesantren *role model*. Dikatakan *role model* ini karena pesantren ini memiliki usaha yang maju dan berkembang. Setelah kita *mapping* ya didapatkan ternyata ada 5 pesantren diantaranya Pesantren Darut Tauhid, Pesantren Al-Ittifaq, Pesantren Al-Idrisiyah, Pesantren Nurul Iman dan Pesantren Khusnul Khotimah. Alasan pesantren tersebut menjadi *role model* ini kita lihat dari besar usahanya, kita melihat dari sisi usaha si pesantren gitu yaa tidak hanya besar tapi kita lihat juga pesantrennya.” (Wawancara 11 Juli 2023)

Hal serupa tentang pesantren *role model* juga disampaikan oleh Informan Shinta yang mengemukakan bahwa :

“Kita juga setelah identifikasi pesantren kan dapat datanya yaa nah sekaligus untuk *mapping* pesantren *role model* juga. Pesantren *role model* ini penting yaa karena kan istilahnya mereka akan jadi contoh untuk pesantren-pesantren lainnya selain itu pesantren *role model* ini nantinya kan akan dijadikan sebagai tempat pelatihan dan magang bagi peserta OPOP yaa, jadi penting untuk kita *mapping* sekaligus lihat usaha yang dijalankannya seperti apa” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Informasi tersebut kemudian dipertegas oleh Informan Dery. Menurut Dery keberadaan pesantren *role model* sangat penting karena akan membantu para peserta program One Pesantren One Product. Shinta mengatakan :

“Iya kita lakukan mapping juga yaa, tujuannya kan biar nantinya para peserta ini bisa lihat bagaimana para pesantren *role model* menjalankan usahanya dan sudah sejauh apa usahanya begitu. Kalau sudah ada contoh nyata artinya ada panutannya kan setidaknya akan membantu bagi para peserta program OPOP ya” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Melengkapi informasi yang sudah disampaikan sebelumnya, ² Kepala UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, Ravi Wisesa menambahkan :

“Kita lakukan *mapping* pesantren *role model* juga yaa alasan pesantren tersebut menjadi *role model* ini kita lihat dari besar usahanya, kita melihat dari sisi usaha si pesantren gitu yaa tidak hanya besar tapi kita lihat juga pesantrennya. Pesantren *role model* ini kenapa kita lakukan *mapping* karena nantinya pesantren *role model* tersebut akan menjadi contoh sekaligus tempat pelatihan dan magang bagi peserta program One Pesantren One Product (OPOP). Masing-masing pesantren *role model* ini punya bidang usahanya yang dipilih gitu sehingga kita nanti menunjuk peserta untuk Pelatihan dan Magang itu sesuai dengan bidang usaha yang sudah ditentukan gitu. Misalkan Pesantren Al-Ittifaq kan di bidang pertanian jadi peserta yang memang usahanya di bidang pertanian, kami tempatkan tempat latihan magangnya di Pesantren Al-Ittifaq gitu, jadi linier yaa, Jadi tidak mungkin ada produknya makanan itu tempatkan di alittifaq. Tidak ya, nah kita sesuaikan disitunya. Kita ingin melihat secara langsung agar peserta juga bisa lihat bagaimana si pesantren *role model* ini mengelola usahanya secara langsung jadi kan peserta juga bisa mengikuti caranya gitu. Nah untuk 2023 ini, pesantren

role model bertambah, dari yang asalnya hanya 5 sekarang jumlahnya menjadi 13 karena peserta program OPOP yang membludak yaitu di 2174” (Wawancara pada 25 Juni 2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, *Mapping Pesantren Role Model* ²¹ ini merupakan salah satu tahap yang sangat penting untuk dilakukan karena dengan melakukan *Mapping pesantren role model* ini pihak ² UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat mendapatkan data mengenai Pesantren yang sudah memiliki usaha.

Pertahun 2023 ini, karena ¹¹⁶ jumlah peserta program One Pesantren One Product (OPOP) semakin banyak (²⁸ 2174 pesantren yang mengikuti program OPOP di tahun 2023), maka pihak ¹² UPTD P3W Dinas Koperasi Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat menambah jumlah pesantren *role model* dari semula hanya 5 pesantren pesantren *role model* menjadi total 13 pesantren *role model* yang tersebar di ⁴⁷ kabupaten dan kota di Jawa Barat. Penambahan jumlah pesantren *role model* tersebut dipandang perlu agar pesantren-pesantren yang mengikuti program ini mendapatkan tempat pelatihan dan magang yang mumpuni sehingga dapat menyerap dan mempraktikan ilmu-ilmu yang telah diberikan.

Merujuk pada informasi dari kepala UPTD P3W tersebut, juga dijelaskan bahwa pesantren *role model* yang dipilih memiliki bidang usaha yang berbeda satu sama lainnya, agar tidak terjadi tumpang tindih antar satu pesantren dengan pesantren yang lain. Seluruh pesantren *role model* sudah dikategorikan sesuai

dengan bidang usahanya masing-masing, sehingga nantinya para peserta program One Pesantren One Product (OPOP) akan ditempatkan di pesantren *role model* yang memiliki bidang usaha sejenis atau linier dengan usaha para peserta program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan kedua dalam Perencanaan Komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan Sinergi Pentahelix ABCGM. Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan salah satu program yang dalam pengembangannya melibatkan peran pemerintah, masyarakat, akademisi dan media, hal tersebut sejalan dengan konsep Pentahelix ABCGM. Sebagaimana dijelaskan oleh Informan Ravi Wisesa, menurutnya :

“Kita memang untuk program OPOP ini bentuknya pentahelix, pentahelix disini artinya kan kita libatkan seluruhnya dari mulai akademisi sampai kepada media. Pemerintah jelas lah yaa baik secara Pemprov, kabupaten kota, dinas, kemenag Akademisi pada proses pelatihan dan magang kan kita libatkan juga ya akademisi, praktisi juga dilibatkan dalam proses pelatihan dan magang bahkan ada juga yang menjadi team juri yaa. Kalau media jelas lah untuk publikasi. Kalau pihak swasta ini kan kita libatkan pada saat untuk membangun jejaring, karena kan ini usaha usaha pondok pesantren yaa, mereka mengembangkan usahanya, kita arahkan juga untuk membangun jejaring networking dengan proses pemasaran dan lainlain .Media publikasi Pihak swasta dilibatkan saat membangun jejaring yaa, bagaimana menjaring proses pemasaran dan lain-lainnya” (Wawancara pada 25 Juni 2023)

Mengacu pada hasil wawancara tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa bentuk ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah pentahelix ABCGM dimana lima komponen ABCGM tersebut terlibat langsung dalam ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP). Menurut Informan Ravi, lima komponen tersebut terlibat misalnya A atau Akademisi bisa dari kalangan pengajar seperti dosen atau praktisi yang nantinya akan menjadi pengajar di program One Pesantren One Product. Selanjutnya B atau *Businessman* dilibatkan bisa menjadi *off taker* atau konsumen. C atau *Community*, komunitas juga ikut terlibat dalam program ini, karena komunitas dapat menjadi *off taker*. G atau *Government*, pemerintah tentu ikut andil dalam program ini, ⁴ dalam hal ini dinas terkait seperti Dinas ²⁴ Koperasi dan Usaha Kecil di Kabupaten dan Kota di Jawa Barat, Kementerian Agama di Kabupaten dan Kota di Jawa Barat dan lain sebagainya. M atau *Media*, media juga memiliki peran penting dalam program ini karena dengan adanya media, seluruh informasi penting mengenai program ini akan dapat terpublikasi dan menyebar luas di masyarakat.

Informan Ahmad Rosyad juga menambahkan bahwa pada ³ program One Pesantren One Product (OPOP) menggunakan konsep pentahelix ³ untuk menunjang keberhasilan ³ program tersebut. Ahmad mengungkapkan bahwa :

“Ya betul disebut pentahelix karena memang kita banyak melibatkan pihak-pihak yang dalam artian memang ahli di bidangnya ya, karena kan kalau tidak ada yang ahli di bidangnya pasti kita juga kebingungan. Pertama Kita libatkan dari praktisi yaa. Praktisi itu juga nanti sebagai

off taker yaa atau pembeli daripada produk-produk OPOP, kedua itu akademisi itu untuk kajian dan penelitiannya yaaa, kemudian ada pesantren tadi role model pesantren yaa terus ada dari perbankan juga, terus komunitas juga nanti dari lingkungan pers atau media yaa, karena kita akan memberdayakan ABCGM atau Pentahelix, ada Akademisi, Business, Community, Government dan Media yaa” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Melengkapi pernyataan informan-informan diatas, Shinta Citra Lestari menambahkan :

“Kalau untuk pelaksanaan OPOP itu adalah bentuk program dengan konsep pentahelix abcgm dilibatkan. Akademisi kita bekerjasama dengan berbagai pihak kayak unpad, itb, ikopin banyak lah rata-rata semua mitra kita. Ada juga praktisi dari tingkat local ke tingkat nasional kita kerjasama. Kayak komunitas atau Lembaga-lembaga incubator kita kerjasama, mitra pemerintah kita koordinasi dengan kemenag kabupaten atau kota kita kerjasama, media bentuk kolabnya gimana? Saat dulu awal pembentukan opop kita matangkan melalui penyusunan pergub nah kita undang semua unsur ABCGM ketika itu sudah selesai kita lanjutkan tahap selanjutnya. Mereka juga bertindak sebagai *off taker*. *Off taker* itu istilahnya konsumen gitu ya kan kalau punya produk harus dipasarkan siapa yg beli dll? Nah mitra ABCGM kami juga kita dorong menjadi *off taker*. Dari praktisi misalkan resto perlu ikan nah dia menjadi *off taker* ponpes opop yg punya usaha di bidang perikanan. Selain jadi juri, *off taker*, narasumber, mereka juga jadi mentor nah pendamping ini juga kita dorong untuk abcgm sebagai juri, mentor *off taker* bisa juga setelah OPOP selesai komunikasinya berlangsung terutama yang potensial.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut dijelaskan bahwa ¹ Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam hal ini UPTD P3W Dinas

Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, melibatkan lima komponen utama dalam mendukung ³ Program One Pesantren One Product (OPOP). Lima komponen yang terlibat (ABCGM) juga nantinya akan didorong untuk menjadi *off taker* atau pembeli/konsumen untuk ³ produk-produk yang dimiliki oleh peserta Program One Pesantren One Product (OPOP).

Pada prinsipnya, sinergi pentahelix ABCGM yang digunakan oleh ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat merupakan upaya penguatan sinergi dari semua pihak agar program yang sudah dicanangkan dapat berjalan dengan baik, sehingga jika suatu saat timbul suatu permasalahan, maka permasalahan tersebut ⁷³ dapat ditanggulangi dengan baik dan cepat, karena jika segala sesuatu dikerjakan dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki kekuatan mumpuni dan ahli di bidangnya maka akan dapat menghasilkan inovasi yang unggul dan berkualitas.

Tahapan ketiga dalam perencanaan komunikasi program One Pesantren One Product adalah dengan adalah Perekrutan dan Bimtek Pendamping OPOP. Perekrutan dan Bimtek Pendamping One Pesantren One Product (OPOP) ini dibutuhkan agar dapat membantu para peserta baik dari segi teknis maupun non teknis ketika program berlangsung. Mengenai perekrutan pendamping, Ravi Wisesa menyampaikan :

“Program sebesar ini, apalagi dengan peserta ribuan kan rasanya sulit ya kalau hanya dihandle oleh pihak pemprov saja nah oleh karena itu kita

rekrutlah pendamping. Pendamping itu tupoksinya ya memang khusus untuk mendampingi peserta OPOP yaa, jadi nanti dia akan mendampingi sekaligus menjadi mentor kalau misal peserta ada kesulitan atau pertanyaan. Kita dalam merekrutpun tentu ada ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi yaa, mereka yang ingin menjadi pendamping minimal sudah punya riwayat atau kemampuan untuk mendampingi para peserta. Kemampuan sendiri maksudnya gimana? Ya mereka misalkan pernah jadi pendamping di program wirausaha yg diselenggarakan dimana misal, terus mereka juga punya pengetahuan tentang apa yang harus dilakukan oleh pendamping ketika program wirausaha berlangsung, ya seperti itu kira-kira ya. Kita rekrut pendamping, calon pendampingnya daftar lalu kita seleski mana yang betul-betul masuk atau memiliki kualifikasi yang mumpuni untuk menjadi pendamping. Begitu ya kira-kira kalau perekrutan pendamping.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Lebih lanjut mengenai perekrutan pendamping One Pesantren One Product (OPOP), Informan Shinta menjelaskan langkah perekrutan pendamping OPOP sebagai berikut :

“Kita lakukan juga perekrutan pendamping opop ya, karena kan pendamping nantinya akan membantu peserta ketika program berlangsung. Jadi kita rekrut pendamping, teknisnya ya seperti biasa perekrutan ada kelengkapan administrasi, kemudian nanti ada test tertulisnya juga, setelah test tertulis nanti ada wawancara juga, nah kalau pendamping lolos di 3 tahap itu baru bisa lolos menjadi pendamping dan nantinya akan mengikuti bimtek begitu” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Perekrutan pendamping program One Pesantren One Product (OPOP) juga dijelaskan oleh Informan Agung, Ia menambahkan :

“Kita memang merekrut pendamping yaa untuk program OPOP ini, cara merekrutnya bagaimana? Kalau di kita kan sebelumnya ada juga program WUB (Wirausaha Baru Jabar), di program WUB ini memang sudah ada pendamping yang memang mendampingi peserta-peserta, nah rata-rata pendamping di WUB ada juga yang ikut atau daftar lagi untuk menjadi pendamping di program OPOP gitu, jadi mereka memang sudah ada pengalaman untuk mendampingi yaa. Tapi ada juga yang memang pure mendaftar jadi pendamping OPOP, ya kita seleksi dulu sejauh mana pengetahuan dan pengalamannya ketika mereka mendampingi suatu program. Baru setelah seleksi dan melewati tahapan untuk menjadi pendamping barulah mereka-mereka yang lolos ini bisa bergabung untuk menjadi pendamping OPOP.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Merujuk pada informasi tersebut, Perekrutan pendamping ⁴⁴ One Pesantren One Product (OPOP) bertujuan ⁴⁴ agar para peserta program One Pesantren One Product (OPOP) memiliki mentor ⁴⁴ untuk membantu hal teknis maupun non teknis ketika program dilaksanakan. Perekrutan Pendamping One Pesantren One Product (OPOP) dimulai dari pendaftaran dan kelengkapan administrasi, test tertulis yang harus dilakukan oleh calon pendamping dan terakhir wawancara oleh pihak UPTD P3W kepada calon pendamping ⁸⁸ One Pesantren One Product (OPOP). Apabila tahapan-tahapan ⁸⁸ tersebut dapat dilewati maka para calon pendamping dinyatakan lolos dan menjadi pendamping pada ⁵⁰ program One Pesantren One Product (OPOP). Hal ⁸⁸ tersebut juga dikonfirmasi ⁵⁰ oleh Informan Detin Khoerotin selaku Pendamping ⁸⁸ program One Pesantren One Product (OPOP) menurutnya :

“Untuk perekrutan pendamping itu prosesnya ada info penerimaan pendamping OPOP yaaa saat itu, kemudian saya mendaftar, naah tahapan yang kita lewati itu kita Pendamping iya mengajukan lamaran administrasi dan sebagainya kemudian ada tes tertulis baru setelah itu ada di seleksi ada wawancara, kami ikuti semua alur dan prosesnya baru nanti ada info diterima atau nggaknya gitu.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Setelah perekrutan pendamping One Pesantren One Product (OPOP) selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yakni melakukan Bimbingan Teknis (Bimtek) bagi pendamping One Pesantren One Product (OPOP), hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Ahmad Rosyad yang menyatakan :

“Dari awal program ini akan dilaksanakan memang kita butuh pendamping yaa, karena kan jumlah pesertanya ribuan tidak mungkin kita handle semuanya. Akhirnya kita proses rekrutmen dengan berbagai persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi, kemudian setelah rekrutmen selesai itu lalu kita adakan bimtek atau bimbingan teknis ya untuk para pendampingnya. Bentuk bimteknya biasanya nanti pendamping-pendamping yang sudah lolos rekrutmen kita panggil untuk mengikuti pembekalan-pembekalan untuk program OPOP ke depannya, karena itu tadi kan Ya sebagian juga sudah pernah ada yang menjadi pendamping kurang lebih kan jobdescnya sama. Jadi kita memang tidak terlalu sulit untuk pelaksanaan bimtek ini, paling ya diberi penyegaran-penyegaran kembali tentang materi-materi yang mungkin nanti dibutuhkan untuk program opop ini. Misal mengenai business plan seperti apa, kemudian proposal usahanya dan lain-lain itu kita beri pembekalannya yaa.” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Gambar 4.4 Perekrutan dan Bimtek Pendamping OPOP



Perekrutan dan Seleksi Pendamping OPOP



Bimtek Pendamping OPOP

Sumber : <https://opop.jabarprov.go.id/>

Mengenai Bimbingan Teknis (Bimtek) bagi para pendamping program One Pesantren One Product (OPOP) juga dijelaskan oleh Dery sebagai berikut :

“Bimtek memang kita laksanakan setelah seluruh rangkaian perekrutan pendamping selesai yaa, jadi nanti ketika dinyatakan lolos nih untuk menjadi pendamping nah kita kemudian adakan bimtek bagi para pendamping, ini tujuannya untuk membekali para pendamping ketika

nanti terjun langsung mendampingi peserta di lapangan, bimtek ini biasanya membahas mengenai bagaimana nanti ketika peserta ada pertanyaan teknis atau non teknis, kemudian juga kita berikan pembekalan menjadi pendamping di program OPOP, termasuk kepada caranya business plan seperti apa lalu juga diberikan materi-materi yang mungkin nanti dibutuhkan untuk program opop ini begitu yaa kayak pemasaran gitu-gitu yaa yang sangat dibutuhkan oleh para peserta aja” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Bimbingan Teknis (Bimtek) bagi para pendamping ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) diperlukan guna memberikan pemahaman serta pengetahuan ⁶⁵ mengenai hal-hal apa saja yang harus dilakukan oleh pendamping One Pesantren One Product (OPOP) ketika mendampingi para peserta di lapangan. Pada Bimtek ini pendamping juga akan diberikan pembekalan oleh pihak ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat terkait program One Pesantren One Product (OPOP) baik teknis maupun non teknis.

Langkah selanjutnya dalam perencanaan yakni sosialisasi dan publikasi. Demi menunjang keberhasilan ² program One Pesantren One Product (OPOP), dalam tahap perencanaan ini pihak ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil provinsi Jawa Barat melakukan sosialisasi dan publikasi agar masyarakat khususnya pesantren-pesantren ³ yang ada di Jawa Barat mengenal dan mengetahui program One Pesantren One Product (OPOP), hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Shinta bahwa :

“Sosialisasi selalu kami laksanakan ya, tujuannya memang kan untuk memperkenalkan seperti apa program OPOP ini. Secara anggaranpun OPOP anggarannya besar yaa, jadi memang ada budget untuk melaksanakan sosialisasi. Kita pelaksanaan OPOP ini kan dari hulu ke hilir yaaa, artinya diawali dengan sosialisasi, sosialisasi bisa secara kalau dulu langsung jemput bola ke kab kota tapi mungkin perwilayah kita lakukan, perwilayah diundang. Tapi karena ponpes di Jawa Barat itu kan banyak sekali jadi kan tidak mungkin satu-satu diundang semua. Jadi kita undang perwakilan saja, kan banyak tuh organisasi-organisasi ponpes, kayak forum ponpes, banyaklah banyak sekali organisasi ponpes nah itu kita undang ke missal kita ada 5 wilayah administrative kita adakan di 5 wilayah, dulu awal2 begitu missal wilayah 1 kabupaten atau kota mana aja kita undang di satu titik organisasi ponpes perkabupaten atau kota kita undang, nanti ada narasumber dari kami, ada juga team internal itu mensosialisasikan terkait program OPOP. Di sosialisasi itu kita sampaikan terkait program OPOP, Kriteria yg kita cari, apa saja persyaratannya, dan kita mensosialisasikan keseluruhan program seperti apa dan nantinya mau gimana. Nah itu kita lakukan tiap tahun ini sosialisasi tatap muka.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Pentingnya melaksanakan sosialisasi juga disampaikan oleh Informan

Agung yang menjelaskan bahwa :

“Sosialisasi itu memang selalu dilakukan yaaa, sosialisasi yang pertama kali kita lakukan itu ketika OPOP itu launching dengan gubernur di tahun 2018 akhir, waktu itu kita di pesantren Al-Ittifaq. OPOP itu kan program 5 tahun yaaa, tapi setiap tahun dimulai awal lagi gitu, nah untuk sosialisasi sendiri biasanya kita lakukan di awal tahun tergantung wilayahnya dimana, biasanya kita ada di 5 wilayah kadang 4 bahkan pernah kita lakukan sosialisasi di 8 wilayah. Jadi setiap tahun ada sosialisasi, biasanya kita sosialisasi tatap muka yaa tempatnya salah satu contohnya di hotel. Nah saat itu kita lakukan sosialisasi dengan mengundang ormas-ormas, organisasi islam, forum-forum pesantren, dinas koperasi kabupaten kota, kemenag kabupaten kota nah dengan

sosialisasi itu diharapkan para undangan bisa menyebarluaskan ke para pesantren yang belum pernah mengikuti OPOP” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Gambar 4.5 Sosialisasi Program OPOP



Sumber : <https://opop.jabarprov.go.id/>

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Shinta dan Agung dijelaskan bahwa ¹ Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam hal ini UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat melakukan sosialisasi untuk menyebarluaskan informasi mengenai ²² Program One Pesantre One Product (OPOP). Sosialisasi biasanya dilakukan di awal tahun secara *face to face* dan dilaksanakan minimal di 5 wilayah administrative yang potensial. Pada kegiatan sosialisasi tersebut, UPTD P3W mengundang perwakilan pesantren juga

stakeholder terkait seperti ormas-ormas, organisasi islam, forum-forum pesantren, kemenag, serta dinas koperasi di kabupaten kota.

Selain dilakukan secara *face to face*, sosialisasi juga dilaksanakan dengan menggunakan media, seperti yang disampaikan oleh Informan Ahmad Rosyad :

“Sosialisasi selain kita lakukan secara langsung yaa dengan mengundang pihak-pihak yang berkepentingan, kita juga melakukan sosialisasi dengan media yaa. kita sosialisasi juga dibantu di medsos, seperti ada di website pemprov jabar, ig-nya humas jabar juga yaa, kemudian kita juga biasanya ada sosialisasi yang via tv, atau radio yaa tv itu sering missal di tv one metro, tvri apalagi di youtube humas jabar selalu mensosialisasikan program OPOP, selain itu di medsos pribadi gubernur dan wakil gubernur juga di media cetak pasti ada sosialisasi tentang OPOP meski sedikit” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Sosialisasi juga dilakukan dengan menggunakan media baik media tv, radio, cetak maupun online. Pada media televisi dan media radio misalnya sosialisasi dilakukan dengan cara pemberian informasi mengenai ⁴ program One Pesantren One Product (OPOP) sehingga masyarakat ⁴ atau khususnya pesantren yang belum mengetahui tentang program ini bisa mendapatkan informasi yang mumpuni tentang ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP). Sosialisasi melalui media online dilakukan dengan menyebarkan informasi mengenai ⁴⁸ program One Pesantren One Product (OPOP) oleh media online yang dimiliki oleh Gubernur dan Wakil Gubernur serta media online milik pemerintah Provinsi Jawa Barat seperti Instagram, Twiter, juga website.

Melengkapi pernyataan-pernyataan diatas mengenai sosialisasi, Ravi Wisesa selaku kepala UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat menyampaikan bahwa :

“Jadi sosialisasi itu jelas ada yaaa selain tatap muka kita juga ada via media baik online, cetak, tv atau radio. Kita sosialisasi via dari kanal ig pemprov, ada juga IG OPOP yaaa. Semuanya kita kerahkan agar sosialisasi kita maksimal yaa. Tapi selain tatap muka dan media itu kita juga lakukan sosialisasi dengan metode yang lain yaitu kita sosialisasi melalui pendamping yaa. Jadi pendamping itu nantinya ikut terjun langsung untuk mensosialisasikan program OPOP, menginformasikan hal-hal terkait program OPOP kepada pesantren-pesantren khususnya pesantren yang belum mengetahui tentang OPOP, kadang kan ada pesantren yang keberadaannya mungkin tidak terjangkau medsos atau terpelosok gitu pesantrennya, nah kita kerahkan pendamping untuk sosialisasi supaya pesantren yang belum tau jadi tau dan kemudian mendaftar menjadi peserta OPOP gitu.” (Wawancara pada 6 Juli 2023)

Pernyataan mengenai sosialisasi yang dilakukan oleh Pendamping One Pesantren One Product (OPOP) kemudian diperkuat oleh Informan Detin Khoerotin Insani selaku Pendamping yang mengemukakan :

“Pendamping itu kan memang tugasnya mendampingi peserta yaa, tentu dari awal yaa sudah terjun. Ketika harus melaksanakan sosialisasi ya kita ikut laksanakan sosialisasi khususnya ketika ada pesantren yang belum mengetahui program OPOP kan kita sebagai pendamping sosialisasikan yaa agar pesantren bisa tau dan kemudian daftar gitu. Terutama yang di tahun 2023 ini, kita kan di akhir program yaa 2023 ini kan kita akhir program, nah kita betul-betul dari awal sosialisasi gitu ke pesantren-pesantren khususnya kalau saya kan daerah ciamis, banjar, pangandaran jadi saya terjun mencari pesantren-pesantren mana yang

belum tersentuh OPOP kemudian saya sosialisasikan dan beri informasi selengkap-lengkapya begitu.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Pelaksanaan ¹²⁶ sosialisasi tidak hanya dilakukan dengan *face to face* dan melali media baik televisi, cetak maupun online. Sosialisasi juga dilakukan oleh Pendamping selaku pihak yang akan mendampingi para peserta program One Pesantren One Product (OPOP) dari awal hingga akhir. Hal tersebut dilakukan karena masih banyak pesantren-pesantren yang berada di pelosok daerah dan belum mengetahui seluk beluk program One Pesantren One Product (OPOP). Melalu sosialisasi oleh pendamping ini diharapkan pesantren-pesantren yang belum mengetahui program ini akan mendapatkan informasi yang mumpuni serta bisa ikut serta menjadi peserta dalam program One Pesantren One Product (OPOP).

Apabila sosialisasi telah dilaksanakan, selanjutnya ialah melakukan Publikasi. Tahapan ini biasanya dilakukan untuk memberikan informasi melalui ¹⁰⁵ berbagai media seperti media online, media cetak dan media konvensional. Publikasi juga dilakukan guna memudahkan masyarakat khususnya pesantren-pesantren mendapatkan informasi tentang ⁴ program One Pesantren One Product (OPOP). Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Dery, mengemukakan bahwa :

“Kita juga melakukan publikasi di media tv, radio, sosmed seluruh perangkat daerah seperti missal sosmed humas jabar ya kita kolaborasi untuk menyebarkan informasi tentang program OPOP. Kemudian Pertahun ini kami malah jemput bola bergerilya ke ponpes atau forum yang misalnya belum tersentuh info opop kita undang dan menjelaskan programnya seperti apa, karena masih banyak yg di pelosok jadi kita datang langsung menjelaskan. Kita juga ada program JAPRI atau Jabar Punya Informasi kan yaa, nah kita publiksikan tentang OPOP disitu. Selain itu ada juga banner yang kita pasang di tempat strategis seperti Gedung sate, jalan-jalan protokol di kantor kami sendiri seperti itu, kemudian gencar juga di website dan sosmed” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Gambar 4.6 Publikasi Program OPOP



Sumber : <https://opop.jabarprov.go.id/>

Berdasarkan informasi dari informan Dery tersebut dijelaskan bahwa publikasi dilakukan dengan berbagai media seperti media televisi, radio, juga media sosial, seluruh media dikerahkan untuk mempublikasikan program One Pesantren One Product (OPOP) sehingga akan lebih banyak lagi pesantren yang

mendaftar di program ini. Publikasi juga dilakukan melalui ²⁹ salah satu program milik pemerintah Provinsi Jawa Barat yakni program JAPRI atau Jabar Punya Informasi. Seperti pada gambar 4.6 diatas, ³⁶ kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat (tengah) menjadi narasumber dalam program JAPRI ini dan kemudian mempublikasikan serta memberikan informasi selengkap-lengkapny mengenai ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP).

Lebih lanjut mengenai publikasi juga ditegaskan oleh Informan Ahmad Rosyad yang mengatakan bahwa :

“Publikasinya kami ada via radio, tv, biasanya pak kadis atau pimpinan dengan akademisi dan tim akselerasi percepatan pembangunan. Selain itu juga melalui leflet, terus kita ada juga baliho di setiap kabupaten, kota ya menyebar. Semua upaya kita lakukan untuk publikasi OPOP. Kemudian di tv juga kita di tv lokal ada talkshow untuk menyebarluaskan bahwa ada loh program ini. Sampai juara juga Kita ada talkshow. Banyaknya sih di sosmed kami, ada sosmed OPOP yaa seperti Instagram, facebook sekarang malah ada tiktok di opopjabar.” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Melengkapi informasi dari informan sebelumnya, Informan Agung menyatakan bahwa :

“Selain publikasi di media sosial kita juga lakukan publikasi ke media kontemporer, seperti televisi radio dan cetak atau koran yaaa. Misalkan untuk TV kita publikasi melalui TV local yang ada di Bandung, seperti Bandung TV, TVRI atau TVOne kita pernah juga yaa. Kemudian di radionya kita biasanya ke radio PRFM atau MQFM yaaa, kalau media

cetaknya biasanya PikiranRakyat, TribunJabar, atau Radar Bandung. Ya semuanya kita publikasi laah” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Publikasi dilakukan melalui berbagai media seperti ¹ media online : *website, youtube, instagram, facebook* dan *twitter*. Media konvensional : televisi dan radio, serta media cetak. Publikasi melalui media-media tersebut dikatakan efektif karena ¹ mampu menyebarkan informasi secara cepat dan ¹ serta memiliki jangkauan yang luas mencakup ¹ seluruh pesantren di wilayah Jawa Barat. Pemerintah juga memanfaatkan media cetak seperti : koran, brosur, leaflet, baligho, dan poster serta memfokuskan kepada media konvensional seperti radio dan televisi dalam proses ¹ soalisasi dan publikasi.

Tahapan terakhir dalam perencanaan komunikasi ³ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah Perekrutan Tim Seleksi dan Tim Juri. Tim seleksi dan Tim juri ini memiliki tugas untuk menilai berbagai tahapan dalam proses pelaksanaan ⁵⁰ program One Pesantren One Product (OPOP). Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Ravi Wisesa yang menyatakan :

“Kita rekrut tim seleksi dan tim juri ini untuk OPOP yaa, seperti yang sudah dibahas di awal kita kan ada Pentahelix ABCGM yaa, nah dari situ kita menghire untuk jadi tim seleksi dan tim juri, misalkan untuk tim seleksi kita ambil dari akademisi kemudian untuk tim juri kita ambil dari pengusaha atau businessman yaa, itulah kenapa kita selalu berkolaborasi dan berkerjsama dengan mereka (ABCM) salah satunya untuk penjurian ini, karena kan penilaian Penjurian ini sifatnya *independent*, tidak ada yang dari dinas atau tidak ada dari pemerintah

provinsi Jawa Barat ya. Dari mulai seleksi hingga penjurian semuanya dari luar sih, agar program ini penilaiannya lebih objektif begitu” (Wawancara pada 25 Juni 2023)

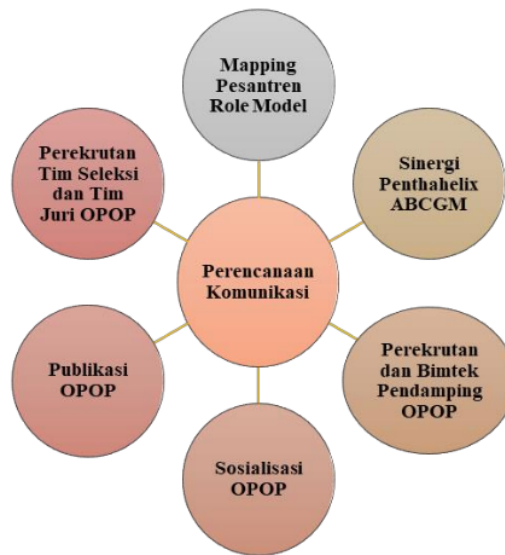
Perekrutan Tim seleksi dan Tim Juri juga dibahas oleh Informan Dery Nurani, dia mengatakan :

“Iya kita memang merekrut tim juri dari luar ya, maka dari itu kan kita ambil tim juri itu dari ABCGM yang kita libatkan. Kita libatkan pihak ABCGM ini untuk menjadi tim juri karena kan mereka sudah banyak jam terbang juga memang memiliki kemampuan di bidang wirausaha yaa, jadi prakteknya mereka lebih tau. Makannya kita biasanya ambil tim juri dari akademisi atau dari pengusaha-pengusaha yang memang usahanya sudah berkembang, kan mereka tau ilmunya tau juga prakteknya. Kita rekrut tim juri dari luar ini ya memang biar penilaiannya itu objektif jadi ga ada kesan oh ini kenal sama ini kenal sama itu ya semuanya objektif saja” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas pada perekrutan Tim seleksi dan Tim Juri, ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat berkolaborasi dan bekerjasama dengan unsur-unsur ABCGM, tim seleksi atau tim juri biasanya merupakan akademisi atau pengusaha yang memang sudah memiliki jam terbang tinggi serta pengalaman di bidang wirausaha. Perekrutan tim seleksi dan juri ini penting karena pada tahapan penjurian nanti, sifat penilaiannya independent atau tidak ada pihak ⁴ pemerintah provinsi Jawa Barat yang terlibat dalam penjurian. ⁴ Hal itu dilakukan guna menjaga objektivitas pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP)

Berdasarkan hasil pemaparan diatas, tahapan perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada program One Pesantren One Product (OPOP) dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.7 Tahapan Perencanaan Komunikasi pada Program OPOP



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023

4.2.3 Pelaksanaan Komunikasi oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Langkah pertama dalam pelaksanaan komunikasi pada ³ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan rekrutmen dan pendaftaran online, hal tersebut sebagaimana dijelaskan oleh Ravi Wisesa yang mengatakan :

“Langkah pertama memang kita lakukan dulu rekrutmen dan pendaftaran online ya. Kaitannya dengan proses pendaftaran itu memang kita laksanakan melalui online dan pendaftaran hanya kita lakukan lewat website opop.jabar.go.id kita ada website sendiri, jadi nanti di website opop, pesantren-pesantren yang akan mendaftar pada program ini kita arahkan untuk mengisi hal-hal yang harus dipenuhi lewat website, karena web opop ini kan sudah berjalan dari tahun 2019 itu, jadi ya kita pendaftaran memang diusahakan melalui online agar semuanya kanal digitalisasi.” (Wawancara pada 25 Juni 2023)

Selanjutnya, informan Shinta Citra Lestari juga menambahkan bahwa :

“Pendaftaran pertama kali dilakukan secara online, harapannya agar memudahkan pesantren yang memang ingin mendaftar program OPOP ini. Karena kan kalau di awal saja misal pesantren yang mau ikut program ini harus bulak-balik kantor dan pesantren kan rasanya sulit yaa, makannya kita manfaatkan kemajuan teknologi dengan adanya pendaftaran online ini” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Rekrutmen dan pendaftaran online yang ada ¹ pada tahap pelaksanaan komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP) juga disampaikan oleh informan Ahmad Rosyad yang mengatakan :

“Untuk pendaftaran dilakukannya online yaaa, sengaja dibuat online agar pesantren-pesantren yang jauh tidak perlu datang ke kantor (UPTD P3W) jadi bisa sambil melakukan aktivitas seperti biasa di pesantren.

Dan sebelumnya juga kan di sosialisasi itu kita sudah demonstrasi cara pendaftaran onlinenya seperti apa, termasuk apa-apa saja yang ada di website opop itukan sempat ada demonstrasi pendaftaran online. jadi insyaAllah mudah dimengerti lah” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut dijelaskan bahwa ⁴ Petunjuk teknis pelaksanaan program One Pesantren One Product pada tahap rekrutmen dan pendaftaran online calon peserta yang di lakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat hanya melalui pendaftaran secara online. Pendaftaran tersebut dapat di akses melalui website resmi ¹ <https://opop.jabarprov.go.id/> sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah di tetapkan.

Syarat dan pendaftaran calon peserta One Pesantren One Product (OPOP) adalah Pondok Pesantren atau Kopontren (Koperasi Pondok Pesantren) yang memiliki visi dan niat sungguh-sungguh untuk menjalankan usaha, memiliki SDM yang memadai, memiliki potensi usaha seperti ketersediaan bahan baku, potensi pasar, dan lain-lain. Setiap Pondok Pesantren yang mengikuti program ini nantinya akan diwakili oleh 1 orang perwakilan peserta. Sebagaimana dijelaskan oleh Ravi Wisesa yang mengatakan bahwa :

“Untuk pendaftar pun ada syaratnya ada banyak lah ya , cuman lebih spesifiknya lagi, karena memang kita ini programnya one pesantren one product, mengkompetisikan bagaimana produk-produk pesantren itu sendiri, jadi yang pertama kita lihat lembaganya dahulu, yang pertama harus pondok pesantren, pondok pesantren sendiri itu dilihat dari harus

adanya NSPP, NSPP itu Nomor Sertifikasi Pondok Pesantren yang dikeluarkan oleh Kemenag, jadi itu merupakan salah satu syarat yang utamanya ya, karena kita harus melihat dulu lembaganya betul ada atau tidak yang legalitasnya memang sudah dipastikan dan tercatat di kemenag. Karena kan kita juga khawatirnya hanya bentuknya misalkan majelis taklim atau pengajian yang daftar kan, makannya kita harus saring atau filter dari NSPP itu. Kemudian yang kedua tentunya karena ini kaitannya dengan produk ya, tentunya dia harus ada usaha yang didaftarkan. Dia sudah menajalankan usaha apa, walaupun memang nanti di webnya ini kita bagi menjadi 2 kategori yaitu *start up* dan *scale up*, *start up* ini lebih ke bisnis pemula yaa nanti dilihat dari berapa lama waktu atau masa usahanya, nah biasanya kalau dibawah 1 tahun itu kita kategorikan masih *start up*, kemudian juga dengan omset dibawah 50jt juga kita kategorikan sebagai *start up*. Kalau yang lebih dari itu maka dikategorikan sebagai bisnis *scale up*. Itu yang utamanya yaa, kalau untuk yang lainnya memang sifatnya administrative yaa” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Gambar 4.8 Persyaratan untuk mendaftar Program OPOP

2 Syarat Pendaftaran Untuk Pondok Pesantren
(Sesuai UU Ponpes No.18 Tahun 2019)

#OPOP2021

- 1 Pondok Pesantren/Peserta BELUM PERNAH Mengikuti Kegiatan/Pelatihan OPOP Tahun 2019 dan 2020
- 2 Lokasi Pesantren Berada di Wilayah Jawa Barat.
- 3 Wajib Memiliki NSPP (Nomor Statistik Pondok Pesantren) dari Kemenag RI
- 4 Melampirkan IUMK/SKU (Surat keterangan Usaha) minimal dari Desa/Kel setempat, sesuai kategori usaha:
 - a. Pemula (0-1 tahun)
 - b. Pengembangan (>1 Tahun)
- 5 Melampirkan Logo Pesantren dan photo lingkungan pesantren terbaru (tampak depan-samping, asrama, masjid, kelas)
- 6 Melampirkan Profil Pondok Pesantren
- 7 Melampirkan Profil Usaha Pesantren

Wajib Mendaftarkan 1 (satu) Orang Perwakilan Pesantren (pimpinan/pengurus/santri/alumni) sebagai peserta OPOP yang memiliki kompetensi di bidang bisnis Pesantren (Peserta tidak dapat diganti/diwakilkan)

Wajib memiliki NPWP & No Rekening Bank BJB/BJB Syariah atas nama Yayasan atau Pondok Pesantren (bukan rekening pribadi).

#OPOP2021

Pendaftaran melalui situs opop.jabarprov.go.id | Baku Perak Mengikuti OPOP 2019 dan OPOP 2020 | 3 Februari s.d. 31 Agustus 2021 | Penyelenggara: Timatne @ silsilahorkestra

Sumber : Facebook opopjabar

Ilustrasi pendaftaran secara lengkap bagi pondok pesantren calon peserta ⁴ program One Pesantren One Product (OPOP) sesuai dengan gambar 4.8 diatas. Berdasarkan informasi yang dijelaskan oleh Ravi Wisesa, setidaknya ada 9 point yang harus dipenuhi ketika pesantren ingin mendaftar pada ¹⁴ program One Pesantren One Product (OPOP). Pada tahap pendaftaran online ini, juga dibahas mengenai kategorisasi usaha bagi ¹⁰⁹ calon peserta program One Pesantren One Product (OPOP), ketika peserta mendaftar di website opop.jabar.go.id nantinya peserta dapat memilih dan melakukan metode *self assessment* untuk menentukan apakah usaha yang dijalankannya ini termasuk kategori *start up* (pemula) atau *scale up* (pengembang).

Tahap selanjutnya setelah rekrutmen dan pendaftaran online adalah : Audisi tahap I. Ahmad Rosyad menjelaskan bahwa :

“Setelah tadi rekrutmen dan pendaftaran online, selanjutnya itu ada Audisi Tahap I yaa, nah audisi Tahap I ini untuk tingkat kecamatan, jadi ada keterwakilan gitu dari pemerataan dari kabupaten atau kota. Baik untuk usaha *start up* atau *scale up*, penilaiannya juga masih administrative, seperti missal terpenuhinya syarat administrasi, kemudian ada juga mengupload tentang bisnis dan rencana bisnis (proposal usaha) dan persyaratan admin yang lengkap. Termasuk apakah dia sudah ada izin pesantren atau NSPP (Nomor Statistik Pondok Pesantren). Kemudian juga biasanya ada presentasi proposal usaha juga wawancara dengan para juri ya” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan Ahmad Rosyad dijelaskan bahwa pada Audisi Tahap I yang merupakan audisi untuk tingkat kecamatan

dilakukan penilaian mengenai proposal usaha dan kelengkapan syarat administrasi termasuk apakah pesantren sudah memiliki NSPP (Nomor Statistik Pondok Pesantren). Pada audisi tahap I ini sudah dilakukan kategori usaha yakni *start up* (pemula) dan *scale up* (pengembang), kemudian nantinya para peserta audisi Tahap I akan melakukan presentasi proposal usaha juga wawancara dengan para juri program One Pesantren One Product (OPOP)

Mengenai Audisi Tahap I atau tingkat kecamatan juga dibahas oleh Ravi Wisesa selaku kepala UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. Beliau mengemukakan :

“Kita ini untuk tahun ini, ada sedikit perbedaan yaa. biasanya kan hanya kelengkapan administrasi dan proposal usaha saja ya, nah sekarang di penilaian tahap 1 ada proses seleksi administrasi dan test CAT. Lewat online yaa, itu posisinya memang online di penilaian tahap 1. Itu nanti dilihat dan diranking lah ya, seperti tahun ini yang mengisi atau mendaftar lewat akun di web itu ada sekitar 2400, sedangkan ternyata setelah kita lihat dari persyaratan administrasi yaaa, ternyata peserta yang bisa lolos dan diikutsertakan untuk penilaian tahap 1 karena ternyata setelah dicek di web banyak posisinya yang tidak benar-benar lah dalam mendaftar. Setelah itu tersaring lah ternyata jumlahnya yang lolos di audisi tahap 1 itu 2174. Nah setelah lolos tersaring 2174 khusus di tahun ini ternyata sebanyak 1174 pesantren dinyatakan menjadi juara tingkat kecamatan pada tahun 2023 ya ” (Wawancara pada 25 Juni 2023

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2023 ini untuk Audisi Tahap I ada sedikit perbedaan, jika sebelumnya audisi Tahap I hanya menilai mengenai kelengkapan

administrasi dan proposal usaha saja, tahun ini ada Ujian yang dilakukan secara online. Ujian online berbasis CAT (*Computer Assisted Test*) ini dilakukan untuk melihat sejauh mana keseriusan para peserta ketika mengikuti ²⁸ program One Pesantren One Product (OPOP). Hasilnya pada tahun 2023, dari total 2400 pesantren yang mendaftar dan melewati seleksi, hanya 2174 yang berhak mengikuti Audisi Tahap I atau tingkat kecamatan, kemudian setelah melalui berbagai seleksi pada tahun 2023 ini 1174 pesantren dinyatakan lolos di audisi tahap I dan menjadi juara tingkat kecamatan.

Lebih lanjut mengenai Audisi Tahap I atau audisi yang dilaksanakan di tingkat kecamatan, Shinta Citra Lestari menambahkan:

“Program opop ini program berjenjang yaa teeh, jadi kita ada sosialisasi, rekrutmen, pendaftaran, nanti pendaftaran kalau udah memenuhi persyaratan, kita ikutkan di tahap 1 yaitu penilaian tahap 1 tingkat kecamatan, nah di tahap 1 atau tingkat kecamatan ini dibagi menjadi 2 kategori yaitu start up dan scale up ya. *Start up* untuk pemula yang usahanya masih dibawah 1 tahun, kalau *scale up* sudah di atas itu ya. Nah disitu mereka dikompetisikan oleh juri-juri tadi yaa, nah juri-juri itu juga ada pegangan yaitu rubrik penilaian. Rubrik penilaian itu yang akan menjadi pegangan mereka untuk ya sebagai juara ini kriterianya apa saja gitu, kalau sudah memenuhi ini nanti juri akan memberikan penilaian. Nah sudah penilaian setelah dinyatakan oleh juri bisa lolos itu kita tuangkan kedalam suatu Surat Keputusan atau SK, mereka dinyatakan sebagai juara yaa juara tingkat kecamatan ya juara tahap 1 tingkat kecamatan. Setelah dapat SK juara itu kan mereka akan mendapat hadiah berupa uang untuk penguatan modal usaha. Jadi diharapkan setelah juara tingkat kecamatan dan dapat bantuan untuk penguatan modal usaha pesantren-pesantren ini bisa lebih mengembangkan usahanya. Selain dapat uang sebagai hadiah pesantren, nantinya pesantren yang juara tingkat kecamatan ini juga akan

difasilitasi seperti pelatihan dan magang kemudian juga ada pendampingan usaha juga gitu yaa, jadi tidak hanya uang saja tapi juga dapat fasilitas pelatihan magang juga pendampingan agar dapat ilmu tentang usaha ” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Pada Audisi Tahap I atau audisi tingkat kecamatan, juga dilakukan penilaian oleh juri-juri yang sudah memiliki rubrik penilaian. Penilaian meliputi kelengkapan administrasi, proposal usaha yang sudah diupload oleh pesantren-pesantren yang mendaftar serta penilaian pada presentasi dan wawancara dengan para juri ⁴⁸ program One Pesantren One Product (OPOP). Rubrik penilaian yang dimiliki oleh juri merupakan salah satu panduan juri ketika menilai peserta ⁴ program One Pesantren One Product (OPOP), setelah dilakukan penilaian sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh juri maka tahap selanjutnya yaitu mengumumkan pesantren-pesantren mana saja yang berhasil lolos kemudian dituangkan kedalam suatu Surat Keputusan yang isinya adalah pesantren tersebut berhasil menjadi Juara Tahap I tingkat kecamatan.

Para pesantren yang dinyatakan sebagai juara Tingkat kecamatan kemudian akan mendapatkan hadiah dari pemerintah ³ Provinsi Jawa Barat berupa uang tunai untuk bantuan penguatan modal usaha. Selain mendapatkan hadiah uang untuk penguatan modal usaha, pesantren yang juara di tingkat kecamatan juga berhak mendapatkan fasilitas pelatihan dan magang juga pendampingan usaha untuk lebih mengembangkan usaha yang dijalankannya.

Tahap selanjutnya dalam pelaksanaan komunikasi ³ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah Pelatihan dan Magang. Tahap ini diberikan kepada pesantren sebagai fasilitas untuk ¹³ menyelesaikan permasalahan yang menyangkut pengetahuan, keterampilan maupun sikap yang benar dalam mengembangkan bisnis berbasis pesantren dengan menggunakan metode yang tepat. Mengenai pelatihan dan magang, Ravi Wisesa menyampaikan :

“Pelatihan dan magang ini kan tahap lanjutan setelah pesantren lolos dan jadi juara di tingkat kecamatan, tentunya fasilitas Latgang (pelatihan dan magang) ini dilakukan untuk pengembangan kompetensi, jelas itu jadi nambah wawasan, kegiatan wirausaha dan lain-lain, selanjutnya juga diharapkan terbangun pengembangan kemitraan jaringan networking setelah pelatihan magang itu, karena kan di pelatihan dan magang ini kita juga libatkan unsur ABCGM yaitu Akademisi sebagai pengajarnya, istilahnya ada yang memberikan materi dan juga pengetahuan lah untuk bagaimana agar bisnis itu berjalan dengan baik dan lancar begitu.” (Wawancara pada 6 Juli 2023)

Informan Ahmad Rosyad juga menambahkan :

“Pelatihan magang diperoleh setelah audisi tahap 1, jadi salah satu bentuk hadiah selain modal usaha juga ada hadiah fasilitas latgang. Pelatihan dan magang ini untuk pelatihan kadang kita di balai yak arena kan ada pemberian materi, nah untuk magang ini biasanya diselenggarakan di pesantren *role model* dan nantinya juga terlibat unsur ABCGM seperti akademisi untuk memberikan materi tentang wirausaha, kemudian ada pelaku usaha juga pesantren yang memang menjadi tempat pelatihan dan magang. Nantinya di tahap latgang ini akan ada sharing tentang bisnis oleh pesantren *role model*, ada juga pemberian materi dari akademisi dan lain-lain ya pokoknya semua pihak ikut terlibat juga di latgang ini” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa kegiatan pelatihan dan magang ini melibatkan unsur ABCGM seperti akademisi untuk menjadi pengajar dan memberikan materi baik itu tentang wirausaha maupun tentang materi-materi lain yang relevan terhadap usaha yang sedang dijalankan oleh pesantren.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dede Iwanah selaku salah satu perwakilan pesantren yang mengikuti program One Pesantren One Product (OPOP) menyebutkan bahwa:

“Untuk materi yang di berikan memang biasanya dilihat dari kategori usahanya ya apakah *start up* atau *scale up*, kebetulan ponpes kami kategorinya *scale up*, dan ponpes kami bergerak di bidang kuliner atau produknya makanan yaa. jadi memang yang paling awal sih mungkin bisnis kuliner atau makanan ini modalnya seperti apa kemudian segmentasi pasar, kemudian produknya, proses *packaging* samapi ke *marketing*, serta bagaimana mengelola keuangan bisnis yang kita buat. Karena pesantren kami ini masuknya *scale up* yaa jadi harus disiapkan BMC-nya seperti apa. Kita dikasih materi lebih kepada materi dari team opop, implementasinya di mereka dari mulai awal branding sampai keuangan kita belajar dari success storynya pesantren role model itu yaa. kebetulan saya ditempatkan latgang di Al-Umanah, kita diberikan materi business plan, keuangan, branding hingga *packaging*. Kemudian kalau ada kendala di lapangan seperti apa ya kita saling sharing gitu di latgang itu dengan teman-teman peserta yang lain. Setelah latgang juga kita diberikan tugas seperti ppt juga video yaa” (Wawancara pada 17 Juli 2023)

Pemberian materi berdasarkan kategorisasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat tersebut bertujuan untuk memberikan materi pelatihan yang tepat kepada para peserta sesuai dengan kondisi usaha pesantrennya masing-masing. Mengenai kegiatan pelatihan yang dilakukan juga disampaikan oleh Ade Geovania selaku pengajar program One Pesantren One Product (OPOP). Ade mengatakan :

“Saya bertugas sebagai pengajar OPOP ini yaa jadi ketika di pelatihan dan magang saya memberikan materi kepada para peserta, kebetulan saya mengajar tentang Manajemen Usaha yaa, nah saya sampaikan materi tentang usaha atau bisnis harus seperti apa, kemudian pemasarannya seperti apa termasuk pada segi keuangan yaaa bahwa keuangan pesantren dan program itu harus dipisahkan begitu. Materi mengajarnya sih secara umum hampir bisa dipastikan mengenai *entrepreneurship*, *business plan* juga ada juga materi tentang *soft skill*. Metode mengajarnya bagaimana itu metodenya kita seperti di kelas, melakukan simulasi dan praktik lalu juga ada presentasi bisnis ada tugas juga kemudian ada ujian atau mengisi LKS (lembar kerja santri) yang nantinya juga ada arahan dari pihak balai (UPTD P3W) yaa.” (Wawancara pada 10 Juli 2023)

Gambar 4.9 Pelatihan dan Magang bagi peserta program OPOP



Pemaparan materi pelatihan oleh pengajar OPOP



Kegiatan magang di pesantren *role model*

Sumber : <https://opop.jabarprov.go.id/>

Tahap berikutnya dalam pelaksanaan komunikasi ialah Pendampingan Usaha. Kegiatan pendampingan usaha ⁵⁴ merupakan salah satu bentuk tanggung jawab pemerintah dalam membantu pesantren untuk mengembangkan usahanya.

Ravi wisesa menyampaikan bahwa :

“Kalau pendampingan ini sebetulnya diberikan kepada peserta dari tahap awal, bukan di tengah jalan. Jadi memang kita punya tenaga pendamping lah yaa, mereka ini bertugas memang untuk mendampingi lah ya peserta yang sudah mendaftar di program opop ini. Lebih spesifiknya lagi, pendampingan ini untuk mengawal bagaimana para peserta mengikuti rangkaian kegiatan OPOP, termasuk juga bagaimana mereka mengembangkan usahanya di lapangan.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Lebih lanjut mengenai pendampingan usaha juga dikemukakan oleh Detin Khoerotin Insani selaku pendamping program One Pesantre One Product (OPOP), menurutnya :

“Pendampingan usaha itu penting yak arena kan kita ada pendamping yang tugas utamanya itu satu yaitu mendampingi peserta. Jadi kita itu memastikan bahwa semua syarat dimulai dari pendaftaran itu harus terpenuhi, seperti apakah syarat administrasinya terpenuhi, dan siapa

yang nantinya akan menjadi perwakilan untuk program OPOPnya. Tugas pendamping itu tentunya ya membantu peserta dalam berbagai hal ketika program OPOP ini berjalan gitu.. jadi kalau misalnya pendampingan untuk materi tentang keuangan, ya kita mendampingi gitu di bidang aspek keuangannya, di manajemennya juga berbagai hal lah yang tentunya kita sebelum turun ke lapangan juga kan kita diberi apa ya diberi arahan juga ya oleh pihak balai. Pendamping itu memastikan semua hal itu berjalan dengan lancar, ya istilahnya jangan sampai peserta ada keluhan atau kendala tapi kita tidak tahu apa-apa. Karena pendamping itu ibarat mentor bagi peserta dan kita juga menjadi alarm juga bagi peserta, misalkan ada tugas nih nah peserta harus diingatkan ayo tugasnya kerjakan kalau ada kendala kita bahas bersama ya seperti itulah yaa pendamping. Intinya pendamping itu mendampingi peserta dari a sampai z begitu.” (Wawancara pada tanggal 13 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Detin Khoerotin selaku Pendamping One Pesantren One Product (OPOP), dijelaskan bahwa Pendamping bertugas untuk memberikan kemudahan kepada pesantren serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam seluruh proses yang sedang dilakukan.

Langkah berikutnya setelah pemberian fasilitas pelatihan dan magang juga pendampingan usaha adalah Audisi Tahap II. Menurut Informan Dery Nurani :

“Jadi kan setelah ikut latgang juga ada pendampingan, kita bersiap untuk audisi tahap II atau yang tingkat kabupaten kota yaa.. nah penilaiannya ini untuk tahap II kan sama ya ada juri yang menilai dan juga punya rubrik penilaian jadi Penilaiannya ini berupa kemajuan proposal usaha, post test dalam kegiatan latgang, ada juga penilaian dari pendamping kemudian ada juga wawancara dengan juri dan terakhir adalah kehadiran ya. Jadi peserta bisa menjadi juara di tingkat kabupaten atau kota ini kalau semua sudah terpenuhi dengan nilai yang bagus begitu.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Melengkapi pernyataan mengenai audisi Tahap II tersebut, Informan Ravi Wisesa mengatakan :

“Audisi tahap 2 ini sudah di tingkat kabupaten kota, kita memilih juara tingkat kabupaten kota dengan kategori *start up* dan *scale up* nah itu yang ditingkatkan penilaiannya terhadap kemajuan proposal pengembangan usaha yang disesuaikan dengan pengembangan usahanya, tingkat hadiahnya juga berbeda yaa, di tingkat kabupaten kota nanti diseleksi lagi kita memilih juara kabupaten/kota. Untuk di tahun ini misalnya, dari 1174 yang menjadi juara di tingkat kecamatan nah kita seleksi lagi sampai hanya 200 pesantren saja yang menjadi juara di audisi tahap II atau kabupaten kota ya. Jadi 200 pesantren ini memang pesantren yang secara hasil dan penilaian juri pantas untuk menjadi juara di tingkat kabupaten kota” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Audisi tahap II merupakan audisi dan penilaian yang dilakukan di tingkat kabupaten atau kota. Menurut informan Ravi Wisesa, pada Audisi Tahap II ini pihak UPTD P3W memilih juara tingkat kabupaten atau kota mengacu pada kategori *start up* dan *scale up*. Berdasarkan hasil penilaian para juri, di tahun 2023 ini, sebanyak 200 pesantren berhasil menjadi juara pada tingkat Kabupaten atau Kota. Pemenang audisi tahap II tersebut merupakan hasil penilaian para juri yang sudah mempertimbangkan rubrik penilaian dan juga secara penilaian 200 pesantren tersebut layak untuk menjadi juara di Audisi Tahap II.

Hal selanjutnya setelah menetapkan juara di tingkat Kabupaten atau Kota, UPTD P3W Melakukan Visitasi Lapangan. Hal ini dilakukan untuk membuktikan

kebenaran serta memverifikasi apakah kondisi usaha pesantren sudah sesuai dengan proposal usaha yang sudah dipresentasikan oleh para peserta program One Pesantren One Product (OPOP). Menurut Informan Agung selaku LO mengatakan :

“Kita ada Visitasi itu biasanya sampling saja ya tidak semua. Artinya ketika dirasa dibutuhkan dan missal juri ingin tahu tentang pesantren ini, ya kita lakukan visitasi. Biasanya yang berangkat visitasi itu Juri didampingi oleh team LO dan Pendamping ya. Di visitasi ini kita verifikasi semua keadaan pesantren lah ya apa sudah sesuai dengan apa yang dituliskan dan digambarkan oleh peserta atau misal ada yang miss gitu sih kalau visitasi” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Tentang visitasi lapangan yang dilakukan guna memverifikasi kebenaran proposal dan kondisi lapangan pesantren, Informan Shinta menambahkan :

“Biasanya kami melakukan visitasi, di titik dimana kabupaten kota atau provinisi kami ada random verifikasi, nggak semua yaa paling beberapa yang menarik perhatian. Misalkan juri nyatet ini kayaknya bagus tapi kayaknya tidak meyakinkan pesertanya yaa, bisa atau ngga dikunjungi. Datanglah team kita biasanya team juri dan didampingi team lo ke lapangan. Juri biasanya yang minta saya mau ke ponpes ini, mana nih tadi di presentasi ada ini di video ini ini ini diliatin gitu langsung datang ke ponpes. Biasanya kita lakukan visitasi ini di tahap kabupaten kota mau ke provinsi karena memang nilai hadiahnya besar jadi perlu ketelitian disitu.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Visitasi lapangan biasanya dilakukan ketika selesai audisi Tahap II tingkat Kabupaten atau Kota menuju ke tingkat Provinsi atau Audisi Tahap III. Hal itu dilakukan sebagai bentuk verifikasi apakah hal-hal yang disampaikan oleh

perwakilan pesantren sudah sesuai atau belum dengan kondisi lapangan di pesantrennya masing-masing.

Tahap selanjutnya adalah Audisi Tahap III atau tingkat Provinsi, Informan

Shinta mengemukakan :

“Audisi Tahap III ini memang tingkat provinsi yaa, setelah ponpes melewati audisi tahap I, pelatihan dan magang, pendampingan lalu lolos dalam penilaian tahap II, ponpes bisa ikut ke Audisi Tahap III. Jadi bisa saja ponpes itu juara kecamatan, kabupaten kota, baru provinsi gitu” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Audisi tahap III atau audisi tingkat provinsi juga dijelaskan oleh Informan

Dery Nuranis yang mengemukakan :

“Kalau untuk audisi tahap III itu kan sudah di tingkat provinsi ya, jadi tadi yang jadi juara di tingkat kabupaten atau kota di audisi tahap II kita ikutkan untuk berkompetisi di audisi tahap III atau provinsi tadi. Nah rubrik penilaiannya apa saja itu yang pertama sudah pasti kan dari kemajuan proposal usahanya seperti apa, ada kemajuan atau tidak dari tahap II ke tahap III ini, kemudian para peserta juga kan presentasi juga wawancara tentang produk juga hasil proposal usahanya, yang terakhir kita kan ada visitasi lapangan. Nah kalau ke semuanya berhasil dan lolos berdasarkan penilaian dari para juri itulah yang akan menjadi juara di tingkat provinsi” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Lebih lanjut mengenai Audisi Tahap III atau tingkat provinsi, Informan Hj.

Mimin selaku peserta program OPOP yang mengikuti Audisi Tahap III mengemukakan :

“Alhamdulillah kebetulan saya perwakilan dari pesantren Al-Hidayah dapat kesempatan untuk ikut di penilaian audisi tahap III atau provinsi itu di tahun 2021 yaa, jadi memang sebelumnya pesantren kami sudah juara tingkat kabupaten dan dapat bantuan dana untuk penguatan modal usaha, nah di audisi tahap III ini kami berjuang lagi gitu ya, memperbaiki proposal usaha kemudian ada wawancara dan presentasi dengan para juri dan pesantren kami juga disurvei begitu ya oleh pihak UPTD P3W dan pendamping untuk melihat seperti apa usaha kami dan sarpras usaha kami” (Wawancara pada 14 Juli 2023)

Gambar 4.10 Audisi Tahap III Program OPOP



Peserta OPOP sedang mempresentasikan kemajuan usaha pada Tim Juri

Tim juri melakukan penilaian terhadap hasil paparan peserta OPOP

Sumber : <https://opop.jabarprov.go.id>

Berdasarkan informasi dari hasil wawancara tersebut, penilaian pada Audisi tahap III atau audisi tingkat provinsi meliputi kemajuan proposal usaha yang telah dibuat peserta dari audisi tahap I, II dan III, kemudian presentasi dan juga wawancara tentang produk dan usahanya kepada para Tim Juri, dan terakhir adalah tinjauan lapangan atau visitasi. Jika ke tiga syarat tersebut terpenuhi dan memiliki nilai serta peringkat yang baik, maka pesantren tersebutlah yang menjadi juara di tingkat provinsi.

Rangkaian terakhir dalam pelaksanaan ³ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah Temu Bisnis dan Gelar Produk. Kegiatan ini merupakan lanjutan dari Audisi Tahap III sebagaimana yang disampaikan oleh Ahmad Rosyad :

“Temu bisnis atau gelar produk ini kan lanjutan ya dari audisi tingkat provinsi nah pas audisi 3 kita sekalian temu bisnis gitu, jadi para juara di audisi tahap 2 nantinya ikut audisi tahap 3 kemudian disitu juga sekaligus penjurian dan audisi tahap 3 itu juga sekaligus mengumumkan juara audisi tahap 3 di temu bisnis itu juga para peserta langsung dipertemukan dengan buyer atau *off taker*” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Temu Bisnis dan Gelar produk ini merupakan tahapan terakhir yang pada praktiknya ada kegiatan penjurian audisi tahap III sekaligus pengumuman juara tingkat provinsi. Pada acara temu bisnis dan gelar produk juga hadir para *off taker* atau buyer yang akan melihat produk-produk apa saja yang ada pada ⁵⁰ program One Pesantren One Product (OPOP). Hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh informan Shinta :

“Temu bisnis dan gelar produk, sebetulnya seluruh peserta punya kesempatan untuk ikut temu bisnis yaa tapi memang kami juga ada kriteria tertentu, karena temu bisnis itu juga kami mengundang *off taker-off taker* kami gitu, selain *off taker* dari kalangan *collaborator* kami, kami juga mengundang calon *off taker* diluar itu gitu. Jadi nanti mereka dapat kesempatan untuk temu bisnis dapat kesempatan untuk menggelar produknya gitu. Jadi saat temu bisnis itu kami selalu rangkaian dengan gelar produk gitu ya jadi produk-produk ponpes itu kita gelar dan disitu bisa terjadi transaksi dan transaksinya memang lumayan besar gitu. Tapi biasanya untuk yang temu bisnis ini memang kita fokuskan pada yang tingkat provinsi yang sudah *scale up*. Tapi untuk gelar produk kami

mengundang, mengundang ini sifatnya kan mengundang yaa bisa dihadiri atau tidak gitu ya tapi yang kami undang si ponpes yang memang sudah ikut opop dan sudah juara opop juga siap dengan produk yang dihasilkannya bgitu yaaa.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Gambar 4.11 Temu Bisnis dan Gelar Produk OPOP



76

Sumber : <https://opop.jabarprov.go.id>

Pada kegiatan **temu bisnis** dan gelar **produk** yang menghadirkan para off taker ini, juga terlibat unsur ABCGM seperti yang disampaikan oleh Informan Agung :

“Untuk tahun 2019 antara temu bisnis dan gelar produk dilaksanakan secara terpisah, tapi setelahnya yaitu 20,21,22,23 gelar produk dan temu bisnis disatukan. Jadi disitu ABCGM yang terlibat dari awal, lalu dengan ponpes disatukan disitu dan ponpes yang mengikuti opop tahun itu bisa memperlihatkan produknya, kita juga mengundang *off taker* sehingga *off taker* bisa melihat mana saja produk pesantren yang bisa mereka beli atau bisa mereka tandai. *Off taker* itu calon pembeli produk seperti supermarket, minimarket, dari ponpes role model juga sebagai *off taker* juga kadang, karena misalkan membeli bahan baku dari ponpes lain gitu.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Melengkapi pernyataan informan-informan diatas, Ravi Wisesa selaku Kepala UPTD P3W menyampaikan :

“Di temu bisnis ini agendanya menyampaikan pemenang tingkat provinsi, mempertemukan pesantren dengan *off taker*. Ada juga gelar produk memang ada transaksi jual beli. Termasuk ada rangkaian webinar untuk penambahan informasi. Terbuka untuk umum boleh masuk di kegiatan ini. Seperti tahun ini (2023) insyaAllah ingin gelar produk di Al-Jabbar itu kan otomatis tidak mungkin kita tutup, jadi ingin masyarakat lihat bagaimana produk-produk pesantren seperti apa gitu, dan memungkinkan juga untuk masyarakat menjadi pembeli. Kalau gelar produk ini posisinya semua peserta opop di tahun tersebut, termasuk pesantren yang dianggap *role model*. Pada temu bisnis dan gelar produk kan hadir *off taker* juga mitra ABCGM kami yaa, nah dengan adanya kegiatan ini juga diharapkan nantinya ada kolaborasi usaha dari para mitra seperti *off taker* dan ABCGM dengan para peserta OPOP begitu

³¹ Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan di atas dapat dijelaskan bahwa temu bisnis dan gelar produk merupakan kegiatan akhir dalam ²⁷ program One Pesantren One Product (OPOP) yang bertujuan untuk menjembatani antara pihak Pondok Pesantren dengan mitra ABCGM, *off taker*, juga pengusaha-pengusaha ternama di tanah air. Pada temu bisnis dan gelar produk, pondok pesantren dapat menggelar pameran untuk memperkenalkan produk yang dihasilkannya sehingga para *off taker* dan ABCGM bisa melihat apa saja produk yang dipamerkan, dan jika *off taker* tertarik untuk membeli maka dapat melakukan transaksi pada kegiatan ini. Kegiatan temu bisnis dan gelar produk ini juga diharapkan dapat tercipta jalinan kerjasama antara pondok pesantren dengan ¹ *off taker* dan mitra ABCGM sehingga akan terjalin kerjasamakemitraan yang menguntungkan antara *off taker* dengan pondok pesantren.

² Berdasarkan hasil pemaparan di atas, tahapan pelaksanaan komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada program One Pesantren One Product (OPOP) dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.12 Tahapan Pelaksanaan Komunikasi pada Program OPOP



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023

4.2.4 Evaluasi Komunikasi² oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Tahapan terakhir dalam Manajemen Komunikasi³ Program One Pesantren One Product (OPOP) adalah tahap Evaluasi Komunikasi. Tahap¹¹² evaluasi ini penting dilakukan untuk melihat sejauh mana keberhasilan dari program³ Program One Pesantren One Product (OPOP). Pada program One Pesantren One Product (OPOP). Evaluasi dilakukan dengan berbagai cara, yang pertama dengan melakukan monev atau monitoring evaluasi, menurut Ravi Wisesa:

“Bentuk evaluasinya sih yang pertama monev yaa kita rutin melakukan rutin setahun sekali, tapi memang tidak bisa secara menyeluruh. Jadi kita biasanya *sampling* aja sih. dengan banyaknya pesantren dan keterbatasan anggaran kan tidak mungkin kita datangi satu-satu gitu. Selain *sampling* ya monevnya missal ketika kita ada kegiatan pameran kita libatkan OPOP yaitu jadi salah satu monev kita yaa. Kadang monevnya juga kita lewat pendamping yaa jadi pendamping yang komunikasi dengan peserta wilayah dampungannya untuk bertanya mengenai keberlangsungan usahanya begitu.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Berdasarkan Informasi yang disampaikan, monev juga dilakukan oleh Pendamping, hal itu sebagaimana dijelaskan oleh Detin Khoerotin yang mengemukakan :

“Jadi gini teh, kalau evaluasi memang pasti ada ya. Kami selaku pendamping program juga lakukan monev kepada para peserta khususnya peserta yang dampungannya wilayah kami ya, kita lihat sejauh mana perkembangan usahanya. Kemudian juga karena kami selalu melakukan komunikasi memang komunikasinya sih nonformal saja ya bisa via telepon atau WA baik dengan peserta maupun alumni peserta yaa, mereka juga selalu laporan bahwa setelah mendapat penguatan modal usaha dipakai untuk apa ini itu biasanya mereka sampaikan, kami juga masih boleh berkunjung gitu yaaa untuk melihat perkembangan usahanya begitu” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Hasil wawancara dengan informan Shinta tentang kegiatan Monitoring Evaluasi yang dilakukan adalah :

“Kami juga berusaha supaya program ini *sustain* terevaluasi, maka kami tetap rutin melakukan monitoring dan evaluasi ya meskipun belum bisa

melaksanakan secara seluruhnya gitu ya, jadi biasanya kami random ambil *sampling* kita lihat mana saja ponpes yang usahanya tetap berjalan yaa itu kemudian menjadi catatan kami untuk evaluasi yaa. Atau kita sampaikan di kab kota iniloh sudah ada ponpes opop yang domisilinya di kabupaten atau kota maka bisa ditindaklanjuti oleh kabupaten atau kota gitu, karena mereka kami dorong untuk sustain usahanya mereka kan punya badan usaha, si ponpes itu punya badan usaha, bentuknya bisa kayak CV, PT atau Kompondren. Nah karena kami DISKUK memang kami dorong mereka punya KOMPONTREN biar usahanya tetep jalan manajemen usaha tetep jalan itusih. Namun sekali lagi balik ke mindset ponpes itu sendiri gitu, tapi ketika SDM bagus, pimpinan mendukung yaaah potensinya bagus sekali. Sosok figure pimpinan memang krusial ya untuk pesantren, karena banyak sekali SDM di pesantren yang jiwa bisnisnya bagus gitu yang kreatif, ide bisnisnya unik yang perlu polesan. Itu memang tidak bisa dilakukan oleh DISKUK sendiri, perlu bantuan collaborator lain paik dari pemerintah daerah, collaborator di luar itu dll.” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

Melengkapi pernyataan informan-informan diatas, Agung Ramadhan selaku

LO program One Pesantren One Product menjelaskan :

“Bentuk evaluasinya sampai saat ini berupa monev yaa, jadi kita setiap akhir tahun itu berkeliling ke pesantren-pesantren OPOP untuk melihat kemajuan mereka, sampai saat ini sih kita lihat kapasitas produksinya, omsetnya bertambah atau tidak lalu diliat dari sarpras usahanya sudah seperti apa, sampai saat ini sih dilihatnya fisik yaa dilakukannya monev, kita berkeliling gitu. Untuk monev kita inginnya ponpes ya maju terus gitu kan, Setelah OPOP selesai kita inginnya usaha pesantren terus berjalan, tapi memang ketika monev ya ada saja pesantren yang usahanya berhenti produksi gitu. Ada yang juga uang hadiahnya digunakan untuk keperluan lain seperti membangun pesantren itu sendiri. Memang tidak 100% hadiah yang didapatkan digunakan untuk membangun usaha malah digunakan keperluan membangun pesantren gitu. Memang untuk pemantauan ini masih menjadi PR kita ya” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Monev atau ⁶² Monitoring dan Evaluasi merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan dalam tahapan Evaluasi Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP). Monitoring dilakukan guna melihat perkembangan kemajuan para peserta, dimulai dari kapasitas produksinya, total omsetnya setelah mengikuti program, dan terakhir Sarana Prasarana yang digunakan ketika memproduksi produk-produk yang akan dipasarkan oleh pesantren.

Tahap kedua dalam evaluasi adalah kajian kelayakan program yang dilakukan bersama akademisi, hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Informan Ahmad Rosyad :

“Kalau evaluasi kita selalu di akhir tahun yaa, selain monev kita juga ada juga kajian bersama akademisi, kajian kelayakan ini kami bekerjasama dengan UNPAD untuk melihat sejauh mana program sudah berjalan. Kajian bersama akademisi ini untuk menilai apakah program sudah dijalankan sesuai dengan rencana selain itu juga kajian akademisi ini untuk memperbaiki lah istilahnya yaaa. Apa yang sudah baik lanjutkan kemudian apa yang missal masih ada kurang-kurangnya nah kita perbaiki” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Kajian kelayakan sebagai salah satu bentuk evaluasi komunikasi One Pesantren One Product (OPOP) juga disampaikan oleh Informan Dery Nuranis yang mengatakan :

“Kita bekerjasama ya dengan akademisi dalam hal ini UNPAD untuk melakukan kajian kelayakan yaa, artinya kita disini sebagai pelaksana juga berkolaborasi dengan akademisi tadi untuk melakukan kajian

kelayakan, kajian kelayakan itu nantinya akan dibahas tentang program opop dan sejauh mana sudah berjalan, kemudian menentukan juga apakah program OPOP ini sebetulnya layak atau tidak untuk dilanjutkan, selain itu juga kelayakan ini nantinya yang jadi istilahnya itu acuan yaa kalau missal ada yang baik ya kita teruskan kalau ada yg kurang-kurang dan harus ditambahkan maka kita lakukan itu. Ya kita lakukan agar program OPOP ini lebih baik.” (Wawancara pada 13 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara, kajian kelayakan bersama akademisi merupakan salah satu upaya Evaluasi Komunikasi yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provisini Jawa Barat selaku penyelenggara program One Pesantren One Product (OPOP). Kegiatan tersebut bertujuan untuk mempelajari secara mendalam tentang program One Pesantren One Product (OPOP) yang sedang berjalan.

Tahapan terakhir dalam Evaluasi program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan menyusun laporan akhir yang akan diserahkan kepada Gubernur Jawa Barat. Hal tersebut disampaikan oleh Ravi Wisesa :

“Selain monev dan kajian kelayakan, bentuk evaluasi lainnya itu kita selalu menyusun laporan akhir tahun pelaksanaan OPOP yaa, laporannya ini nanti disampaikan kepada Gubernur, memang untuk laporan akhir tahun ini perlu kita lakukan agar pak Gubernur tahu oh program opop ini jalannya seperti ini, pesertanya berapa dan sudah mencapai target atau belum” (Wawancara pada 4 Juli 2023)

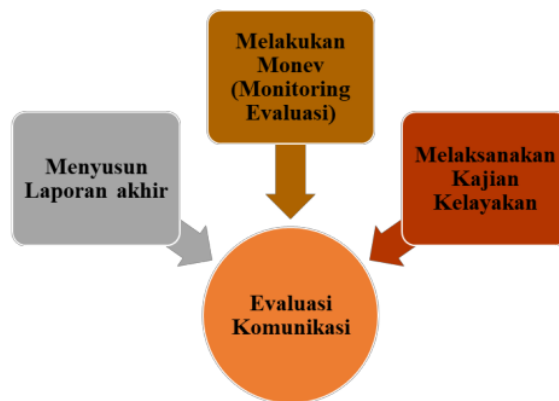
Informan Ahmad Rosyad juga menambahkan :

“Kita memang menyusun laporan akhir ya setiap tahunnya. Laporan akhir ini nantinya akan diserahkan ke Gubernur agar gubernur tahu yaa program OPOP sudah berjalan seperti apa” (Wawancara pada 11 Juli 2023)

Laporan akhir tahun juga merupakan salah satu bentuk Evaluasi Komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP). Penyusunan laporan akhir tahun yang nantinya akan diserahkan kepada Gubernur bertujuan agar Gubernur selaku pimpinan Provinsi Jawa Barat mengetahui gambaran umum tentang jalannya program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan-tahapan Evaluasi Komunikasi yang dipaparkan diatas kemudian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.13 Tahapan Evaluasi Komunikasi pada Program OPOP



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023

4.3 Pembahasan

Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan salah satu program kerja Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam mewujudkan Jabar Juara Lahir Batin. Program One Pesantren One Product (OPOP) bertujuan untuk menciptakan kemandirian umat melalui para santri, masyarakat dan Pondok Pesantren itu sendiri, agar mampu mandiri secara ekonomi, sosial dan juga untuk memacu pengembangan skill, teknologi produksi, distribusi, dan pemasaran melalui sebuah pendekatan inovatif dan strategis. Dalam melaksanakan sebuah program, khususnya program One Pesantren One Product (OPOP) ini, komunikasi tentu memiliki peran penting di dalamnya, dengan komunikasi yang baik dan efektif maka program One Pesantren One Product (OPOP) ini dapat berjalan sesuai dengan lancar sehingga pada akhirnya dapat mencapai tujuan dari program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka penting untuk menerapkan Manajemen Komunikasi yang baik dan efektif. Jika tidak ada manajemen komunikasi yang baik dan efektif, maka akan menimbulkan efek negatif dari proses komunikasi yang bukan tidak mungkin nantinya dapat menimbulkan efek negatif atau hasil yang tidak sesuai dengan tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan. Adapun Manajemen Komunikasi menurut pendekatan Cutlip, Center dan Brooms terdiri dari : mendefinisikan masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi (pelaksanaan), serta Evaluasi bentuk aktivitas Komunikasi.

4.3.1 Pendefinisian Masalah oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Pendefinisian masalah (*Defining Public Problem*) merupakan tahapan pertama yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat dalam memulai sebuah program. Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan salah satu program Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang diamanahkan kepada UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat untuk dilaksanakan dengan baik sesuai dengan tugas dan fungsinya sebagai lembaga pemerintah. Pada praktiknya, program One Pesantren One Product (OPOP) melakukan tahapan pendefinisian masalah terlebih dahulu sebelum program tersebut di laksanakan, hal tersebut dilakukan guna mengetahui latar belakang suatu program serta mendapatkan informasi-informasi yang penting dan relevan untuk keberlangsungan sebuah program.

Berdasarkan hasil temuan tahap pendefinisian masalah pada program One Pesantren One Product (OPOP) 4 (empat) bagian, yaitu Identifikasi kajian RPJMD 5 tahunan, Melakukan *focus group discussion*, dan Identifikasi pendataan pesantren di Jawa Barat. Tahap pendefinisian masalah yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat merupakan tahap awal dengan mengumpulkan data dan informasi yang penting guna mengelola suatu program. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Abidin (2015:59) yang menyatakan bahwa, pendefinisian masalah merupakan sebuah upaya untuk

mendapatkan informasi ⁸² dalam merumuskan perencanaan strategis, tanpa melakukan riset atau pendefinisian masalah, maka kita tidak dapat memahami situasi dan memberikan solusi.

Pada tahap pendefinisian masalah, hal pertama ¹ yang dilakukan UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat adalah dengan melakukan **Identifikasi Kajian Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD)** periode 2018-2023. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kajian RPJMD tersebut diperlukan untuk untuk melihat aspek legalitas dan keilmuan dalam ⁷⁴ program One Pesantren One Product (OPOP). Kajian RPJMD juga mengakomodir salah satu ³⁶ Program unggulan Gubernur dan Wakil Gubernur yang saat itu terpilih (Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum) yakni Program Pesantren Juara.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, pada kajian RPJMD yang telah dibuat kemudian diturunkan pada Renstra (Rencana Strategis) dan Renja (Rencana Kerja) dinas. Renstra dan Renja yang telah disusun ini kemudian menjabarkan hal-hal terkait kegiatan ⁷⁴ One Pesantren One Product (OPOP) yang disebut dengan JukLak (Petunjuk Pelaksanaan) dan ⁴ JukNis (Petunjuk Teknis) program One Pesantren One Product (OPOP). JukLak dan JukNis tersebut berisi tentang seperti apa bentuk program, pelaksanaan program, dan target yang ingin dicapai oleh ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP). Sehingga, permasalahan yang nantinya muncul dalam program One Pesantren One Product (OPOP) akan dapat

dijelaskan secara spesifik dan nantinya ¹ ada masukan-masukan serta kontribusi dari masalah dan solusinya.

³ Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan sebuah program yang ¹ dikaji melalui rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) dengan berlandaskan Undang-Undang Nomor. 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional. Rencana Strategis dan Rencana Kerja menjadi hal yang sangat penting karena dapat dijadikan arah untuk melaksanakan (implementasi) program tersebut dalam menentukan strategi yang lebih efektif. Hasil temuan tentang Identifikasi kajian Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tersebut selaras dengan pernyataan Cutlip, Center & Broom (2009: 298) yang menyatakan bahwa ³⁴ Pernyataan suatu masalah adalah sebuah pertanyaan yang bisa menggambarkan masalah yang terjadi karena harus memenuhi tiga kriteria yaitu (1) bisa menggambarkan situasi sekarang. (2) mampu dijelaskan konteks yang spesifik, bisa diukur dan detail. (3) berisikan pernyataan solusi langsung.

Langkah selanjutnya dalam tahap pendefinisian masalah adalah **Melakukan Focus Group Discussion (FGD)**. Hasil penelitian menyebutkan bahwa *Focus Group Discussion* ²¹ merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan dalam mendefinisikan masalah. Pada tahap ini pihak ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat selaku pelaksana program One Pesantren One Product (OPOP) bekerjasama dengan para stakeholder yang telah berpengalaman

dalam menangani program wirausaha. Kolaborasi yang terjalin antara pihak UPTD P3W dan stakeholder tersebut nantinya akan mendiskusikan ⁶⁷ hal-hal apa saja yang harus dilakukan agar program One Pesantren One Product (OPOP) ini dapat terselenggara dengan lancar.

Kegiatan *Focus Group Discussion* merupakan salah satu upaya untuk menyamakan persepsi mengenai sebuah program yang baik dan berkualitas, sehingga dalam kegiatan tersebut pasti akan tercipta komunikasi dan koordinasi antara seluruh pihak yang terlibat dalam program ⁴ Program One Pesantren One Product (OPOP). Hasil temuan ⁵ penelitian juga menunjukkan bahwa pada kegiatan FGD dibahas mengenai rencana teknis pelaksanaan program, mulai dari bentuk pendampingan yang harus dilakukan sampai kepada penentuan hadiah yang nantinya akan didapat oleh pemenang ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP).

Pelaksanaan Kegiatan *Focus Group Discussion* dalam tahap pendefinisian masalah ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) selaras dengan pernyataan Abidin (2021:59) yang menyatakan bahwa proses riset dalam pendefinisian masalah dapat digunakan dengan metode informal atau eksplorasi yang salah satunya dilakukan dengan cara melakukan *Focus Group Discussion* (FGD).

⁵ **Identifikasi Pesantren yang ada di Jawa Barat** merupakan langkah selanjutnya ² yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat sebelum melaksanakan kegiatan atau program One Pesantren

One Product (OPOP). Berdasarkan hasil penelitian, Identifikasi Pendataan Pesantren di Jawa Barat dilakukan guna mengetahui gambaran umum pesantren-pesantren yang ada di Jawa Barat, mulai dari data jumlah pesantren di Jawa Barat, Pesantren yang sudah memiliki usaha, serta pesantren-pesantren mana saja yang memiliki potensi untuk memiliki usaha serta mampu memaksimalkan potensi-potensi yang ada pada pesantrennya. Selain itu, pendataan pesantren juga dilakukan guna menganalisis fakta yang terjadi di lapangan terhadap perkembangan ekonomi pesantren.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui program One Pesantren One Product berupaya untuk memberdayakan ekonomi keumatan, sesuai dengan tujuan program tersebut yaitu, menciptakan kemandirian umat melalui para santri, agar mampu mandiri secara ekonomi, sosial dan juga untuk memacu pengembangan skill, teknologi produksi, distribusi pemasaran melalui sebuah pendekatan inovatif dan strategis. Hasil penelitian pada tahap Identifikasi Pesantren Jawa Barat merupakan analisis situasi untuk melakukan peninjauan ulang secara menyeluruh terhadap kondisi faktual pondok pesantren yang ada di Jawa Barat.

Identifikasi Pesantren Jawa Barat yang merupakan tahapan untuk menganalisis situasi tersebut sejalan dengan pernyataan Cutlip, Center and Broom (2009: 328) yang menyatakan bahwa Sebuah analisis situasi memuat semua latar belakang informasi yang diperlukan untuk menjelaskan dan mengilustrasikan secara detail makna dari sebuah pernyataan problem. Melakukan analisis situasi

merupakan hal yang efektif dilakukan untuk melihat lingkungan sekitar dalam mendapatkan informasi lebih terhadap data yang dibutuhkan. Maka, dalam proses analisis situasi, dalam hal ini pemerintah provinsi jawa barat melakukan pendataan secara langsung maupun melalui fasilitator, agar dapat mendefinisikan dan memperbaiki pernyataan problem secara jelas dan spesifik.

4.3.2 Perencanaan Komunikasi oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Perencanaan Komunikasi (*Communication Planning*) merupakan tahapan kedua dalam Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP). Merencanakan cara komunikasi sangat penting dengan berbagai alasan. Komunikasi menjamin pemanfaatan sumber daya langka secara paling efisien, membantu memprioritaskan tuntutan yang berlawanan, dan memberikan arahan yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari (Abidin, 2015: 118).

Robin Mehall (Cangara, 2013:45), juga menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi adalah dokumen tertulis yang menggambarkan segala hal yang harus dilakukan berhubungan dengan komunikasi dalam mencapai tujuan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi ditujukan dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut. Melalui

perencanaan dapat dipersatukan kesamaan pandangan, sikap, dan tindakan dalam pelaksanaan di lapangan.

Lebih lanjut, Abidin (2015:90) menyatakan bahwa ¹⁷ tujuan perencanaan komunikasi adalah untuk membantu pencapaian tujuan masyarakat. Pencapaian tujuan ini memerlukan serangkaian aktivitas yang melibatkan berbagai aspek, berbagai manusia dan bergerak dalam dimensi waktu yang akan datang yang sifat dan keadaannya tidak dapat ditentukan dengan pasti. Pencapaian tujuan akan berhasil dengan efektif dan efisien apabila dilakukan dengan perhitungan yang matang, adanya kesamaan pandangan, kesamaan persepsi, dan adanya koordinasi dari para elemen yang terlibat dalam pencapaian tujuan.

Tahap perencanaan komunikasi merupakan tahapan kedua yang dilakukan oleh UPTD P3W selaku pelaksana ¹ program One Pesantren One Product (OPOP). Perencanaan komunikasi oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat dilakukan guna memudahkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dalam ¹ program One Pesantren One Product (OPOP). Berdasarkan hasil ¹ temuan, tahap perencanaan komunikasi pada program One Pesantren One Product (OPOP) terbagi menjadi 6 (enam) bagian, yaitu melakukan *mapping* pada pesantren *role model*, melaksanakan sinergi pentahelix ABCGM, melaksanakan perekrutan dan bimtek pendamping OPOP, melakukan sosialisasi dan publikasi program OPOP, serta melaksanakan perekrutan tim seleksi dan tim juri.

Hal pertama yang dilakukan dalam perencanaan komunikasi ² program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan melakukan *mapping pesantren role model*. Tahapan ²¹ ini merupakan salah satu tahap yang penting untuk dilakukan karena dengan melakukan *mapping pesantren role model*, pihak ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat bisa mendapatkan data mengenai pesantren-pesantren mana saja yang sudah memiliki usaha, sehingga data yang ditemukan tersebut akan menjadi informasi penting dalam ⁴ pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP).

Berdasarkan ²⁷ temuan peneliti, keberadaan pesantren *role model* ini juga sangat penting agar para peserta Program One Pesantren One Product (OPOP) mempunyai *figure* contoh dan acuan dalam menjalankan usahanya, sehingga pesantren lain yang sedang menjalankan usahanya dapat termotivasi untuk sungguh-sungguh dan bekerja keras dalam kegiatan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, selain menjadi contoh bagi pesantren lainnya, pesantren *role model* ini juga nantinya akan dijadikan sebagai lokasi ²⁷ pelatihan dan magang untuk peserta ²⁷ program One Pesantren One Product (OPOP).

Pemberian informasi tentang data pesantren *role model* tersebut selaras dengan salah satu Fungsi komunikasi menurut Effendy (2003:36) yang menyebutkan bahwa salah satu fungsi komunikasi adalah untuk memberikan informasi (*to inform*), komunikasi memiliki fungsi untuk ⁵⁶ memberikan informasi, ⁵⁶ menyebarluaskan suatu berita atau informasi kepada masyarakat mengenai

peristiwa yang terjadi, ide, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain. Berdasarkan hasil penelitian *mapping* pesantren role model dapat memberikan informasi penting mengenai keberlangsungan program One Pesantren One Product (OPOP), dengan adanya data-data pesantren *role model* tersebut tentu akan memudahkan dan memberikan informasi lebih terkait teknis pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP), karena data tempat pesantren *role model* tersebut bermanfaat untuk pelaksanaan pelatihan dan magang pada program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan kedua dalam Perencanaan Komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan Sinergi *Pentahelix* ABCGM. Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan salah satu program yang dalam pengembangannya melibatkan peran pemerintah, masyarakat, akademisi dan media, hal tersebut sejalan dengan konsep *Pentahelix* ABCGM. *Pentahelix* berasal dari dua kata, yaitu *pentha* dan *helix*. *Pentha* artinya lima dan *Helix* artinya jalinan, maka secara singkat konsep sinergi *pentahelix* merupakan bentuk kerjasama lima komponen kekuatan utama. Lima komponen tersebut sering disingkat ABCGM. ABCGM merupakan huruf awal dari setiap komponen kekuatan : A berarti *Academic* (akademisi), B huruf awal dari kata *Bussinesman* (pengusaha), C kependekan dari *Community* (komunitas), sedangkan G singkatan dari *Government* (pemerintah) dan M mewakili kata *Media*.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, konsep *penthahelix* ABCGM digunakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat (UPTD P3W) dalam rangka mensukseskan pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP). Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa lima komponen yang terlibat (ABCGM) tersebut juga nantinya akan didorong untuk menjadi *off taker* atau pembeli/konsumen untuk produk-produk yang dimiliki oleh peserta Program One Pesantren One Product (OPOP). Dengan melibatkan berbagai pihak mulai dari akademisi sampai media, diharapkan kedepannya dapat tercipta jejaring atau *networking* yang baik bagi usaha-usaha yang dimiliki oleh para peserta program One Pesantren One Product (OPOP), apabila jejaring sudah terbangun dengan baik tentu saja usaha-usaha yang dijalankan akan dapat berkembang dengan baik

Pada prinsipnya, *sinergi pentahelix* ABCGM yang digunakan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat merupakan upaya penguatan sinergi dari semua pihak agar program yang sudah dicanangkan dapat berjalan dengan baik, sehingga jika suatu saat timbul suatu permasalahan, maka permasalahan tersebut dapat ditanggulangi dengan baik dan cepat, karena jika segala sesuatu dikerjakan dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki kekuatan mumpuni dan ahli di bidangnya maka akan dapat menghasilkan inovasi yang unggul dan berkualitas.

Konsep *penthahelix* yang di gunakan dalam program One Pesantren One Product melibatkan berbagai unsur kepentingan seperti *academic, bussines,*

community, goverment dan *media* (ABCGM) tersebut selaras dengan salah satu pengertian Manajemen Komunikasi yang dikemukakan oleh Michael Kaye dalam (Soedarsono & Suparmo 2020:48) yang menyebutkan bahwa “*Communications management, implies the optimal use of human and technological resources to promote dialogue between people.*” (Manajemen komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antarmanusia). Dengan menerapkan sinergi *pentahelix*, seluruh komponen yang terlibat (ABCGM) tentu akan membantu kesuksesan program One Pesantren One Product (OPOP) karena didalamnya terdapat penggunaan sumber daya manusia dan juga teknologi yang optimal, sehingga memudahkan pencapaian tujuan program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan ketiga dalam perencanaan komunikasi program One Pesantren One Product adalah dengan adalah **Perekrutan dan Bimtek Pendamping OPOP**. Berdasarkan hasil penelitian, Perekrutan dan Bimtek Pendamping One Pesantren One Product (OPOP) ini bertujuan agar para peserta program One Pesantren One Product (OPOP) memiliki mentor untuk membantu hal teknis maupun non teknis ketika program dilaksanakan. Berdasarkan hasil penelitian, perekrutan pendamping One Pesantren One Product (OPOP) dimulai dari pendaftaran dan kelengkapan administrasi, test tertulis yang harus dilakukan oleh calon pendamping dan terakhir wawancara oleh pihak UPTD P3W kepada calon pendamping One Pesantren One Product (OPOP).

Selanjutnya, Bimbingan Teknis (Bimtek) bagi para pendamping ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) diperlukan guna memberikan pemahaman serta pengetahuan ⁶⁵ mengenai hal-hal apa saja yang harus dilakukan oleh pendamping One Pesantren One Product (OPOP) ketika mendampingi para peserta di lapangan. Pada Bimtek ini pendamping juga akan diberikan pembekalan oleh pihak ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat terkait program One Pesantren One Product (OPOP) baik teknis maupun non teknis. Perekrutan dan Bimtek pendamping ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut sejalan dengan pendapat Abidin (2015:90) menyatakan bahwa ³³ tujuan perencanaan komunikasi adalah untuk membantu pencapaian tujuan masyarakat. Pencapaian tujuan akan berhasil dengan efektif dan efisien apabila dilakukan dengan perhitungan yang matang, adanya kesamaan pandangan, kesamaan persepsi, dan adanya koordinasi dari para elemen yang terlibat dalam pencapaian tujuan. Perekrutan dan Bimtek bagi Pendamping OPOP merupakan salah satu bentuk perhitungan yang matang dalam perencanaan ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP), karena Pendamping memegang peranan penting untuk membantu peserta dalam hal-hal teknis maupun non teknis ketika pelaksanaan ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) berlangsung. Pendamping juga merupakan perpanjangan tangan bagi ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat yang selalu berkoordinasi dengan seluruh pihak yang terlibat demi mensukseskan ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP)

Langkah selanjutnya dalam perencanaan yakni **sosialisasi dan publikasi**. Sebuah perencanaan komunikasi tidak terlepas dari kegiatan sosialisasi dan publikasi, hal tersebut juga dilakukan oleh UPTD P3W selaku pelaksana pada program One Pesantren One Product (OPOP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menunjang keberhasilan program One Pesantren One Product (OPOP), UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil provinsi Jawa Barat melakukan sosialisasi dan publikasi agar masyarakat khususnya pesantren-pesantren yang ada di Jawa Barat mengenal dan mengetahui program One Pesantren One Product (OPOP). Sosialisasi biasanya dilakukan di awal tahun secara *face to face* dan dilaksanakan minimal di 5 wilayah administrative yang potensial dengan mengundang perwakilan pesantren juga stakeholder terkait seperti ormas-ormas, organisasi islam, forum-forum pesantren, kemenag, serta dinas koperasi di kabupaten kota. Sosialisasi juga dilaksanakan dengan menggunakan media, baik media kontemporer seperti televisi dan radio, media cetak, maupun media online.

Sosialisasi juga dilakukan oleh Pendamping selaku pihak yang akan mendampingi para peserta program One Pesantren One Product (OPOP) dari awal hingga akhir. Hal tersebut dilakukan karena masih banyak pesantren-pesantren yang berada di pelosok daerah dan belum mengetahui seluk beluk program One Pesantren One Product (OPOP). Melalui sosialisasi oleh pendamping ini diharapkan pesantren-pesantren yang belum mengetahui program ini akan

mendapatkan informasi yang mumpuni serta bisa ikut serta menjadi peserta dalam ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP).

Setelah sosialisasi dilaksanakan, langkah selanjutnya ialah melakukan Publikasi. Publikasi dilakukan guna memudahkan masyarakat khususnya pesantren-pesantren mendapatkan ⁵ informasi tentang program One Pesantren One Product (OPOP). Publikasi dilakukan melalui berbagai media seperti ¹ media online : *website, youtube, instagram, facebook dan twitter*. Media konvensional : televisi dan radio, serta media cetak. ¹ Pemerintah juga memanfaatkan media cetak seperti : koran, *brosur*, leaflet, *baligho*, dan poster serta memfokuskan kepada media konvensional seperti radio dan televisi dalam proses publikasi.

Berdasarkan hasil penelitian, Publikasi melalui media-¹media tersebut dikatakan efektif karena mampu menyebarkan informasi secara cepat serta memiliki jangkauan yang luas mencakup seluruh pesantren di wilayah Jawa Barat. Hasilnya, dengan adanya Publikasi ini membuat masyarakat khususnya pesantren-pesantren di Jawa Barat mengenal dan mengetahui Informasi tentang ⁶¹ program One Pesantren One Product. Sehingga kemudian membuat pesantren-pesantren di Jawa Barat ikut serta untuk mendaftar ² dalam program One Pesantren One Product (OPOP) hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pendaftar program One Pesantren One Product (OPOP) pada tahun 2023 yang mencapai 2174 peserta.

Sosialisasi dan Publikasi ¹¹³ program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan salah satu ² cara untuk menyebarkan informasi mengenai program One

Pesantren One Product (OPOP), hal tersebut sejalan dengan selaras dengan pernyataan Udin dan Abin dalam (Abidin, 2015:93) yang menyebutkan bahwa ⁶⁶Perencanaan Indikatif menyebarkan informasi yang bertujuan untuk memberikan sinyal yang benar kepada individu dengan harapan akan mengambil tindakan yang tepat. Dengan melaksanakan sosialisasi dan publikasi, informasi mengenai ⁵program One Pesantren One Product (OPOP) dapat tersampaikan pada khalayak luas khususnya ¹¹⁵pesantren-pesantren yang ada di Jawa Barat, dan hasil akhirnya ⁵menurut hasil penelitian banyak pesantren yang akhirnya mendaftar pada ⁵program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahapan terakhir ³dalam perencanaan komunikasi ³program One Pesantren One Product (OPOP) adalah **Perekrutan Tim Seleksi dan Tim Juri**. Berdasarkan hasil penelitian, tim seleksi dan tim juri memiliki tugas untuk menilai berbagai tahapan dalam proses pelaksanaan ²⁸program One Pesantren One Product (OPOP). ¹Pada tahapan perekrutan Tim seleksi dan Tim Juri, ¹UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat berkolaborasi dan bekerjasama dengan unsur-unsur ABCGM, seperti akademisi atau pengusaha yang sudah memiliki jam terbang tinggi serta pengalaman di bidang wirausaha. Perekrutan tim seleksi dan juri ini penting karena tahapan penjurian pada program One Pesantren One Product (OPOP) bersifat *independent* atau tidak ada pihak pemerintah provinsi Jawa Barat yang terlibat dalam fase penjurian, hal tersebut dilakukan guna menjaga objektivitas pelaksanaan ⁵program One Pesantren One Product (OPOP).

Independensi tim seleksi dan tim juri dalam perencanaan komunikasi ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut sejalan dengan pernyataan (Cutlip, Center, Broom, 2009:377) yang menyebutkan bahwa Perencanaan program juga tidak hanya melihat berdasarkan target khalayak saja, tetapi juga harus memperhatikan bahaya rumor dan mengakui kebutuhan untuk menyediakan informasi yang autentik. Dengan merekrut tim juri dari pihak luar yang lebih berpengalaman dan mempunyai keahlian di bidangnya, informasi yang dihasilkan tentu lebih valid dan autentik sehingga keobjektifitasan ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) lebih terjaga dan dapat meminimalisir rumor-rumor buruk atau kecurangan pada saat program berlangsung.

4.3.3 Pelaksanaan Komunikasi ² oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat ⁷⁰ pada Program One Pesantren One Product Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat melakukan Pelaksanaan dan pengkomunikasian pada ⁵ Program One Pesantren One Product (OPOP) berdasarkan pendefinisian masalah, dan perencanaan komunikasi yang telah dibuat sebelumnya. Tahap pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP) sendiri telah dirancang ¹ oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat dan akan diselenggarakan berdasarkan pada ketetapan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang ¹ perkoperasian, di perkuat oleh undang-undang No 20 tahun 2008 tentang UMKM, Visi dan Misi

Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Tugas Pokok dan Fungsi Balai Pelatihan Tenaga Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Barat, Petunjuk Teknis Program One Pesantren One Product, serta Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Jawa Barat Nomor 1.17.1.17.01.109.001 Tanggal 31 Desember 2019 tentang Kegiatan Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Usaha Kecil Menengah.

Berdasarkan hasil temuan, tahap perencanaan komunikasi pada program One Pesantren One Product (OPOP) terbagi menjadi 8 (delapan) bagian, yaitu : 1) melaksanakan rekrutmen dan pendaftaran online, 2) melaksanakan Audisi tahap I, 3) melaksanakan pelatihan dan magang, 4) melakukan pendampingan usaha, 5) melaksanakan Audisi tahap II, 6) melakukan visitasi lapangan, 7) melaksanakan Audisi tahap III, dan 8) melaksanakan temu bisnis dan gelar produk.

Pelaksanaan komunikasi atau *taking action and communicating* (aksi dan komunikasi) menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009:320) mengimplementasikan program tindakan dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik. Kesesuaian, prioritas, dan pengukuran hasil yang tepat dalam setiap aktivitas adalah titik poin utama yang akan menentukan keberhasilan dalam implementasinya. Lebih lanjut, Abidin (2015:60) mengemukakan bahwa hal-hal yang harus ada dalam konsep aksi dan komunikasi antara lain ialah : a) Tindakan nyata, mengambil langkah strategis dan taktis berdasarkan analisis SWOT, yang salah satu pertimbangannya adalah target jangka waktu. b)

Komunikasi, prinsip utamanya adalah terjadi kesamaan makna dan mampu meminimalisasi bias, c) Identifikasi faktor yang menjadi halangan atau dukungan. Terminologi ini berkaitan dengan halangan dan pendukung dalam implementasi manajemen komunikasi.

Langkah pertama dalam pelaksanaan komunikasi pada program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan **rekrutmen dan pendaftaran online**. Hal pertama yang dilakukan oleh UPTD P3W selaku pelaksana program One Pesantren One Product (OPOP) adalah melakukan rekrutmen peserta program One Pesantren One Product (OPOP) yang dilakukan dengan pendaftaran online. Pendaftaran online tersebut tersebut dapat di akses melalui website resmi <https://opop.jabarprov.go.id/> sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah ditetapkan oleh pihak UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan hasil temuan, alasan pemerintah Povinsi Jawa Barat melaksanakan pendaftaran online adalah untuk memberikan edukasi mengenai perkembangan teknologi digital atau digitalisasi pada para pesantren di Jawa Barat. Dengan melaksanakan pendaftaran online, pemerintah berharap akan dapat membawa perubahan terhadap masyarakat khususnya lingkungan pesantren itu sendiri karena tujuan dari pendaftaran online adalah untuk mempermudah para pesantren untuk melakukan pendaftaran dengan tenang dan mudah tanpa mengganggu kegiatan operasional pesantren.

Berdasarkan hasil penelitian, ⁹ setiap pondok pesantren yang mengikuti program ini nantinya akan diwakili oleh 1 orang perwakilan peserta dengan ¹ syarat dan pendaftaran calon peserta One Pesantren One Product (OPOP) adalah Pondok Pesantren atau Kopontren (Koperasi Pondok Pesantren) yang memiliki visi dan niat sungguh-sungguh untuk menjalankan usaha, memiliki SDM yang memadai, memiliki potensi usaha seperti ketersediaan bahan baku, potensi pasar, dan lain-lain. Selain itu, saat proses pendaftaran online, peserta dapat memilih dan melakukan metode *self assessment* untuk menentukan apakah usaha yang dijalankannya ini termasuk kategori *start up* (pemula) atau *scale up* (pengembang). Perbedaan mendasar kategori *start up* (pemula) dan *scale up* (pengembang).

Tahapan rekrutmen dan pendaftaran online tersebut sesuai dengan pernyataan Cutlip, Center & Broom (2009: 389) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi yang mendukung program aksi dan komunikasi salah satunya adalah dengan ¹⁰⁶ Memberi petunjuk kepada publik cara menerjemahkan niat kedalam aksi. ² Dalam penelitian ini, UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat memberi petunjuk kepada para peserta untuk melakukan pendaftaran melalui online, dengan niat agar dapat memberikan edukasi tentang digitalisasi, kemudian hasil dari pemberian petunjuk oleh UPTD P3W tersebut membuat para peserta melakukan aksi dengan cara mendaftar program One Pesantren One product melalui pendaftaran online website opop.jabar.go.id

Tahap selanjutnya adalah dengan melakukan **Audisi tahap I**. pelaksanaan Audisi Tahap I yang merupakan tahapan audisi untuk tingkat kecamatan yang dilakukan penilaian mengenai proposal usaha dan kelengkapan syarat administrasi dan wawancara dengan para juri. Berdasarkan hasil penelitian, pada audisi tahap I ini sudah dilakukan ⁶¹ kategori usaha yakni *start up* (pemula) dan *scale up* (pengembang). Hasil penelitian ⁷⁷ juga mengungkapkan bahwa Audisi Tahap I atau tingkat kecamatan ⁷⁷ pada tahun 2023 ini berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, jika sebelumnya audisi Tahap I hanya menilai mengenai kelengkapan administrasi dan proposal usaha juga wawancara saja, pada tahun 2023 ini juga dilakuka Ujian online berbasis CAT (*Computer Assisted Test*) Ujian CAT ini dilakukan untuk melihat sejauh mana keseriusan para peserta ketika mengikuti ¹⁴ program One Pesantren One Product (OPOP).

Pada Audisi Tahap I atau audisi tingkat kecamatan, juga dilakukan penilaian oleh juri-juri yang sudah memiliki rubrik penilaian. Rubrik penilaian merupakan salah satu panduan juri untuk menilai seluruh kegiatan peserta ¹⁴ program One Pesantren One Product (OPOP) pada tahap I, setelah dilakukan penilaian ⁶⁹ sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh juri maka tahap selanjutnya yaitu mengumumkan pesantren-pesantren mana saja yang berhasil lolos kemudian dituangkan kedalam suatu Surat Keputusan tentang daftar pesantren berhasil menjadi Juara Tahap I tingkat kecamatan. Para pesantren yang dinyatakan sebagai juara Tingkat kecamatan kemudian akan mendapatkan hadiah dari pemerintah

³ Provinsi Jawa Barat berupa uang tunai untuk bantuan penguatan modal usaha. Selain mendapatkan hadiah uang untuk penguatan modal usaha, pesantren yang juara di tingkat kecamatan juga berhak mendapatkan fasilitas pelatihan dan magang juga pendampingan usaha untuk lebih mengembangkan usaha yang dijalankannya.

⁴ Audisi tahap I pada pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut sesuai dengan pernyataan Cutlip, Center & Broom (2009: 389) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi yang mendukung program aksi dan komunikasi salah satunya adalah dengan ¹ Memberikan informasi kepada publik internal dan eksternal tentang suatu tindakan. Artinya, pada audisi tahap I ini pihak UPTD P3W selaku pelaksana memberikan informasi kepada peserta (publik eksternal) untuk melakukan tindakan yakni mengikuti semua prosedur tahap I sebagai peserta ¹⁴ program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahap selanjutnya ³ dalam pelaksanaan komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP) adalah **Pelatihan dan Magang**. Tahap ini diberikan kepada pesantren sebagai fasilitas untuk ¹³ menyelesaikan permasalahan yang menyangkut pengetahuan, keterampilan maupun sikap yang benar dalam mengembangkan bisnis berbasis pesantren dengan menggunakan metode yang tepat. Adapun tujuan dilaksanakannya pelatihan dan magang adalah ⁵⁵ agar pesantren dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai tinggi, baik di pasar domestik maupun internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kegiatan pelatihan dan magang juga

melibatkan unsur ABCGM seperti akademisi untuk menjadi pengajar dan memberikan materi juga pelaku usaha yang memberikan sharing tentang tips berwirausaha maupun tentang materi-materi lain yang relevan terhadap usaha yang sedang dijalankan oleh pesantren.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan komunikasi langsung atau tatap muka dan biasanya berbentuk pemberian materi dan informasi-informasi penting dari pengajar One Pesantren One Product (OPOP). Kemudian untuk kegiatan magang dilaksanakan di pesantren *role model* dan pada kegiatan tersebut akan ada *sharing* tentang bisnis dari pesantren *role model*, juga pelaku usaha sehingga diharapkan kegiatan ini akan memicu peserta untuk terus mengembangkan produk dan usahanya masing-masing.

Kegiatan Pelatihan dan magang juga diselenggarakan sebagaimana dengan materi yang sudah di sesuaikan dengan kategori pesantren (*start up* dan *scale up*) itu sendiri. Bagi pesantren yang masuk ¹ pada kategori *scale-up* akan mendapatkan materi tentang pengembangan bisnis, manajemen strategis, pengemasan, strategi bisnis, program pemasaran, operasional perusahaan, hingga manajemen keuangan. Sedangkan untuk pesantren dengan kategori *start up*, materi pelatihan meliputi mindset kewirausahaan, pemetaan potensi diri, *business plan*, *marketing*, strategi pasar, hingga tips dan *sharing* di lingkungan peantren role model juga pembahasan pemasaran secara online. Pemberian materi berdasarkan kategorisasi ¹ yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat

tersebut bertujuan untuk memberikan materi pelatihan yang tepat kepada para peserta sesuai dengan kondisi usaha pesantrennya masing-masing.

Berdasarkan hasil penelitian, materi yang disampaikan oleh pengajar mencakup pengetahuan dasar maupun *soft skill* pesantren yang diberikan sebagai bekal untuk melaksanakan usaha pesantren kedepannya, metode yang digunakan dalam pelatihan dan magang ini secara umum berupa kuliah tatap muka atau pemberian informasi dan teori-teori terkait bisnis, juga pemberian tugas dan Lembar kerja sesuai arahan dari UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. Dengan dilakukannya metode kuliah tatap muka pada kegiatan pelatihan, maka peserta pada tahap ini diberikan tugas dan latihan agar dapat mengembangkan ilmu yang sudah didapatkan. Karena bentuk pelatihan merupakan komunikasi langsung atau tatap muka, peserta dan pengajar dapat saling bertukar informasi dan melakukan *sharing* bisnis dengan satu sama lain sehingga akan memperkaya informasi mengenai usaha juga memotivasi agar terus mengembangkan usaha yang dimiliki masing-masing pesantren.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan magang yang melibatkan pengajar, peserta dan pendamping program One Pesantren One Product (OPOP) ini selaras dengan pernyataan Denis McQuail dalam (Roskina & Haris, 2020 : 11) yang menyebutkan bahwa proses komunikasi dalam masyarakat berlangsung dalam 6 tingkatan yang salah satu tingkatannya adalah Komunikasi dalam kelompok atau kegiatan komunikasi yang berlangsung di antara suatu kelompok. Pada tingkatan

ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi. Pada kegiatan pelatihan dan magang, seluruh pihak yang terlibat berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok seperti : pengajar yang bertugas untuk memberikan materi, peserta yang mendapatkan materi, dan pendamping yang mendampingi jalannya program One Pesantren One Product (OPOP).

Tahap berikutnya dalam pelaksanaan komunikasi ialah **Pendampingan Usaha**. Pendampingan usaha merupakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk mengembangkan pesantren melalui bimbingan, konsultasi dan advokasi dalam mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan pengembangan usaha. Berdasarkan hasil penelitian, pada kegiatan pendampingan ini permasalahan-permasalahan yang dialami pesantren ketika menjalankan usahanya akan dibantu dan diberikan bimbingan sesuai dengan porsi dan kebutuhannya masing-masing. Salah satu contohnya adalah ketika pesantren belum memiliki izin usaha, sertifikasi halal, serta kemasan yang belum maksimal maka pihak pelaksana program One Pesantren One Product (OPOP) akan memberikan pendampingan melalui bimbingan, konsultasi juga advokasi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Pendampingan usaha pada ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan hal yang penting untuk dilakukan karena ¹⁰³ pendampingan usaha merupakan salah satu upaya Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk memberikan bantuan berupa arahan, dukungan kepada pesantren-pesantren di Jawa Barat dalam menjalankan usahanya, sehingga dengan adanya pendampingan usaha ini diharapkan pesantren-pesantren dapat mengembangkan usahanya dan membuat pesantren dapat mandiri secara ekonomi. Hasil temuan menjelaskan bahwa pada pendampingan usaha ini, pendamping memiliki peran yang penting dalam kemajuan usaha para peserta ²⁶ program One Pesantren One Product (OPOP), tugas utama pendamping adalah mendampingi peserta program One Pesantren One Product (OPOP) dari awal hingga akhir. Pendamping ibarat mentor juga *reminder* bagi peserta dalam menjalankan seluruh rangkaian program serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam seluruh proses yang sedang dilakukan ¹²¹ dalam program One Pesantren One Product (OPOP).

Kegiatan pendampingan usaha ini kemudian sejalan dengan pernyataan (Effendy, 2003:55) tentang tujuan komunikasi yang salah satunya adalah ²⁵ mengubah perilaku (*to change the behavior*), menurutnya setelah memperoleh suatu informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi. Pada kegiatan pendampingan usaha, setelah melewati berbagai macam pendampingan

diharapkan para peserta dapat mengubah perilaku untuk lebih berusaha mengembangkan usahanya, karena fasilitas pendampingan usaha sudah dilakukan maka harapannya, para peserta program One Pesantren One Product (OPOP) dapat mengimplementasikan hal-hal yang ada dalam pendampingan tersebut untuk lebih mengembangkan usaha yang ada di pesantrennya masing-masing.

Langkah berikutnya setelah pemberian fasilitas pelatihan dan magang juga pendampingan usaha adalah **Audisi Tahap II**. Penilaian pada Audisi Tahap II merupakan penilaian pada tingkat Kabupaten atau Kota yang dilakukan melalui penilaian proposal usaha serta wawancara. Pada Audisi Tahap II ini, peserta akan menjadi juara tingkat kabupaten atau kota apabila dapat memenuhi rubrik penilaian yang sudah ditetapkan oleh Tim juri. Adapun penilaian yang harus dipenuhi di audisi tahap II meliputi kemajuan proposal usaha yang telah dibuat peserta, hasil *post test* dalam kegiatan pelatihan dan magang, penilaian dari masing-masing pendamping, hasil wawancara dengan para juri, juga kehadiran para peserta ketika pelaksanaan program berlangsung. Berdasarkan hasil penelitian, pihak UPTD P3W memilih juara tingkat kabupaten atau kota mengacu pada kategori *start up* dan *scale up*, apabila ke lima komponen tersebut dapat dipenuhi dan mendapatkan nilai yang baik, maka para peserta dapat menjadi juara di tingkat daerah Kabupaten atau Kota.

Audisi tahap II pada pelaksanaan ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut sejalan dengan Abidin (2015:106) bahwa pergerakan atau

pelaksanaan dalam manajemen komunikasi ³¹ adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas. Artinya, pada audisi tahap I ini seluruh pihak yang ² terlibat dalam program One Pesantren One Product (OPOP) harus berusaha keras agar dapat mencapai tujuan ² program One Pesantren One Product (OPOP).

Langkah selanjutnya dalam pelaksanaan komunikasi adalah melakukan **Visitasi Lapangan**. Hal ini dilakukan untuk membuktikan kebenaran serta memverifikasi apakah kondisi usaha pesantren sudah sesuai dengan proposal usaha yang sudah dipresentasikan oleh para peserta program One Pesantren One Product (OPOP). Visitasi lapangan biasanya dilakukan ketika selesai audisi Tahap II tingkat Kabupaten atau Kota menuju ke tingkat Provinsi atau Audisi Tahap III. Hal itu dilakukan sebagai bentuk verifikasi apakah hal-hal yang disampaikan oleh perwakilan pesantren sudah sesuai atau belum dengan kondisi lapangan di pesantrennya masing-masing.

Visitasi lapangan juga dilakukan guna menghindari hal-hal yang tidak terduga seperti adanya kebohongan atau kekeliruan yang disampaikan oleh perwakilan pesantren. Visitasi penting dilakukan karena besaran hadiah yang akan diterima oleh pesantren di tingkat provinsi jumlahnya besar, sehingga perlu ketelitian dari semua pihak (juri, LO, pendamping) untuk memutuskan siapa pesantren yang berhak mendapatkan fasilitas tersebut.

Pelaksanaan visitasi lapangan pada tahapan pelaksanaan komunikasi program One pesantren One Product (OPOP) ini selaras dengan Abidin (2015:60) yang mengemukakan ⁶⁴ hal yang harus ada dalam konsep aksi dan komunikasi, diantaranya adalah tindakan nyata. Pada tindakan nyata, proses pelaksanaan ⁷ mengambil langkah strategis dan taktis berdasarkan analisa SWOT, yang salah satu pertimbangannya adalah target jangka waktu. Visitasi lapangan merupakan ⁶⁹ salah satu langkah strategis dan taktis yang dilakukan oleh ⁶⁰ Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam pelaksanaan program One Pesantren One Product (OPOP), dengan melakukan visitasi lapangan, pemerintah ¹¹⁹ dapat menghindari hal-hal yang tidak terduga dan meminimalisir ketika sedang dalam proses pelaksanaan program.

Tahap selanjutnya dalam pelaksanaan komunikasi program OPOP adalah **Audisi Tahap III** atau tingkat Provinsi. Penilaian pada Audisi Tahap III meliputi penilaian proposal usaha, wawancara dan tinjauan lapangan atau visitasi lapangan. Berdasarkan hasil temuan penelitian, penilaian pada Audisi tahap III atau audisi tingkat provinsi meliputi kemajuan proposal usaha yang telah dibuat peserta dari audisi tahap I, II dan III, kemudian presentasi dan juga wawancara tentang produk dan usahanya kepada para Tim Juri, dan terakhir adalah tinjauan lapangan atau visitasi. Jika ke tiga syarat tersebut terpenuhi dan memiliki nilai serta peringkat yang baik, maka pesantren tersebutlah yang menjadi juara di tingkat provinsi dan mendapatkan fasilitas berupa piagam penghargaan, serta uang tunai untuk penguatan modal usaha.

Rangkaian terakhir dalam pelaksanaan ³ program One Pesantren One Product (OPOP) adalah **Temu Bisnis dan Gelar Produk**. Kegiatan ini merupakan lanjutan dari Audisi Tahap III. Temu Bisnis dan Gelar produk ini merupakan tahapan terakhir yang pada praktiknya ada kegiatan penjurian audisi tahap III sekaligus pengumuman juara tingkat provinsi. Pada acara temu bisnis dan gelar produk juga hadir para *off taker* atau *buyer* yang akan melihat produk-produk apa saja yang ada pada ⁴ program One Pesantren One Product (OPOP).

Berdasarkan hasil penelitian, temu bisnis dan gelar produk merupakan rangkaian akhir dalam pelaksanaan ²⁶ program One Pesantren One Product (OPOP). Temu **bisnis dan** gelar produk ini bertujuan untuk menjembatani antara pihak Pondok Pesantren dengan mitra ABCGM, *off taker*, juga pengusaha-pengusaha ternama di tanah air. Pada temu bisnis dan gelar produk, pondok pesantren dapat menggelar pameran untuk memperkenalkan produk yang dihasilkannya sehingga para *off taker* dan ABCGM bisa melihat apa saja produk yang dipamerkan, dan jika *off taker* tertarik untuk membeli maka dapat melakukan transaksi pada kegiatan ini. Hasil penelitian menyebutkan bahwa pada kegiatan temu bisnis dan gelar produk ini memiliki tujuan agar dapat tercipta ¹³ **kemitraan dengan dunia usaha, kemitraan antar pesantren dan kemitraan lainnya dalam rangka pemasaran produk**. Selain itu, dengan dilaksanakannya temu bisnis dan gelar produk juga diharapkan dapat tercipta jalinan kerjasama antara pondok pesantren dengan *off taker* dan

mitra ABCGM sehingga akan terjalin kerjasama kemitraaan yang menguntungkan antara *off taker* atau *buyer* dengan pondok pesantren.

Pelaksanaan temu bisnis dan gelar produk pada tahapan pelaksanaan komunikasi program One pesantren One Product (OPOP) ini selaras dengan pernyataan Harry Irwan (1994) dalam (Soedarsono & Suparmo, 2020 : 48) tentang definisi Manajemen Komunikasi, yang menyebutkan bahwa Manajemen Komunikasi adalah proses yang menggunakan manusia, keuangan, dan sumber teknik yang berfungsi membentuk komunikasi antar perusahaan dan perusahaan dengan publiknya. Dengan demikian, manajemen komunikasi mengatur dan mengelola komunikasi sumber daya (individu, organisasi, dan teknikal) serta proses komunikasi digunakan untuk memfasilitasi kegiatan komunikasi ke dalam aktivitas perusahaan. Kegiatan temu bisnis dan gelar produk melibatkan banyak pihak mulai dari pemerintah selaku pengelola program, peserta, pendamping, *off taker* dan Mitra ABCGM, oleh karenanya penggunaan berbagai sumber daya baik itu manusia, keuangan dan teknik merupakan salah satu hal yang penting dan harus dimanfaatkan semaksimal mungkin agar terciptanya berbagai kemitraan yang menguntungkan semua pihak sehingga hasil akhirnya dapat mencapai tujuan perusahaan atau dalam hal ini tujuan program One Pesantren One Product (OPOP).

4.3.4 Evaluasi Komunikasi ¹ UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat pada Program One Pesantren One Product

Evaluasi merupakan tahapan yang dibutuhkan untuk memantau jalannya suatu program. Evaluasi dilakukan oleh UPTD P3W selaku pelaksana ³ Program One Pesantren One Product (OPOP) untuk mengetahui sejauh mana *progress* atau kemajuan ¹² dari program One Pesantren One Product (OPOP) dan memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan ⁴⁵ ini tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. ⁷⁸ Abidin (2015:61) mengemukakan bahwa kegiatan evaluasi harus dapat diukur untuk menentukan tingkat efektivitas perencanaan, implementasi dan dampak terhadap organisasi.

Tahap evaluasi komunikasi merupakan tahapan terakhir yang dilakukan dalam rangkaian ¹ program One Pesantren One Product (OPOP). Berdasarkan hasil temuan, tahap evaluasi komunikasi pada program One Pesantren One Product (OPOP) terbagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu melakukan *monev* atau monitoring evaluasi, melaksanakan kajian kelayakan, dan menyusun laporan akhir tahun kepada Gubernur Jawa Barat.

Langkah pertama dalam evaluasi komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan melakukan **monitoring evaluasi** atau *monev*. ⁶² Monev atau Monitoring dan Evaluasi merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan dalam tahapan Evaluasi Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP). Monitoring dilakukan guna melihat perkembangan kemajuan

para peserta pada program One Pesantren One Product (OPOP), dimulai dari kapasitas produksi, total omset setelah mengikuti program, dan terakhir Sarana Prasarana yang digunakan ketika memproduksi produk-produk yang akan dipasarkan oleh pesantren. Berdasarkan hasil temuan, pihak UPTD P3W selaku pelaksana program juga akan terus melakukan perbaikan juga modifikasi untuk membuat program lebih baik lagi.

Metode yang digunakan oleh UPTD P3W selaku pelaksana program pada monev adalah dengan metode *random sampling*, artinya belum semua pesantren dapat dilakukan monev sesuai dengan apa yang seharusnya dilaksanakan. Kegiatan monev ini dilakukan dengan harapan usaha-usaha yang dijalankan oleh pesantren terus berkembang dan terus maju dan berjalan dengan baik. Hasil temuan penelitian menjelaskan bahwa indikator keberhasilan monev yang dilakukan oleh UPTD P3W diukur dengan seberapa banyak jumlah pesantren yang terdaftar dan mengikuti ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP), sehingga pihak UPTD P3W menilai bahwa ¹ program One Pesantren One Product (OPOP) sudah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan karena sampai dengan tahun 2023 ini jumlah pesantren yang terdaftar mengikuti program ini sudah melewati target, yang semula targetnya adalah 5000 pesantren namun ternyata berdasarkan data, tahun 2023 ini total sudah 5018 pesantren yang tercatat sudah mengikuti program One Pesantren One Product (OPOP).

Pelaksanaan monitoring evaluasi tersebut sejalan dengan pernyataan Cangara (2013:148) tentang jenis Evaluasi²¹ yakni Evaluasi program/ evaluasi sumatif (*summative evaluation*) dan Evaluasi manajemen/evaluasi formatif (*formative evaluation*). Cangara (2013:148) menyatakan bahwa evaluasi program/summatif⁶ berfokus untuk melihat sejauhmana tujuan akhir ingin dicapai dari suatu kegiatan, apakah terpenuhi atau tidak. Kemudian fokus untuk melakukan modifikasi tujuan program dan strategi. Sedangkan evaluasi manajemen/formatif berfokus terhadap pencapaian operasional kegiatan berupa apakah hal yang dilakukan masih dalam tataran rencana yang telah ditetapkan semula. Apakah pelaksanaan kegiatan berjalan lancar atau tidak. Apakah usaha yang dilakukan mengalami kemajuan atau tidak. Apakah ada hambatan atau kemacetan yang ditemui dalam operasional atau tidak. Bagaimana cara mengatasinya, apakah cara memodifikasi langkah-langkah yang akan diambil, apakah mengurangi atau menambah komponen yang bisa memperlancar jalannya kegiatan.

Berdasarkan pernyataan Cangara (2013:148) mengenai jenis evaluasi tersebut, kegiatan monitoring dan evaluasi yang dilakukan pada program One Pesantren One Product (OPOP) jelas termasuk kepada jenis evaluasi program/sumatif, Berdasarkan hasil temuan, monev yang dilakukan bertujuan untuk melihat perkembangan kemajuan pada³ program One Pesantren One Product (OPOP) dan melihat apakah program OPOP yang dilaksanakan tersebut sudah

sesuai dengan tujuan akhir ingin dicapai. Selain itu, pihak UPTD P3W juga terus berupaya untuk melakukan perbaikan dan melakukan berbagai modifikasi pada tahap pelaksanaannya agar dapat membuat program lebih baik dan lebih efektif.

Tahap kedua adalah dengan melakukan **kajian kelayakan** program yang dilakukan bersama akademisi. Berdasarkan hasil temuan penelitian, kajian kelayakan bersama akademisi merupakan salah satu upaya untuk mengevaluasi program One Pesantren One Product (OPOP). Kajian kelayakan tersebut bertujuan untuk mempelajari secara mendalam tentang program One Pesantren One Product (OPOP) yang sedang berjalan. Pada kajian kelayakan ini juga dilakukan kolaborasi antara pihak UPTD P3W dan Universitas Padjadjaran untuk meneliti secara sungguh-sungguh data informasi yang ada dalam program One Pesantren One Product (OPOP). Apabila kemudian ada hal-hal yang dirasa harus diperbaiki dan ditingkatkan agar program lebih baik, maka pihak UPTD P3W akan melaksanakan perubahan-perubahan tersebut demi mewujudkan program One Pesantren One Product (OPOP) yang lebih efektif.

Kegiatan kajian kelayakan pada evaluasi komunikasi program tersebut sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Cutlip Center & Broom (2011: 419) bahwa: “Evaluasi program berperan dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi untuk menilai efektivitas.” Dalam hal ini, dengan adanya kolaborasi bersama team akademisi atau pihak Universitas Padjadjaran tentu banyak informasi-informasi baru khususnya hal-hal terkait teoretikal yang tidak

dikuasai oleh UPTD P3W. Kolaborasi pada kajian kelayakan ini juga dapat membuat ⁷⁷ Program One Pesantren One Product (OPOP) menjadi lebih baik lagi karena team dari Universitas Padjadjaran ⁴⁶ meneliti secara sungguh-sungguh data ⁷² informasi yang ada dalam program One Pesantren One Product (OPOP), sehingga dimungkinkan adanya perbaikan dan inovasi baru pada ⁵ program One Pesantren One Product (OPOP) setelah kajian kelayakan dilakukan.

Tahapan terakhir dalam Evaluasi ² program One Pesantren One Product (OPOP) adalah dengan **menyusun laporan akhir** yang akan diserahkan kepada Gubernur Jawa Barat. Laporan akhir tahun juga merupakan salah satu bentuk Evaluasi Komunikasi ²⁸ program One Pesantren One Product (OPOP). Penyusunan laporan akhir **tahun** yang nantinya akan diserahkan kepada Gubernur bertujuan agar Gubernur selaku pimpinan Provinsi Jawa Barat mengetahui gambaran umum tentang jalannya ⁸¹ program One Pesantren One Product (OPOP), sehingga Gubernur dapat mengevaluasi apakah ³ program One Pesantren One Product (OPOP) memiliki kebermanfaatan yang nyata dan ⁶³ sudah sesuai dengan target dan tujuan yang telah ditetapkan. Penyusunan laporan akhir tahun yang harus dilakukan juga tertuang dalam BAB VI Pasal 17 ⁴ Peraturan Gubernur Jawa Barat No 24 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan One Pesantren One Product (OPOP) yang menyatakan bahwa ¹²⁰ Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Pemerintah Daerah Provinsi ¹³ menyampaikan laporan pelaksanaan kegiatan program OPOP kepada Gubernur secara periodik setiap tahun dan/atau sesuai kebutuhan. Oleh karenanya laporan akhir tahun

merupakan salah satu yang harus dilakukan agar program ⁵ One Pesantren One Product dapat berjalan dengan baik dan efektif.

Kegiatan penyusunan laporan akhir tahun yang diserahkan pada Gubernur tersebut selaras dengan apa yang diungkapkan oleh Cutlip Center & Broom (2011: 420) tentang dua tahapan yang harus dijalankan oleh organisasi salah satunya yakni *Feedback and Program Adjustment* ²⁰ (Umpan balik dan penyesuaian), *Feedback and Program Adjustment* adalah bagaimana hasil evaluasi akan dilaporkan ke manajer program dan dipakai untuk membuat perubahan program. Dalam hal ini, penyusunan laporan akhir tahun penting agar Gubernur selaku pimpinan Provinsi Jawa Barat mengetahui gambaran umum tentang jalannya ⁸¹ program One Pesantren One Product (OPOP), sehingga Gubernur dapat ⁴ mengevaluasi apakah program One Pesantren One Product (OPOP) sudah sesuai rencana dan sesuai dengan tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan.

4.3.5 Teori Manajemen Makna Terkoordinasi

¹⁵ Pada penelitian ini peneliti menggunakan Kajian Teori *Coordinated Management of Meaning* (CMM) atau Teori Manajemen Makna Terkoordinasi untuk mengkonfirmasi temuan yang peneliti lakukan. Penelitian ini berfokus pada Manajemen Komunikasi yang digunakan oleh UPTD P3W pada ⁴ Program One Pesantren One Product (OPOP). Manajemen Komunikasi yang dimaksud adalah ⁷¹ bagaimana komunikasi dikelola sedemikian rupa dengan mengaitkan beberapa

fungsi manajemen dalam mengaplikasikan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal agar dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi.

Peneliti menggunakan Teori Manajemen Makna Terkoordinasi karena secara umum teori ini memiliki pandangan bahwa manusia selalu berkoordinasi untuk mengelola pesan-pesan yang dimaknai dalam kegiatan komunikasi. Teori Manajemen Makna Terkoordinasi yang digagas oleh W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen (1980) ini juga menjelaskan bahwa orang-orang berkomunikasi berdasarkan aturan, dan aturan tersebut tidak hanya membantu kita dalam berkomunikasi, tetapi juga dalam menginterpretasikan apa yang dikomunikasikan orang lain pada kita. Teori ini berfokus pada diri dan hubungannya dengan orang lain, serta mengkaji bagaimana seorang individu memberikan makna pada sebuah pesan. Selain itu, tujuan dicetuskannya teori ini adalah agar dapat membantu menjelaskan bagaimana individu saling menciptakan makna dalam sebuah percakapan.

Apabila dikaitkan dengan penelitian Manajemen Komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP), teori ini jelas memiliki keterkaitan yang erat karena dalam proses Manajemen Komunikasi program OPOP, sejak tahap awal pendefinisian masalah, perencanaan komunikasi, hingga evaluasi komunikasi berkomunikasi seluruh pihak yang terlibat dalam program OPOP, saling berkomunikasi berdasarkan aturan dan seluruh proses yang ada dalam program

One Pesantren One Product (OPOP) juga tidak terlepas dari aturan-aturan yang harus dilakukan.

³⁸ Teori Manajemen Makna Terkoordinasi berfokus pada diri dan hubungannya dengan orang lain, serta mengkaji bagaimana seorang individu memberikan makna pada sebuah pesan. Teori ini juga berfokus pada hubungan antara individu dengan masyarakatnya.

Teori ini memiliki 3 (tiga) asumsi yang apabila dikaitkan dengan penelitian Manajemen Komunikasi ⁶⁰ program One Pesantren One Product (OPOP), antara lain sebagai berikut :

- ⁴⁹ 1. Manusia hidup dalam berkomunikasi. Asumsi pertama ini merupakan pentingnya komunikasi. Ini menjelaskan bahwa ⁴⁹ realitas sosial yang terjadi di dalam kehidupan sehari-hari di dasarkan pada komunikasi. Pada penelitian Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) ini tentu berkaitan dengan asumsi Manusia hidup dalam berkomunikasi, artinya sejak tahap pendefinisian masalah, ¹¹⁸ perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi dan Evaluasi komunikasi seluruhnya menggambarkan realitas sosial yang terjadi dan di dalamnya tentu ada berkaitan ada proses ⁹⁴ komunikasi
- ⁷⁵ 2. Manusia saling menciptakan realitas sosial. Asumsi kedua ini merujuk pada keyakinan seseorang mengenai bagaimana makna dan tindakan sesuai atau tepat dalam sebuah interaksi sosial. ⁴⁷ Realitas sosial (*social reality*) mengacu pada pandangan seseorang mengenai bagaimana makna dan tindakan sesuai

dengan interaksi interpersonalnya. Pada penelitian Manajemen Komunikasi ² Program One Pesantren One Product (OPOP) seluruh pihak yang terlibat dalam program ini tentu saling menciptakan realitas sosial. Rangkaian proses Manajemen Komunikasi yang melibatkan banyak pihak akan menciptakan berbagai makna dan tindakan dalam proses komunikasi yang ada di ⁵⁷ program One Pesantren One Product (OPOP). Realitas sosial yang terjadi pada pelaksanaan program OPOP tersebut juga mengacu pada pandangan seluruh pihak yang terlibat dalam program tentang ⁵⁴ bagaimana makna dan tindakan sesuai dengan interaksi interpersonal pihak-pihak yang terlibat.

- ³⁰ 3. Transaksi Informasi bergantung kepada makna pribadi dan interpersonal. Asumsi ketiga ini berkaitan dengan cara orang mengendalikan percakapan. Pada dasarnya, transaksi informasi tergantung pada makna pribadi dan interpersonal, makna pribadi (*personal meaning*) didefinisikan sebagai makna yang dicapai ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain sambil membawa pengalamannya yang unik kedalam interaksi. Pada penelitian ini, transaksi informasi yang berlangsung pada ⁵⁷ program One Pesantren One Product (OPOP) juga ¹³² bergantung kepada makna pribadi dan interpersonal ¹⁰⁴ pihak-pihak yang terlibat dalam program ini, artinya setiap pihak yang terlibat memiliki persepsi serta makna pribadi dan interpersonalnya masing-masing yang tidak bisa disamaratakan antara satu dengan lainnya. Setiap pihak yang terlibat

mempunyai personal meaning yang unik dengan pengalaman juga cara pandangnya masing-masing.

³¹ Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka dapat terlihat bahwa Teori Manajemen Makna Terkoordinasi dapat menggambarkan dengan jelas tentang bagaimana Manajemen Komunikasi ¹ Program One Pesantren One Product (OPOP) yang dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan, peneliti menarik kesimpulan mengenai Manajemen Komunikasi pada Program One Pesantren One Product (OPOP) sebagai berikut :

1. Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) dimulai dengan tahap *defining public problem* atau pendefinisian masalah. Tahap ini dilakukan guna mengetahui latar belakang suatu program serta mendapatkan informasi-informasi yang penting dan relevan untuk keberlangsungan program One Pesantren One Product (OPOP). Pada tahapan ini, terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat : yaitu pertama dengan melakukan Identifikasi kajian Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) periode 2018-2023, kedua melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dan terakhir dengan Identifikasi pendataan pesantren di Jawa Barat.
2. Kegiatan perencanaan komunikasi pada Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) terdiri dari : *mapping* pada pesantren *role model*, melaksanakan sinergi *pentahelix* ABCGM, melaksanakan perekrutan dan bimtek pendamping One Pesantren One Product (OPOP), melakukan

sosialisasi dan publikasi program One Pesantren One Product (OPOP), serta melaksanakan perekrutan tim seleksi dan tim juri.

3. Pelaksanaan Komunikasi pada Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) terbagi menjadi 8 (delapan) bagian, yaitu : 1) melaksanakan rekrutmen dan pendaftaran online, 2) melaksanakan Audisi tahap I, 3) melaksanakan pelatihan dan magang, 4) melakukan pendampingan usaha, 5) melaksanakan Audisi tahap II, 6) melakukan visitasi lapangan, 7) melaksanakan Audisi tahap III, dan 8) melaksanakan temu bisnis dan gelar produk

4. Tahapan Evaluasi Komunikasi pada Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) merupakan salah satu upaya untuk mengukur dan menilai keberhasilan Program One Pesantren One Product (OPOP). Evaluasi Program One Pesantren One Product (OPOP) dilakukan dengan 3 (tiga) cara yakni melakukan monev atau monitoring evaluasi, melaksanakan kajian kelayakan, dan menyusun laporan akhir tahun kepada Gubernur Jawa Barat.

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) yang dilaksanakan oleh UPTD P3W Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat telah terealisasi dengan baik serta telah menerapkan empat langkah manajemen komunikasi yang digagas oleh Cutlip, Center & Bloom. Manajemen

komunikasi yang dimaksud adalah dengan cara mengelola berbagai proses komunikasi dan mengaitkan beberapa fungsi manajemen pada pengaplikasian berbagai penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal agar dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi.

Keberhasilan penerapan Manajemen Komunikasi Program One Pesantren One Product (OPOP) tersebut dapat dilihat dari banyaknya pesantren yang mengikuti program One Pesantren One Product (OPOP), total pada tahun 2023 tercatat 5018 pesantren telah mengikuti program ini dan hal tersebut sudah melampaui jumlah target sasaran, meskipun pada pelaksanaannya pasti ada beberapa kendala yang harus diatasi dan segera ditanggulangi agar program One Pesantren One Product (OPOP) dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

5.2 Saran atau Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan, berikut ini adalah beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan serta bahan pertimbangan, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Pada tahapan pendefinisian masalah ketika melakukan identifikasi pendataan pesantren di Jawa Barat harus betul-betul dilakukan dengan detail dan data-data yang mumpuni dengan memperhatikan kondisi faktual di lapangan, hal tersebut dilakukan agar dapat memaksimalkan potensi-potensi pesantren yang

- ada di Jawa Barat ketika melaksanakan program One Pesantren One Product (OPOP)
2. Pada kegiatan perencanaan komunikasi untuk pelaksanaan sinergi *pentahelix* ABCGM harus dilakukan dengan maksimal serta melakukan kolaborasi-kolaborasi yang tepat agar tercipta kemitraan-kemitraan yang dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak baik itu peserta program One Pesantren One Product (OPOP) maupun unsur ABCGM sehingga tujuan-tujuan yang ada pada program ini dapat tercapai. Kemudian dalam perekrutan tim seleksi dan tim juri independensi tim seleksi dan tim juri harus lebih diperhatikan serta dijaga dengan baik agar meminimalisir hal-hal kurang baik pada program One Pesantren One Product (OPOP).
 3. Pada pelaksanaan kegiatan pelatihan dan magang selain pemberian materi mengenai bisnis dan wirausaha juga harus ditambahkan materi tentang ekspor produk, sehingga ketika peserta program One Pesantren One Product (OPOP) ada kesempatan untuk mengekspor produknya ke luar negeri, para peserta sudah mempunyai ilmu yang mumpuni tentang ekspor produk karena sebelumnya telah mendapatkan pembekalan pada kegiatan pelatihan dan magang program One Pesantren One Product (OPOP).
 4. Pada tahapan Evaluasi Komunikasi program One Pesantren One Product (OPOP) akan lebih baik jika kegiatan monev dilakukan secara menyeluruh dan tidak hanya dengan metode sampling, hal tersebut perlu dilakukan untuk

memantau lebih lanjut keadaan dan keberadaan usaha para peserta program One Pesantren One Product (OPOP), apakah usahanya masih berjalan dan terus berkembang atau mengalami hambatan dan kendala, dengan monev menyeluruh maka permasalahan-permasalahan yang dialami oleh para peserta dapat ditangani dengan baik.

Tesis Ghina Dwi Novia MIK

ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

28%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.fdk.uinsgd.ac.id Internet Source	5%
2	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	3%
3	www.sarahgita.com Internet Source	1%
4	journal.ikopin.ac.id Internet Source	1%
5	aaki.or.id Internet Source	1%
6	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
7	www.scribd.com Internet Source	1%
8	123dok.com Internet Source	1%
9	opop.jabarprov.go.id Internet Source	1%

10	jabar.bpk.go.id Internet Source	<1 %
11	diskuk.jabarprov.go.id Internet Source	<1 %
12	opop.jatimprov.go.id Internet Source	<1 %
13	peraturan.bpk.go.id Internet Source	<1 %
14	ciayumajakuning.pikiran-rakyat.com Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1 %
16	bappeda.jabarprov.go.id Internet Source	<1 %
17	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
18	goldgeneration.net Internet Source	<1 %
19	www.rahmahuda.com Internet Source	<1 %
20	docplayer.info Internet Source	<1 %
21	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %

22	www.inilahkoran.com Internet Source	<1 %
23	repository.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
24	id.scribd.com Internet Source	<1 %
25	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
26	knks.go.id Internet Source	<1 %
27	jabarekspres.com Internet Source	<1 %
28	journal.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
29	www.idntimes.com Internet Source	<1 %
30	digilib.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
31	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
33	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %

34	pasca.unila.ac.id Internet Source	<1 %
35	www.idxchannel.com Internet Source	<1 %
36	jabar.tribunnews.com Internet Source	<1 %
37	jabarprov.go.id Internet Source	<1 %
38	bloggergagals.blogspot.com Internet Source	<1 %
39	etheses.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
40	ejournal.upbatam.ac.id Internet Source	<1 %
41	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
42	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
44	www.medcom.id Internet Source	<1 %
45	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %

46	docobook.com Internet Source	<1 %
47	es.scribd.com Internet Source	<1 %
48	bekasi.tribunnews.com Internet Source	<1 %
49	hayatoworld.blogspot.com Internet Source	<1 %
50	bogor.tribunnews.com Internet Source	<1 %
51	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
52	republika.co.id Internet Source	<1 %
53	tribunjabarwiki.tribunnews.com Internet Source	<1 %
54	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
55	dataindonesia.id Internet Source	<1 %
56	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
57	www.suarasurabaya.net Internet Source	<1 %

58	www.sonora.id Internet Source	<1 %
59	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
60	inspirasi.bpsdm.jabarprov.go.id Internet Source	<1 %
61	www.detik.com Internet Source	<1 %
62	dosyin.blogspot.com Internet Source	<1 %
63	issuu.com Internet Source	<1 %
64	jurnal.umt.ac.id Internet Source	<1 %
65	nanopdf.com Internet Source	<1 %
66	pijarcakrawala.blogspot.com Internet Source	<1 %
67	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
68	tvberita.co.id Internet Source	<1 %
69	www.bangkalankab.go.id Internet Source	<1 %

70	m.tribunnews.com Internet Source	<1 %
71	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
72	Dwi Nasihatul Lailiyah, Sri Andriani. "Pengaruh Tax Morale, Tax knowledge dan E-Tax System dengan Sanksi Pajak sebagai Variabel Moderating terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi", Owner, 2023 Publication	<1 %
73	aepnurulhidayat.wordpress.com Internet Source	<1 %
74	diskopukm.jatimprov.go.id Internet Source	<1 %
75	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
76	repository.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
77	infocovid19.jatimprov.go.id Internet Source	<1 %
78	library.moestopo.ac.id Internet Source	<1 %
79	repository.unsub.ac.id Internet Source	<1 %

sada.upnjatim.ac.id

80

Internet Source

<1 %

81

dishut.jabarprov.go.id

Internet Source

<1 %

82

ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id

Internet Source

<1 %

83

ekonomi.bisnis.com

Internet Source

<1 %

84

seni.co.id

Internet Source

<1 %

85

ubl.ac.id

Internet Source

<1 %

86

widuri.raharja.info

Internet Source

<1 %

87

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

88

jatim.bpk.go.id

Internet Source

<1 %

89

repository.pip-semarang.ac.id

Internet Source

<1 %

90

Nur Atnan. "FENOMENA KORUPSI PEJABAT PUBLIK DI JAWA BARAT", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2014

Publication

<1 %

91	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
92	komunitaspr.wordpress.com Internet Source	<1 %
93	tirto.id Internet Source	<1 %
94	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
95	agentaruhan.com Internet Source	<1 %
96	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
97	library.stmikgici.ac.id Internet Source	<1 %
98	ojs.unida.ac.id Internet Source	<1 %
99	surabaya.tribunnews.com Internet Source	<1 %
100	www.bphn.go.id Internet Source	<1 %
101	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
102	www.kodesjabar.com	

Internet Source

<1 %

103 www.scilit.net
Internet Source

<1 %

104 Wulan Y.C., Yasmi Y., Purba C., Wollenberg E..
"Analisa konflik: sektor kehutanan di
Indonesia 1997-2003", Center for International
Forestry Research (CIFOR), 2004
Publication

<1 %

105 cellulernews.blogspot.com
Internet Source

<1 %

106 e-journal.uajy.ac.id
Internet Source

<1 %

107 humaspolresbantul.blogspot.com
Internet Source

<1 %

108 id.123dok.com
Internet Source

<1 %

109 majalengka.radarcirebon.com
Internet Source

<1 %

110 mochamadhamzahmawalidi.blogspot.com
Internet Source

<1 %

111 perpustakaan.bnn.go.id
Internet Source

<1 %

112 qdoc.tips
Internet Source

<1 %

113	www.nuruliman.or.id Internet Source	<1 %
114	www.syekhnurjati.ac.id Internet Source	<1 %
115	ahmadalim.blogspot.com Internet Source	<1 %
116	bandung.bisnis.com Internet Source	<1 %
117	beritabogor.com Internet Source	<1 %
118	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	<1 %
119	dosenekonomi.com Internet Source	<1 %
120	jipp.jabarprov.go.id Internet Source	<1 %
121	mediaindonesia.com Internet Source	<1 %
122	pasundan.jabarekspres.com Internet Source	<1 %
123	qoidul.blogspot.com Internet Source	<1 %
124	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %

125	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
126	zulfaidah-indriana.blogspot.com Internet Source	<1 %
127	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
128	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
129	journals.synthesispublication.org Internet Source	<1 %
130	Sirojul Munir, Anifatul Aufah, Kuati Septiani, Syifa Tazkiy Fauziah. "Analisis Dan Rancang Bangun Prototype Web Marketplace UMKM Juara", Jurnal Teknologi Terpadu, 2020 Publication	<1 %
131	digilib.iain-jember.ac.id Internet Source	<1 %
132	ika-yuning.blogspot.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off