

**TURUS CARD: E-MONEY PONDOK PESANTREN DENGAN PENDEKATAN  
STRENGTHS, OPPORTUNITIES, ASPIRATIONS, RESULT (SOAR)**

**M. Rifki Priatna, Fita Nurotul Faizah**

<sup>1</sup> UIN Walisongo Semarang, priatna1425@gmail.com

<sup>2</sup> UIN Walisongo Semarang, fitanurotul.faizah@walisongo.ac.id

**Abstract**

*The purpose of this study was to determine the implementation of the use of e-money turus-card at the Islamic Education Center of the Turus Pandeglang Islamic Boarding School Foundation with the analysis of the Strengths, Opportunities, Aspirations, Result or SOAR method. This type of research is field research with qualitative methods. The data sources are primary including interviews and observations and secondary with documentation. The results showed that e-money at Turus Islamic Boarding School is a solution to facilitate economic transactions, recording and reporting that is faster and more practical. T-Card e-money is included in the open loop category because it functions as a means of payment and chip-based registered type because the user's identity and the value of the money in it are recorded in the holder's card and registered with the issuer. T-Card in Islamic economic perspective uses sarf contract, wadi'ah contract, qard contract, sale and purchase contract (al-bay'), and ijarah contract. Meanwhile, the results of the SOAR method analysis obtained alternative strategies that can be used, namely SA Strategy (Strength-Aspiration), SR Strategy (Strength-Result), OA Strategy (Opportunity-Aspiration), OR Strategy (Opportunity-Result). Furthermore, pesantren can take advantage of existing opportunities to achieve optimal results. If the policy of utilizing the potential in the pesantren fails to be carried out, then the benefits of progress will only stay there and not develop, and will even be left behind due to the changing times that are increasingly advanced.*

**Keywords: Card, E-mone, Pesantren, SOAR, Turus**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi penggunaan e-money turus-card di Pusat Pendidikan Islam Yayasan Pondok Pesantren Turus Pandeglang dengan analisis metode Strengths, Opportunities, Aspirations, Result atau SOAR. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Adapun sumber datanya adalah primer meliputi wawancara dan observasi dan sekunder dengan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-money di Pondok Pesantren Turus merupakan solusi untuk mempermudah transaksi ekonomi, pencatatan dan pelaporan yang lebih cepat dan praktis. T-Card e-money termasuk dalam kategori *open loop* karena berfungsi sebagai alat pembayaran dan tipe registered berbasis chip sebab identitas pengguna dan nilai uang yang ada di dalamnya terekam dalam kartu pemegang dan terdaftar pada penerbit. T-Card dalam perspektif ekonomi Islam menggunakan akad sarf, akad wadi'ah, akad qard, akad jual beli (*al-bay'*), dan akad *ijarah*. Sementara pada hasil analisis metode SOAR diperoleh alternatif strategi yang dapat digunakan yakni Strategi SA (*Strength-Aspiration*), Strategi SR (*Strength-Result*), Strategi OA (*Opportunity-Aspiration*), Strategi OR (*Opportunity-Result*). Selanjutnya, pesantren dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai hasil yang optimal. Jika kebijakan pemanfaatan potensi di Pesantren gagal dilakukan, maka manfaat kemajuan hanya akan bertahan sampai disitu saja dan tidak berkembang, bahkan malah akan tertinggal karena perubahan zaman yang semakin maju.

**Keywords: kartu, E-money, Pesantren, SOAR, Turus**

## 1. PENDAHULUAN

*Cashless payment* atau pembayaran non tunai dewasa ini semakin diminati masyarakat. Adanya perkembangan sistem perekonomian dan teknologi mampu mentransformasikan sistem pembayaran transaksi secara cash menjadi *cashless payment* dengan sebuah kartu elektronik yang disebut dengan *e-money*. Bank Indonesia mencatat antusiasme masyarakat Indonesia sebagai pengguna *e-money* dalam kurun waktu empat tahun meningkat signifikan, yaitu 167.205.578 pada tahun 2018, kemudian meningkat meningkat 292.299.320 tahun 2019, hingga tahun 2020 mencapai 432.281.380, kini pada November 2021 mencapai 558.959.664. Kondisi tersebut dilatarbelakangi oleh Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak awal Agustus 2014. Tujuannya adalah menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan penggunaan sarana pembayaran non tunai, sehingga di masa depan terbentuk *Cashless Society* di bidang ekonomi (Hastuti & Suhadak, 2019). Kemudian, dalam rangka mensukseskan misi tersebut, Bank Indonesia melalui GNNT berupaya melibatkan beberapa lembaga (S. Fatimah & Suib, 2019; Kismawadi, 2023b), penerapan layanan keuangan berbasis digital dan transaksi *e-money*, pemanfaatannya membantu meningkatkan pelayanan pesantren, menciptakan lingkungan *cashless society*, serta *paperless offices* yang dapat mengefisienkan data, serta menunjang kegiatan kepesantrenan berjalan dengan optimal. Adanya sistem elektronisasi pembayaran dapat mengatasi permasalahan pengembangan ekonomi di Pondok Pesantren dengan memberikannkemudahan transaksi, kelancaran, keamanan, efektifitas dan efisiensi transaksi serta mengoptimalkan keuntungan pada bisnis pesantren (Budiman, 2021; Dzikrulloh, 2018; Kamal et al., 2022). Salah satu Lembaga yang juga menerapkannya ialah Pesantren seperti pondok pesantren Turus Pandeglang Banten.

*E-money* sebagai *cashless payment* di pondok pesantren Turus disebut dengan *Turus-Card* atau disingkat *T-Card* yang merupakan inovasi sejak tahun 2019. Hal ini dilandasi adanya siklus transaksi yang cepat dengan jumlah tidak sedikit. Sehingga, pembayaran secara tunai dan manual dirasa kurang efektif. Tidak hanya itu, penggunaan *e-money* juga bertujuan untuk meminimalisir dampak negatif penyalahgunaan uang saku dan mengurangi jumlah kasus kehilangan uang tunai, mempermudah transaksi, pencatatan serta cepat dalam penyajian laporan. Sementara itu, *fungsi T-Card* meliputi alat transaksi belanja santri, kartu identitas santri, dan kartu pembayaran *syahriyah* dari orang tua wali santri. Selain santri, pedagang setempat, pengelola pondok pesantren juga tercatat sebagai pengguna T-Card. Namun sayangnya

pengguna aktif barulah santri.

Perkembangan *e-money* di Pondok Pesantren Turus tentu tidak terlepas dari kontradiksi. Santri yang merupakan tokoh utama pengguna T-Card menyebutkan terdapat kemudahan dan efisiensi waktu dalam transaksi. Senada dengan ini, pedagang jajanan di asrama putri yaitu Masnong Fathonah (Pedagang/Mitra T-Card) pun memberikan pernyataan demikian. Sayangnya, aplikasi ini terkadang eror bahkan mengharuskan mendownload ulang sehingga merepotkan dan mengganggu proses transaksi. Pondok Pesantren Turus mengharuskan santrinya untuk menggunakan *e-money* T-Card sehingga jumlah pengguna *e-money* berdasarkan data dari Sekretariat pertanggal 30 Desember 2022 berjumlah sebanyak 2.757 orang, yang terdiri dari 1382 santri laki-laki dan 1375 santri perempuan. Namun demikian, terdapat beberapa kelebihan T-Card diantaranya memberikan keamanan dan kondusifitas santri, lembaga mendapatkan sumbangsih dari mitra dengan adanya biaya 5% dari setiap pencairan yang dilakukan oleh mitra ke bank Turus. Kemudian bagi orang tua dapat memberi batasan limit belanja, sehingga dapat menekan tingkat konsumtif santri agar tidak boros dan dapat memonitoring saldo/uang jajan anaknya karena sistemnya dapat dilihat secara online dari rumah wali santri (Arianto, 2022; Ati et al., 2020; Kismawadi, 2023a; Midesia et al., 2016).

Pondok Pesantren Turus perlu memanfaatkan potensi akan adanya keunggulan di atas, agar tujuan dari penerapan uang elektronik ini bisa dicapai dengan maksimal. Maka dibutuhkan analisis terhadap proses yang sedang dijalani untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut. Analisis yang bisa digunakan adalah analisis SOAR. SOAR merupakan kerangka baru untuk perencanaan strategis. Menurut Stavros dan Hinrichs SOAR adalah kerangka perencanaan strategis dengan pendekatan yang berfokus pada kekuatan dan mencari untuk mengerti keseluruhan sistem dengan memasukkan suara dari *stakeholder* yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk membangun masa depan melalui kolaborasi, pemahaman bersama dan komitmen untuk bertindak (Iskandar & Kurlillah, 2023; Stavros & Saint, 2010).

Adanya penelitian ini dapat membantu organisasi, Lembaga, Yayasan maupun pondok pesantren yang menerapkan penggunaan *e-money* di tempatnya. Sehingga mendukung pengambilan keputusan dalam memperkirakan cara terbaik untuk menentukan suatu strategi dan halapa yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi tersebut sehingga dapat membantu pengembangan program penggunaan *e-money* di PondokPesantren. Berdasarkan deskripsi di atas, penulis tertarik untuk

melakukan pendalaman dari segi ekonomi Islam terhadap penggunaan *e-money* Turus Card dengan mengkaji potensi yang dimiliki Pondok Pesantren Turus Pandeglang dalam menerapkan *e-money* Turus Card sebagai alat transaksi pembayaran.

Secara umum, diskusi mengenai *e-money* di pondok pesantren bukanlah pertama. Terdapat beberapa penelitian terdahulu, seperti (Dzikrulloh, 2018), (S. Fatimah & Suib, 2019) (L. Fatimah & Aminah, 2021), (Syahroni & Ubaidi, 2018) dan (Niswa, 2021). Namun, hal berbeda pada penelitian ini dibanding penelitian sebelumnya adalah studi kasus dan lokasinya serta kelengkapan penjelasan praktek penerapannya berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Kemudian penelitian yang akan ditulis menjelaskan objek *e-money* yang digunakan di Pesantren Turus adalah *e-money Turus-Card* terlebih dengan melakukan analisis SOAR. Diantara hal yang menarik lainnya adalah adanya kehadiran kemajuan teknologi digital di tengah tradisi pesantren salaf sebagai bagian dari responsifitas pesantren terhadap perkembangan dunia digital. Bahkan adaptasi digital ini bukan sekedar respons pesantren saja, melainkan akan sangat membantu pada kemudahan manajemen administrasi pesantren. Dengan demikian, pondok pesantren menjadi tempat pendidikan yang tepat dalam membentuk karakter santri yang dapat melahirkan manusia handal dan professional.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Tujuannya untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti (Chiu, 2018). Adapun data diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Data primer bersumber langsung dari Project Manager dan Staf Operasional Uang Elektronik Turus Card melalui tahap wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung berupa dokumen laporan, jurnal penelitian, buku-buku, brosur-brosur dan artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan analisis SOAR (Ramdhani et al., 2020).

SOAR berasal dari Lawrence Techological University (USA) yang dikembangkan oleh Dr. Jacqueline M Stravos (Sriyono & Sistarani, 2020). Metode ini merupakan alternatif pengembangan dari metode SWOT (Sriyono & Sistarani, 2020). Karakteristik dari kerangka SOAR ialah kemampuannya untuk mengundang perwakilan stakeholders ke dalam percakapan strategis dan proses perencanaan. (Senjawati, 2019) menyebutkan bahwa tahapan SOAR meliputi: penentuan *strengths*,

*opportunities, aspirations, result* dan menentukan langkah-langkah kongkrit untuk mencapai kondisi tersebut.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pondok pesantren Turus Pandeglang meskipun pada dasarnya merupakan pondok salaf yang kental dengan nilai-nilai klasik keagamaan pesantren melalui kajian-kajian kitab kuning klasik namun juga bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman yang ada. Salah satu upayanya adalah dengan menerapkan layanan keuangan berbasis digital dan transaksi uang elektronik (*e-money*). Elektronisasi sistem pembayaran yang diterapkan di Pondok Pesantren Turus Pandeglang disebut *e-money* Turus-Card atau T-Card. T-Card merupakan metode yang dibuat dengan berbasis teknologi yang mengintegrasikan “pembayaran dengan menggunakan QR Code (*Quick Response Code*) dalam sebuah kartu kepada kasir/kantin dengan sistem digital”. Metode yang dimaksud adalah sistem pembayaran dengan menggunakan aplikasi yang menggunakan jaringan komputer. Uang tersebut memiliki nilai yang Prabayar yakni sejumlah nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit yang kemudian disimpan dalam suatu media elektronik yang mana akan berkurang pada saat pemilik kartu menggunakannya untuk pembayaran. Melalui program ini, transaksi keuangan bisnis pondok pesantren yang bekerjasama dengan para mitra pedagang di lingkungan pondok tidak menggunakan uang tunai, melainkan menggunakan Turus-Card.

Produk Turus-Card merupakan inovasi baru yang mulai diterapkan di pondok pesantren sejak tahun 2019. Semua santri diwajibkan menggunakan Turus-Card sebagai alat transaksi pembayaran belanja/jajan. Hal ini tertuang dalam tata tertib berupa kewajiban santri di Pondok Pesantren Turus pasal II ayat 10 (Pandeglang, 2021). Maka dari itu semua santri merupakan nasabah dari Turus-Card baik tingkatan Ibtidaiyah, Tsanawiyah maupun Aliyah. Transaksi layanan keuangan digital tersebut dapat digunakan untuk pembayaran transaksi belanja santri. Hal ini tentu lebih memudahkan santri dan pesantren dalam pengelolaan keuangan.

#### **a. Implementasi T-Card di Pondok Pesantren Turus Pandeglang**

Hasil penelitian mendeskripsikan implementasi penggunaan uang elektronik T-Card yang digunakan sebagai alat transaksi pembayaran di Balai Pendidikan Islam Yayasan Pondok Pesantren Turus Pandeglang bahwa Pondok Pesantren Turus bertindak sebagai pihak principal yang berperan sebagai issuer dan acquirer yang

bertanggungjawab terhadap pengelolaansistem anggotanya. *E-money* digunakan sebagai kartu belanja santri yang difungsikan juga sebagai kartu identitas santri. Dengan begitu, santri sebagai cardholder yang bertindak sebagai pengguna kartu dari uang elektronik *e-money* Turus-Card. Oleh karena Pesantren yang berperan selayaknya Bank semua transaksi dan aktivitas penggunaan Turus-Card tercatat di kantor tersebut maka semua penerapan dan hasil yang diperoleh dapat ditentukan oleh Pesantren Turus itu sendiri. Sehingga Pesantren Turus melakukannya secara independen. Hasil temuan ini berbeda dengan penelitian Sofian Syaiful Rizal (2021) dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pengelolaan Belanja Santriwati Melalui E-Bekal Di Pondok Pesantren Nurul Jadid Wilayah Al-Hasyimiyah” yang dilakukan di Pondok Pesantren Nurul Jadid, yang dalam pengelolaannya melakukan kerja sama dengan Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah dan PT TKI (Teknologi Kartu Indonesia) dengan menggunakan system berbasis Pedatren (Pengelolaan data pesantren) (Rizal et al., 2021). Penerapan *e-money* di Pondok Pesantren Turus dilakukan melalui beberapa tahap yaitu: pertama, inisiator dan pihak pengelola merencanakan pengaplikasian *e-money* Turus-Card, lalu mempresentasikannya kepada Yayasan Pondok Pesantren terkait solusi uang elektronik. Kemudian proses pengajuan administrasi dan RAB terkait implementasi digitalisasi alat tukar transaksi. Kedua, perancangan dan pembuatan serta uji Aplikasi Android dan Smart Card untuk transaksi digitalisasi alat tukar transaksi. Ketiga, sosialisasi dan penerapan pada lingkungan Pondok Pesantren Turus (Arianto, 2022).

Mengacu pada fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah yang telah merumuskan peraturan terkait *e-money* yang ada di Indonesia, dalam fatwa tersebut poin kelima tentang ketentuan biaya layanan fasilitas uang elektronik menyebutkan bahwa: “Dalam penyelenggaraan uang elektronik, penerbit dapat mengenakan biaya layanan fasilitas uang elektronik kepada pemegang”. Biaya uang elektronik (*e-money*) Turus-Card yang dikenakan adalah pembuatan kartu dan biaya pencairan atau penukaran/konversi dari uang elektronik dengan mata uang rupiah. Biaya tersebut sudah dijelaskan oleh pengelola *e-money* Turus-Card pada tahap sosialisasi, dan biaya pencairan hanya dibebankan pada mitra atau pedagang yang sudah bekerjasama dengan pihak pondok. Biaya pembelian kartu sebesar Rp. 25.000,00 untuk dua kartu, satu untuk santri dan satu untuk orang tua/wali santri. Biaya pencairan sebesar 5% dari setiap dana yang dicairkan, misalnya pencairan Rp. 1.000.000,00 maka biaya pencairannya adalah sebesar Rp. 50.000,00. (Arianto, 2022)

Prosedur wali santri dalam melakukan pengiriman uang bulanan dan belanja santri via transfer, sebagai berikut: 1. Wali santri melakukan pengiriman uang pembayaran bulanan dan uang belanja santri ke nomor rekening Yayasan yang sudah diinformasikan kepada wali santri. Nomor rekening adalah milik Yayasan dengan bank yang digunakan adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Jumlah pembayaran disesuaikan dengan tanggungan dan kebutuhan biaya santri. Dengan rincian pembayaran bulanan sebesar 600.000 untuk uang bulanan santri (*in the cost*), dan besaran biaya lainnya termasuk untuk tabungan dan saldo *Turus-Card* santri. Dan setiap melakukan transfer wali santri wajib melakukan konfirmasi kepada pihak Yayasan dengan melampirkan rincian alokasi biaya via WhatsApp. 2. Kemudian uang yang dikirim oleh wali santri akan tertampung di Giro pesantren. Lalu petugas kantor Yayasan akan menginput dana transferan tersebut sesuai dengan rincian yang dikirimkan wali santri. 3. Setelah uang tersebut diinput ke tabungan, santri bisa melakukan *top up* pada kartu *Turus-Card* santri. 5. Kartu yang sudah terisi uang dapat langsung bisa digunakan untuk dibelanjakan.

Santri juga bisa melakukan penarikan dengan ketentuan bahwa santri akan berhenti dari pondok, mempunyai kepentingan di luar pesantren dan melakukan pembayaran di klinik atau rumah sakit tempat berobat. Dikarenakan kartu *Turus-Card* santri ini tidak bisa di gunakan di luar pesantren. Dan tidak semua pedagang yang ada di Pondok telah menjadi mitra *Turus-Card*, untuk itu pesantren membagi uang santri ada yang disimpan di tabungan yang bisa diambil jika dalam keperluan tertentu yang membutuhkan uang tunai. Termasuk untuk keperluan yang membutuhkan dana besar maka bisa diambil dari tabungan dan/atau dari kartu *Turus-Card* santri.

Prosedur pelaksanaan operasional *E-money* T-Card berlangsung melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Santri melakukan Top Up (pengisian ulang) di kasir yang telah ditentukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Turus, top up ini tidak dibatasi, disesuaikan dengan dana tabungan milik masing-masing santri. Pelanggan yang ingin melakukan top up, membawa uang tunai sejumlah yang diinginkan untuk masuk ke saldo *Turus-Card* pelanggan. Biasanya pengisian ini dilakukan oleh orang tua/wali santri. Pengisian bisa dilakukan melalui transfer antar bank ke rekening Yayasan Pondok Pesantren yakni nomor rekening bank Syariah Indonesia (BSI) lalu konfirmasi ke admin Yayasan yang kemudian akan diproses sesuai konfirmasi tersebut. Atau bisa langsung ke kantor dengan menyerahkan uang tunai ke petugas lalu petugas akan

- meng-input-nya sesuai kepada akun yang dituju.
2. Santri melakukan transaksi menggunakan Turus-Card hanya pada mitra-mitra yang terdaftar pada Pondok Pesantren Turus.
  3. Transaksi dilakukan dengan cara scan Qrcode menggunakan Ponsel Pintar Mitra terhadap Turus-Card santri, lalu memasukkan nominal transaksi santri, dan kemudian santri memasukkan kode PIN yang dimilikinya pada aplikasi mitra.
  4. Proses transfer dana antar sesama pemilik kartu bisa dilakukan apabila dibutuhkan. Dalam hal ini santri bisa langsung mengirimkan saldo ke temannya sesama pemegang kartu Turus-Card melalui petugas kantor Yayasan.
  5. Proses pencairan dana yang ada pada aplikasi mitra dapat dilakukan di kasir yang telah ditetapkan Yayasan Pondok Pesantren Turus. bagi merchat/pedagang, pencairan ini bisa dilakukan apabila pemilik warung sudah mengajukan pencairan pada akun warungnya kepada kantor/penerbit melalui *Hand Phone*-nya masing-masing. Kemudian petugas kantor akan memprosesnya sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Melihat deskripsi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *e-money* di pondok pesantren pandeglang ini memberikan kontribusi serupa dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rofiki, 2022) dalam jurnalnya yang berjudul “Digitalisasi Keuangan Baitul Mall Santri (E-BMS) di Pondok Pesantren Miftahul Ulum Panyeppeen” hal ini karena mereka sama-sama menggunakan sistem keuangan digital dalam mengelola keuangan santri, Pesantren Turus Pandeglang menggunakan T-Card dan Pesantren Miftahul Ulum Panyeppeen menggunakan e-BMS. Kontribusi tersebut yakni kemudahan transaksi, manajemen administrasi pesantren seperti pencatatan dan pelaporan yang lebih praktis, serta mengurangi hal negatif yang tidak diinginkan akibat penyalahgunaan uang tunai. Meskipun masih terdapat kendala dalam aplikasi T-Card tersebut seperti yang dijelaskan sebelumnya. Selain itu menurut (Saifuddin & Fathony, 2023) dengan mengimplementasikan uang elektronik, Pesantren telah membawa perubahan di era digital juga secara tidak langsung memberikan kontribusi terhadap negara, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mengatasi ketidaktahuan, meningkatkan peluang uang elektronik yang nantinya akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan stabilitas kegiatan pesantren.



**b. T-Card di Pondok Pesantren Turus Pandeglang dengan Pendekatan SOAR**

Berdasarkan implementasi T-Card di atas, maka dapat dirumuskan kondisi sesungguhnya dalam bingkai SOAR yakni *strenght*, *opportunities*, *aspiration* dan *result*.

**Tabel 1. Matrik SOAR Turus Card**

<p style="text-align: center;"><b>Internal</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Eksternal</b></p>	<p><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efektif dan efisien bagi pengguna</li> <li>2. Kemudahan mengoperasikan aplikasi</li> <li>3. Membantu manajemen keuangan santri</li> <li>4. SDM yang mumpuni</li> <li>5. Meminimalisir risiko kehilangan uang</li> </ol>	<p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya regulasi yang mendukung penggunaan <i>e-money</i> , baik dari Bank Indonesia maupun Majelis Ulama Indonesia</li> <li>2. Akses dan fasilitas internet yang cukup mumpuni</li> <li>3. Masyarakat secara umum mampu mengakses layanan T-Card</li> <li>4. Masyarakat Muslim Indonesia merupakan pasar potensial</li> <li>5. Penerapan teknologi terbaru seiring perkembangan IT</li> <li>6. Lembaga mendapatkan sumbangsih dari mitra (sebesar 5% setiap pencairan oleh mitra)</li> </ol>
<p><b>Aspiration</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melatih kedisiplinan santri dalam penggunaan uang jajan.</li> <li>2. Membantu pengembangan pondok pesantren.</li> <li>3. Membantu mengontrol mitra usaha</li> <li>4. Memperkenalkan identitas pondok</li> <li>5. Meningkatkan target pasar yang dituju</li> </ol>	<p><b>S-A</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyederhanakan fitur layanan (S1,S2,A1,A3)</li> <li>2. Melakukan promosi yang massif untuk menarik minat konsumen (S1,S2,S4,A2,A4,A5)</li> <li>3. Melakukan pelatihan-pelatihan untuk ningkatkan kualitas SDM (S4, O2,O4,O5)</li> </ol>	<p><b>O-A</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjalin hubungan baik dengan mitra (O6,A2,A5)</li> <li>2. Melakukan kerjasama dengan pihak luar untuk meningkatkan jumlah mitra (O1,O3,O4,O5,O6,A2,A5)</li> <li>3. Mewajibkan stakeholder Ponpes (tidak hanya santri dan pedagang) untuk menggunakan T-Card (O1,O2,O3,A4,A5)</li> <li>4. Meningkatkan kualitas produk untuk mengurangi risiko error dll. (O2,O3,A2,A5)</li> </ol>
<p><b>Result</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan jumlah pengguna.</li> <li>2. Peningkatan jumlah pencairan dana dari mitra.</li> <li>3. Memiliki Bank Turus</li> <li>4. Peningkatan pelayanan oleh petugas kantor Yayasan.</li> </ol>	<p><b>S-R</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah variasi/fitur yang dibutuhkan (S2,S4,S5,R1,R2)</li> <li>2. Memaksimalkan kegiatan pemasaran diberbagai saluran pemasaran (S4,R1,R2)</li> <li>3. Memberikan <i>service excellent</i> bagi pengguna dan calon pengguna (S4, R4)</li> </ol>	<p><b>O-R</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan upgrade fitur layanan sesuai perkembangan IT (O5,R1,R2)</li> <li>2. Memanfaatkan media social untuk menemukan pangsa pasar baru (O1,O2,O3,O4.R1,R2,R4)</li> <li>3. Memberikan reward berupa potongan harga atau diskon bagi pelanggan dan mitra loyal (O3,O4,R1,R2)</li> <li>4. Meningkatkan jaminan keamanan bagi pengguna (O3,O4,R1,R2)</li> </ol>

Sumber: Data diolah 2022

### **Strategi SA (Strength-Aspiration)**

Strategi S-A adalah strategi yang diperoleh antara Strengths (kekuatan) dan Aspirations (aspirasi). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mencapai aspirasi yang diharapkan oleh Praketa Kopi. Dengan adanya strategi ini diharapkan kekuatan yang dimiliki oleh Praketa Kopi akan dapat disalurkan secara optimal untuk mencapai aspirasi. Strategi S-A yang dapat dilakukan meliputi:

1. Menyederhanakan fitur layanan (S1,S2,A1,A3). Fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Turus Card. Oleh karena pengguna T-Card lebih banyak siswa atau santri, maka fitur yang sederhana menjadi suatu kebutuhan. Adapun fitur yang tersedia sudah mencakup aspek penting dalam T-Card, dari beranda, menu transaksi, dana akun. Namun, perlu penyederhanaan kembali pada menu tampilan transaksi. Hal ini senada dengan (Abrilia & Sudarwanto, 2020) yang menyebutkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi.
2. Melakukan promosi yang massif untuk menarik minat konsumen (S1,S2,S4,A2,A4,A5). Hal ini diperlukan untuk menambah kekuatan dari T-Card mengingat pengguna *e-money* tersebut mencakup semua lini dalam lingkungan Pondok Pesantren ini. (Islamiah et al., 2020) menjelaskan jika promosi memiliki pengaruh dalam mendorong minat pengguna *E-money*.
3. Melakukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (S4, O2,O4,O5). Tujuannya untuk mempermudah operasional dan kesuksesan pada T-Card. (Bariqi, 2018) menegaskan jika pengembangan sangat diperlukan karena memiliki aspek yang penting bagi peningkatan produktivitas suatu perusahaan.

### **Strategi SR (Strength-Result)**

Strategi S-R adalah strategi yang diperoleh antara Strengths (kekuatan) dan Results (hasil). Strategi ini dibuat untuk mewujudkan kekuatan untuk mencapai hasil yang terukur. Strategi S-R yang dapat dilakukan meliputi:

1. Menambah variasi/fitur yang dibutuhkan (S2,S4,S5,R1,R2). Fitur yang dimaksud adalah fitur layanan islami seperti jadwal sholat. Hal ini dimungkinkan mengingat mayoritas pengguna T-Card adalah lingkungan pondok pesantren, sehingga merupakan bagian dari identitas (Aini et al., 2022).
2. Memaksimalkan kegiatan pemasaran diberbagai saluran pemasaran (S4,R1,R2).

Melihat belum meratanya pengguna T-Card, maka kegiatan ini menjadi suatu hal yang penting, karena pangsa pasar dari T-Card sendiri mencakup seluruh elemen di lingkungan pondok pesantren tersebut.

3. Memberikan *service excellent* bagi pengguna dan calon pengguna (S4, R4). Tujuannya menciptakan kesan baik, sehingga muncullah pengguna baru dan terciptanya loyalitas pengguna lama. Seperti halnya memperbaiki aplikasi yang sering terjadi trouble untuk ditingkatkan kembali, sehingga memberi kenyamanan bagi pengguna (Putri et al., 2021).

### **Strategi OA (Opportunity-Aspiration)**

Strategi O-A adalah strategi yang diperoleh antara Opportunities (peluang) dan Aspirations (aspirasi). Strategi ini dibuat untuk mengetahui dan memenuhi aspirasi dari setiap stakeholder yang berorientasi kepada peluang yang ada. Strategi O-A yang dapat dilakukan meliputi:

1. Menjalin hubungan baik dengan mitra (O6,A2,A5). Dampak yang diharapkan adalah adanya kerjasama keberlanjutan. Sehingga, T-Card semakin berkembang, seperti dengan pedagang.
2. Melakukan kerjasama dengan pihak luar untuk meningkatkan jumlah mitra (O1,O3,O4,O5,O6,A2,A5). Hampir sama dengan poin pertama, namun bedanya adalah ini kerjasama dengan pihak luar, seperti UMKM lainnya.
3. Mewajibkan stakeholder pondok pesantren (tidak hanya santri dan pedagang) untuk menggunakan T-Card (O1,O2,O3,A4,A5), seperti orang tua santri.
4. Meningkatkan kualitas produk untuk mengurangi risiko error dan sebagainya (O2,O3,A2,A5).

### **Strategi OR (Opportunity-Result)**

Strategi O-R adalah strategi yang diperoleh antara Opportunities (peluang) dan Results (hasil). Strategi ini berorientasi kepada peluang untuk mencapai hasil yang sudah terukur. Strategi O-R yang dapat dilakukan meliputi:

1. Melakukan upgrade fitur layanan sesuai perkembangan IT (O5,R1,R2)
2. Memanfaatkan media sosial untuk menemukan pangsa pasar baru (O1,O2,O3,O4,R1,R2,R4). Untuk mempermudah pemasaran dan menambah pangsa pasar baru, maka media social menjadi alternative solusi. Karena, dewasa ini media social menjadi peluang besar dalam pertukaran informasi.
3. Memberikan *reward* berupa potongan harga atau diskon bagi pelanggan dan mitra

loyal (O3,O4,R1,R2). Sama halnya yang dilakukan oleh aplikasi lain, maka hal demikian juga dapat dilakukan oleh T-Card guna mendorong pengguna mengoperasikan T-Card lebih sering.

4. Meningkatkan jaminan keamanan bagi pengguna (O3,O4,R1,R2). Hal ini dikarenakan basic dari T-Card adalah pengembangan teknologi, sehingga faktor keamanan menjadi urgent, sehingga pengguna merasa aman untuk bertransaksi dengan T-Card tersebut.

Hasil analisis di atas merupakan alternative strategi yang dapat diterapkan di pondok esantren Pandegalang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hati et al., 2021). Hal ini karena keduanya sama-sama menggunakan keempat strategi alternatif yang dapat digunakan yakni Strategi SA (Strength-Aspiration), Strategi SR (Strength-Result), Strategi OA (Opportunity-Aspiration), Strategi OR (Opportunity-Result).

#### 4. KESIMPULAN

Penerapan *E-money* T-Card di Pondok Pesantren Turus Pandeglang Banten sudah dimulai sejak tahun 2019. Pengaplikasian *e-money* tersebut tidak jauh berbeda dengan *e-money* pada umumnya. Hal yang membedakan adalah fitur layanan yang lebih spesifik karena berhubungan dengan operasional pondop pesantren dengan pelakunya adalah masyarakat di sekitar pondok pesantren, meliputi santri, asatidz dan pedagang. Adapun potensi *e-money* T-Card diantaranya adalah adanya peraturan yang mendukung, adanya akses dan fasilitas internet yang cukup mumpuni, penyediaan infrastruktur yang mumpuni, dan lembaga mendapatkan sumbangsih dari mitra dengan adanya potongan biaya 5% dari setiap pencairan yang dilakukan oleh mitra ke bank Turus. Meskipun demikian, masih terdapat hambatan dalam penerapannya, seperti adanya masalah dalam jaringan internet (padam, internet eror), rendahnya partisipasi masyarakat, dan kekhawatiran terhadap tingkat keamanan. Melihat kondisi demikian, Pesantren perlu melakukan analisis terhadap kondisi strategis *e-money* T-Card tersebut. Berdasarkan analisis SOAR, Pesantren dapat mengambil alternatif strategi yang dapat digunakan yakni Strategi SA (*Strength-Aspiration*), Strategi SR (*Strength-Result*), Strategi OA (*Opportunity-Aspiration*), Strategi OR (*Opportunity-Result*). Urutan strategi yang digunakan dapat opsional, sesuai dengan kebutuhan pengembangannya. Alternative strategi ini dimaksudkan untuk memberi kemudahan pada Pesantren dalam mengelola *E-money* T-card. Sehingga dapat memberikan dampak efektif dan signifikan

terhadap pengembangan Pondok Pesantren.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012. <https://doi.org/10.26740/JPTN.V8N3.P1006-1012>
- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 493–503. <https://doi.org/10.32528/NMS.V1I3.83>
- Arianto, N. (2022). *Project Manager E-Money T-Card, Pondok Pesantren Turus. Pondok Pesantren Pandeglang.*
- Ati, A., Shabri, M., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the effects of customer satisfaction and bank reputation on the relationship between services quality and loyalty of islamic banking customers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25.
- Bariqi, M. D. (2018). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 64–69. <https://doi.org/10.21107/JSMB.V5I2.6654>
- Budiman, I. (2021). The islamic perspective on the improvement of family economy in the new normal. *Samarah*, 5(1). <https://doi.org/10.22373/sjkh.v5i1.8389>
- Chiu, C. (2018). Analisis Strategi SOAR PT. XYZ dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Baku Kimia Untuk Industri Tekstil, Kayu, Pakaian Dan Deterjen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/JMBK.V2I2.4837>
- Dzikrulloh, D. (2018). Optimalisasi Bisnis Pondok Peantren Dengan Elektronisasi Sistem Pembayaran Studi Kasus Pondok Pesantren Nurul Amanah Bangkalan. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 6(02), 1–8. <https://doi.org/10.31102/EQUILIBRIUM.6.02.1-8>
- Fatimah, L., & Aminah, S. (2021). Manajemen Layanan Khusus Unit Koperasi Berbasis E-Money pada Pondok Pesantren Modern di Jawa Timur. *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 3(2), 185–202. <https://doi.org/10.35719/JIEMAN.V3I2.72>
- Fatimah, S., & Suib, M. S. (2019). Transformasi Sistem Pembayaran Pesantren Melalui E-Money Di Era Digital (Studi Pondok Pesantren Nurul Jadid). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 96. <https://doi.org/10.30659/EKOBIS.20.2.96-108>
- Hastuti, M., & Suhadak, B. S. (2019). Analisis pengaruh GNNT (gerakan nasional non tunai) terhadap nilai transaksi nasabah dan dampaknya terhadap makroekonomi indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 70(1), 53–60.
- Hati, A. P., Srisusilawati, P., & Wijaya, I. M. (2021). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Umrah dengan Menggunakan Metode Analisis SOAR. *Prosiding*

- Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 79–81.  
<https://doi.org/10.29313/SYARIAH.V7I1.24839>
- Iskandar, I., & Kurlillah, A. (2023). Roles of Waqf in Supporting Economy Recovery Post Covid-19 Pandemic. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 10(01), 65–82.
- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., Arrosyad, E., & Kudus, I. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 303–315. <https://doi.org/10.21043/BISNIS.V8I2.9411>
- Kamal, S., Hidayah, N., Junaidi, & Tabrani. (2022). Expectations of Paying Zakat on Profession during the Pandemic. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2).
- Kismawadi, E. R. (2023a). Contribution of Islamic banks and macroeconomic variables to economic growth in developing countries: vector error correction model approach (VECM). *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2022-0090>
- Kismawadi, E. R. (2023b). Improving Islamic bank performance through agency cost and dual board governance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2023-0035>
- Midesia, S., Basri, H., & Majid, M. S. A. (2016). The Effects of Asset Management and Profitability on Stock Returns A Comparative Study between Conventional and Islamic Stock Markets in Indonesia. *Academic Journal of Economic Studies*, 2(3).
- Niswa, H. (2021). Cashless Payment: Potret E-Money Di Pesantren. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 8(2), 141–151. <https://doi.org/10.19105/IQTISHADIA.V8I2.4148>
- Pandeglang, P. T. (2021). *Buku Materi Pedoman Kerja Organisasi Santri Turus (OSIT) & Organisasi Pelajar Pondok Pesantren Turus (OP3T) 2021-2022*. Pondok Pesantren Turus Pandeglang.
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *KEUNIS*, 9(2), 173–183.
- Ramdhani, F. R., Srisusilawati, P., & Ibrahim, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah di Kota Bandung dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 226–230. <https://doi.org/10.29313/SYARIAH.V6I2.22043>
- Rizal, S. S., Qomariyah, H., & Aisyah, F. N. (2021). Strategi Pengelolaan Belanja Santriwati melalui E-Bekal di Pondok Pesantren Nurul Jadid Wilayah Al-Hasyimiyah. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(3), 375–381. <https://doi.org/10.33650/TRILOGI.V2I3.2846>
- Rofiki, A. (2022). Digitalisasi Keuangan Baitul Mall Santri (E-Bms) Di Pondok Pesantren Miftahul Ulum Panyepren. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 211–227.
- Saifuddin, S., & Fathony, A. (2023). Risk Menejemen E-Bekal untuk Meningkatkan Pelayanan pada Santri di Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 293–307. <https://doi.org/10.47467/RESLAJ.V5I2.1444>

- Senjawati, N. D. dalam S. & H. (2009). (2019). *The thin book of SOAR: Building strengths-based strategy*. Thinbook Publishing.
- Sriyono, D. S., & Sistarani, M. (2020). *Manajemen Teknik (Untuk Praktisi Dan Mahasiswa Teknik)*. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Stavros, J. M., & Saint, D. (2010). *SOAR: Linking Strategy and OD to Sustainable Performance*,. A Guide for Leading Change.
- Syahroni, Abd. W., & Ubaidi. (2018). Perancangan Aplikasi E-Money Dan Sms Gateway Untuk Pondok Pesantren Di Daerah Madura. *Jurnal Ilmiah : Lintas Sistem Informasi Dan Komputer (LINK)*, 27(1).