

PERKEMBANGAN INDUSTRI JAMU TRADISIONAL AL-QOMAR DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI PONDOK PESANTREN SUNAN KALIJAGA TAHUN 1997-2015

Alif Arga Kusuma

Jurusan Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: alif.19079@mhs.unesa.ac.id

Wisnu

Jurusan Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya.
Email: wisnuunesa@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan industri jamu tradisional Al-Qomar di Desa Pakuncen, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk, serta pengaruhnya terhadap kehidupan sosial ekonomi Pondok Pesantren Sunan Kalijaga dan masyarakat sekitar pada tahun 1997-2015. Kajian ini penting karena Al-Qomar memperlihatkan transformasi pesantren dari lembaga pendidikan agama menjadi aktor ekonomi berbasis komunitas melalui produksi jamu tradisional. Penelitian menggunakan metode sejarah dengan tahapan heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Sumber penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumen pesantren, data kelembagaan, studi pustaka, serta penelitian terdahulu mengenai jamu, pesantren, dan pemberdayaan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qomar berawal dari praktik kethabiban DR. KH. M. Komari Saifulloh yang kemudian berkembang menjadi industri jamu pesantren. Perkembangan usaha berlangsung melalui tiga fase: fase pertumbuhan awal pada 1997-1999, fase legalisasi dan penguatan kelembagaan pada 2000-2010, serta fase konsolidasi pasar dan adaptasi digital pada 2011-2015. Produk Al-Qomar dibuat dalam bentuk serbuk, kapsul, dan rebus dengan memadukan bahan herbal lokal, proses tradisional, dan nilai spiritual Islam. Industri ini berpengaruh terhadap kemandirian ekonomi pesantren, pemberian layanan pendidikan dan makan bagi santri, penciptaan lapangan kerja, penguatan jaringan alumni, serta pembentukan identitas Desa Pakuncen sebagai ruang produksi jamu tradisional berbasis pesantren.

Kata Kunci: Jamu Al-Qomar; Pesantren; Industri Tradisional; Sosial Ekonomi; Nganjuk

Abstract

Al-Qomar traditional herbal medicine industry in Pakuncen Village, Patianrowo District, Nganjuk Regency, and its influence on the socio-economic life of Sunan Kalijaga Islamic Boarding School and the surrounding community from 1997 to 2015. The study is significant because Al-Qomar demonstrates the transformation of an Islamic boarding school from a religious educational institution into a community-based economic actor through traditional herbal production. This research employs the historical method, consisting of heuristics, source criticism, interpretation, and historiography. The sources include interviews, field observation, institutional documents, literature studies, and previous research on jamu, pesantren, and economic empowerment. The findings show that Al-Qomar originated from the traditional healing practice of DR. KH. M. Komari Saifulloh and later developed into a pesantren-based herbal industry. Its development passed through three phases: initial growth in 1997-1999, legal and institutional strengthening in 2000-2010, and market consolidation with digital adaptation in 2011-2015. Al-Qomar products were made in powder, capsule, and boiled forms by combining local herbal ingredients, traditional processing, and Islamic spiritual values. The industry contributed to pesantren economic independence, educational and food support for students, job creation, alumni-based distribution networks, and the formation of Pakuncen as a local center of pesantren-based herbal production.

Keywords: *Al-Qomar Herbal Medicine; Pesantren; Traditional Industry; Socio-economic Change; Nganjuk*

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia memiliki tradisi pengobatan berbasis tumbuhan yang berlangsung sangat panjang. Jamu tidak hanya hadir sebagai minuman kesehatan, tetapi juga sebagai penanda pengetahuan lokal yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dalam kehidupan masyarakat Jawa, jamu terhubung dengan pengalaman agraris, pemanfaatan pekarangan, praktik merawat tubuh, serta keyakinan bahwa alam menyediakan bahan penyembuhan bagi manusia.¹ Oleh karena itu, sejarah jamu tidak dapat dilepaskan dari perubahan sosial masyarakat yang menggunakannya. Ketika pola hidup modern dan obat kimia semakin dominan, jamu tetap bertahan karena memiliki akar budaya, nilai ekonomi, dan kepercayaan sosial yang kuat.

Perubahan sosial ekonomi pedesaan turut mendorong masyarakat mencari sumber penghidupan di luar pertanian. Penyempitan lahan, keterbatasan akses kerja, dan rendahnya daya serap sektor formal menyebabkan usaha non-pertanian menjadi pilihan strategis. Industri jamu tradisional merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat tumbuh dari lingkungan pedesaan karena bahan bakunya dekat dengan masyarakat, proses produksinya dapat dilakukan secara bertahap, dan pasarnya bertumpu pada kepercayaan. Industri semacam ini tidak selalu berkembang melalui modal besar, tetapi sering lahir dari pengetahuan lokal, jaringan sosial, serta legitimasi tokoh masyarakat.

Desa Pakuncen, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk, memperlihatkan gejala tersebut melalui keberadaan

¹ Azwar Agoes, *Kapita Selekta Farmakologi dan Obat Tradisional* (Bandung: Angkasa, 1983), 54.

industri jamu tradisional Al-Qomar. Industri ini berada dalam lingkungan Pondok Pesantren Sunan Kalijaga dan berhubungan erat dengan figur DR. KH. M. Komari Saifulloh sebagai kiai, tabib, sekaligus penggerak usaha pesantren. Praktik peracikan jamu pada mulanya berkaitan dengan pelayanan pengobatan tradisional kepada masyarakat. Ketika permintaan ramuan meningkat, kegiatan tersebut berkembang menjadi usaha yang lebih terorganisasi dan dikenal sebagai jamu Al-Qomar.

Sekitar tahun 1997, industri jamu Al-Qomar yang dikelola oleh pondok pesantren Sunan Kalijaga mengalami perkembangan pesat ditandai dengan pengemasan dan proses produksi yang semakin modern serta melakukan inovasi di jenis ramuan jamu tradisional hingga didapati 33 macam minuman jamu tradisional Al-Qomar dengan khasiat dan kegunaannya masing-masing pada setiap produk jamu yang ditawarkan mulai dari bentuk tumbuhan cacah kering, cair, serbuk dan kapsul. Perusahaan jamu tradisional Al-Qomar semakin berkembang baik dari segi pemasaran serta permintaan pasar yang semakin meningkat hingga mampu menguasai pasar Indonesia hingga ke luar negeri seperti Malaysia, Hongkong dan Arab Saudi.

Pemasaran tersebut dicapai dengan memanfaatkan berbagai media baik 4 offline maupun online yakni dengan menyiarkannya lewat pengajian, radio, TV lokal dan berbagai platform media sosial yang lain. Hasil dari penjualan jamu Al-Qomar nantinya digunakan oleh Kyai M. Komari Saifulloh untuk membiayai segala pendanaa yang ada di pondok pesantren Sunan Kalijaga. Salah satu wujud konkrit yakni bagi santri dan santriwati pondok pesantren Sunan Kalijaga mendapatkan jatah makan secara gratis selama menempuh dan menuntut ilmu di pondok pesantren.²

Keunikan Al-Qomar terletak pada perpaduan antara tradisi herbal Jawa, praktik kethabiban, pendidikan pesantren, dan pemberdayaan ekonomi. Jamu tidak hanya diproduksi sebagai barang dagangan, tetapi juga menjadi media pendidikan bagi santri, sarana pembiayaan pesantren, dan ruang kerja bagi masyarakat sekitar. Oleh sebab itu, perkembangan Al-Qomar tidak cukup dibaca sebagai sejarah sebuah produk, melainkan sebagai sejarah sosial ekonomi pesantren yang memanfaatkan kearifan lokal untuk membangun kemandirian kelembagaan.

Rentang 1997-2015 penting untuk dikaji karena memperlihatkan perubahan Al-Qomar dari usaha berbasis keluarga dan pesantren menjadi unit ekonomi yang mulai mengenal legalitas, jaringan distribusi, dan pemasaran digital. Pada fase awal, pemasaran dilakukan melalui relasi pengobatan, pengajian, jaringan alumni, dan promosi dari mulut ke mulut. Pada fase berikutnya, usaha ini menghadapi kebutuhan legalisasi sehingga mendorong pembentukan kelembagaan dan pengurusan izin. Memasuki 2015, Al-Qomar mulai merespons perubahan teknologi melalui pemasaran digital dan marketplace.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini membahas tiga masalah pokok. Pertama, bagaimana latar belakang berdirinya industri jamu tradisional Al-Qomar di Pondok Pesantren Sunan Kalijaga. Kedua, bagaimana perkembangan industri jamu tradisional Al-Qomar pada tahun 1997-2015. Ketiga, bagaimana pengaruh industri jamu tersebut terhadap kehidupan sosial ekonomi pesantren, santri, dan masyarakat

Desa Pakuncen. Dengan rumusan ini, artikel tidak hanya menguraikan kronologi usaha, tetapi juga menafsirkan hubungan antara tradisi jamu, pesantrenpreneurship, jaringan sosial, dan perubahan ekonomi lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode sejarah. Metode ini dipilih karena objek kajian berkaitan dengan perkembangan sebuah lembaga ekonomi pesantren dalam rentang waktu tertentu. Tahapan penelitian meliputi heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Melalui metode sejarah, data tidak hanya dikumpulkan sebagai informasi lepas, tetapi diperiksa hubungannya dengan waktu, pelaku, konteks sosial, dan perubahan kelembagaan.³

Tahap heuristik dilakukan dengan mengumpulkan sumber primer dan sekunder. Sumber primer berupa wawancara dengan pihak yang berkaitan dengan Pondok Pesantren Sunan Kalijaga dan industri jamu Al-Qomar, termasuk keterangan keluarga pengelola, alumni, serta pihak yang mengetahui proses produksi dan pemasaran. Sumber primer lain berupa observasi terhadap lingkungan pesantren, bentuk produk, alat produksi, dan kegiatan usaha. Sumber sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi terdahulu, data pemerintah, serta publikasi mengenai jamu, pesantren, kewirausahaan, dan ekonomi lokal.

Kritik sumber dilakukan secara eksternal dan internal. Kritik eksternal digunakan untuk melihat asal-usul sumber, kedekatan informan dengan peristiwa, dan relevansi dokumen dengan tema penelitian. Kritik internal dilakukan dengan membandingkan isi wawancara, dokumen, dan pustaka agar data yang digunakan tidak bertentangan. Misalnya, keterangan mengenai tahun pendirian, proses legalisasi, peran santri, dan perluasan pasar perlu dibandingkan dengan sumber lain agar tidak hanya bergantung pada ingatan lisan.

Interpretasi dilakukan dengan menghubungkan fakta-fakta yang telah diverifikasi. Data mengenai praktik pengobatan ditafsirkan sebagai dasar lahirnya usaha jamu. Data tentang produksi dan pemasaran ditafsirkan sebagai tanda transformasi dari usaha tradisional menuju usaha yang lebih terorganisasi. Data tentang peran santri, alumni, dan masyarakat ditafsirkan sebagai bentuk hubungan sosial ekonomi antara pesantren dan desa. Pada tahap historiografi, seluruh hasil interpretasi disusun menjadi artikel jurnal dengan struktur pendahuluan, metode, hasil dan pembahasan, penutup, serta daftar pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pondok Pesantren Sunan Kalijaga

Desa Pakuncen merupakan desa di Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk, yang memiliki ciri sosial pedesaan, kehidupan religius, dan jaringan komunitas yang kuat. Desa ini berada dalam lingkungan agraris sehingga masyarakat mengenal berbagai jenis tanaman yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan sehari-hari. Kondisi semacam ini menjadi salah satu dasar sosial bagi tumbuhnya usaha berbasis herbal. Jamu mudah diterima karena bahan-bahan seperti kunyit, jahe, temulawak, kencur, kayu manis, dan rempah lain telah dikenal dalam tradisi pengobatan masyarakat.

Desa Pakuncen juga memiliki latar historis dan keagamaan yang kuat. Dalam narasi lokal, wilayah ini

² Wawancara dengan Samino, pengurus pondok pesantren, 28 Juli 2023, pukul 19.30.

³ Aminuddin Kasdi, *Memahami Sejarah* (Surabaya: Unesa University Press, 2005), 25.

dikaitkan dengan tokoh-tokoh penyebar Islam.⁴ Nilai religius tersebut membentuk kultur masyarakat yang menempatkan pesantren dan kiai sebagai pusat otoritas moral. Dalam masyarakat seperti ini, produk yang lahir dari pesantren tidak hanya dinilai dari fungsi ekonominya, tetapi juga dari kepercayaan sosial dan spiritual yang melekat pada pengelolaanya.

Pondok Pesantren Sunan Kalijaga menjadi institusi penting dalam kehidupan masyarakat Pakuncen. Pesantren tidak hanya menjalankan pendidikan agama, tetapi juga mengembangkan keterampilan hidup bagi santri. Dalam perkembangannya, pesantren berusaha membongkar pandangan bahwa santri hanya dipersiapkan untuk menjadi imam, guru mengaji, atau pengabdian ritual. Santri juga perlu memiliki keterampilan praktis agar mampu hidup mandiri setelah keluar dari pesantren.⁵ Di sinilah usaha jamu Al-Qomar memperoleh tempat penting sebagai laboratorium keterampilan, kewirausahaan, dan pemberdayaan ekonomi.

Keterhubungan antara pesantren dan masyarakat menciptakan modal sosial yang kuat. Masyarakat mempercayai kiai sebagai tokoh agama, sementara santri dan alumni menjadi jaringan yang memperluas pengaruh pesantren. Ketika pesantren mengembangkan jamu, kepercayaan tersebut ikut menguatkan penerimaan produk. Dengan demikian, perkembangan Al-Qomar tidak dapat dilepaskan dari struktur sosial Desa Pakuncen yang religius, agraris, dan berbasis relasi komunitas.

B. Berdirinya Industri Jamu Al-Qomar

Industri jamu Al-Qomar berawal dari praktik kethabiban DR. KH. M. Komari Saifulloh. Sebelum menjadi usaha pesantren, ramuan jamu dibuat untuk kebutuhan pengobatan pasien yang datang kepada beliau.⁶ Praktik ini memperlihatkan hubungan antara pengetahuan herbal, pengalaman empiris, dan kepercayaan pasien. Pada tahap awal, ramuan dibuat dalam bentuk sederhana, terutama berupa bahan kering yang direbus seperti teh. Bahan-bahan diperoleh dari kebun pesantren dan lingkungan sekitar, sehingga proses produksi masih sangat dekat dengan sumber daya lokal.

Permintaan yang terus meningkat mendorong perubahan dari praktik pengobatan individual menjadi kegiatan produksi yang lebih teratur. Keluarga, santri, dan masyarakat sekitar mulai dilibatkan dalam pengolahan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa Al-Qomar tidak muncul sebagai industri besar sejak awal, tetapi tumbuh melalui kebutuhan masyarakat terhadap pengobatan alternatif.⁷ Kepercayaan terhadap tabib menjadi dasar awal pemasaran, sedangkan pesantren menjadi ruang produksi dan pembinaan tenaga kerja.

Sekitar tahun 1997, Al-Qomar mulai berkembang lebih pesat. Produk tidak hanya disajikan sebagai ramuan rebus, tetapi mulai dikembangkan dalam bentuk serbuk, kapsul, cair, dan cacah kering. Diversifikasi bentuk produk memperlihatkan adaptasi terhadap kebutuhan konsumen. Sebagian masyarakat tetap menyukai jamu

rebus karena dianggap lebih otentik, sementara konsumen lain membutuhkan bentuk serbuk dan kapsul yang lebih praktis. Inovasi bentuk ini menjadi salah satu penanda awal modernisasi Al-Qomar tanpa meninggalkan ciri tradisionalnya.

Pendirian usaha jamu juga sejalan dengan visi pesantren untuk membangun kemandirian. Hasil penjualan tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi pengelola, tetapi diarahkan untuk mendukung operasional Pondok Pesantren Sunan Kalijaga. Dalam skripsi sumber disebutkan bahwa salah satu bentuk konkret kontribusi usaha ini adalah pembiayaan kebutuhan pesantren, termasuk dukungan makan bagi santri. Dengan demikian, sejak awal Al-Qomar memiliki dua fungsi: fungsi ekonomi dan fungsi sosial-keagamaan. Berikut merupakan perkembangan secara kronologis jamu Al-Qomar⁸:

Tabel 1. Fase Perkembangan Industri Jamu Al-Qomar Tahun 1997-2015

Periode	Karakter Utama	Makna Perkembangan
1997-1999	Pertumbuhan awal berbasis praktik kethabiban, keluarga, santri, relasi pasien, dan jaringan alumni.	Al-Qomar tumbuh sebagai usaha organik yang ditopang kepercayaan sosial dan spiritual.
2000-2010	Kebutuhan legalitas, penguatan kelembagaan, pembentukan LM3, dan pengurusan izin produksi rumah tangga.	Usaha bergerak dari pola informal menuju unit ekonomi pesantren yang lebih diakui.
2011-2015	Konsolidasi pasar, peningkatan kepercayaan konsumen, promosi lebih luas, dan awal pemanfaatan marketplace.	Al-Qomar beradaptasi dengan pasar modern tanpa meninggalkan identitas tradisional.

C. Proses Produksi dan Karakter Produk

Proses produksi jamu Al-Qomar mempertahankan corak tradisional. Bahan baku dipilih dari rempah, umbi, biji, dan tanaman herbal yang memiliki khasiat dalam pengetahuan lokal. Bahan seperti jahe, kunyit, temulawak, kencur, kayu manis, secang, dan ginseng digunakan dalam berbagai ramuan. Pemilihan bahan menunjukkan bahwa usaha ini bertumpu pada

⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk, *Nganjuk dalam Angka 2010* (Nganjuk: BPS Kabupaten Nganjuk, 2010), 35.

⁵ M. Jannah dan L. M. Baga, "Penguatan Ekonomi Pesantren melalui Pemberdayaan Santri: Studi di Pesantren Agroindustri," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 25, no. 1 (2017): 24.

⁶ A. Saefuddin, "Pengobatan Tradisional dan Spiritualitas Islam: Studi Kasus Praktik Pengobatan Alternatif di Pesantren Jawa," *Jurnal Ushuluddin* 26, no. 2 (2018): 120.

⁷ M. Z. Mubarak, "Tradisi Jamu dalam Pengobatan Islam Nusantara: Antara Warisan Budaya dan Terapi Spiritual," *Jurnal Kebudayaan Islam* 17, no. 1 (2019): 92.

⁸ K. Syaifullah, "Pemasaran Produk Halal Berbasis Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Kasus Jamu Al-Qomar," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2019): 25.

pengetahuan empiris mengenai sifat tanaman, sekaligus pada pengalaman tabib dalam merespons keluhan pasien.

Tahap produksi dimulai dari penyortiran bahan. Bahan yang dipilih harus bersih, tidak rusak, dan sesuai kebutuhan ramuan. Setelah itu dilakukan pencucian untuk menghilangkan tanah dan kotoran. Bahan kemudian dijemur atau disangrai sesuai jenis produk. Pada produk serbuk, bahan yang kering digiling dan diayak hingga halus, kemudian diramu dan dikemas. Pada produk kapsul atau pil, serbuk yang telah diramu melalui proses pengadonan, pencetakan, pengovenan, dan pengemasan. Pada produk rebus atau cair, bahan lebih ditekankan pada proses peramuan setelah pencucian dan penjemuran.

Alat produksi yang digunakan memperlihatkan perpaduan tradisional dan modern sederhana. Al-Qomar menggunakan meja peracik, lumpang dan alu, pipisan, ayakan, periuk, drum penyimpanan, mesin penggilingan, mesin cetak hard press, dan oven khusus. Perpaduan alat ini memperlihatkan bahwa modernisasi tidak selalu berarti industrialisasi besar-besaran. Dalam kasus Al-Qomar, modernisasi dilakukan secara selektif untuk membantu efisiensi, kebersihan, dan ketahanan produk, tanpa menghapus karakter tradisional yang menjadi dasar kepercayaan konsumen.

Ciri khas penting Al-Qomar adalah integrasi spiritual dalam proses produksi. Peracikan jamu tidak hanya dipahami sebagai kegiatan teknis, tetapi juga sebagai ikhtiar penyembuhan yang disertai doa. Dalam praktik pengobatan Islam di lingkungan pesantren, pembacaan ayat Al-Qur'an dan doa menjadi bagian dari proses pemberkahan.⁹ Unsur ini membedakan Al-Qomar dari produk herbal komersial biasa. Bagi konsumen yang memiliki kedekatan religius dengan pesantren, nilai spiritual tersebut memperkuat keyakinan terhadap produk.

Diversifikasi produk menjadi strategi penting. Jamu serbuk sesuai untuk konsumen yang menghendaki penyimpanan lebih lama dan cara seduh praktis. Jamu kapsul menjangkau konsumen yang tidak menyukai rasa pahit dan membutuhkan bentuk konsumsi modern. Jamu rebus mempertahankan bentuk klasik yang dianggap lebih dekat dengan tradisi. Dengan tiga bentuk utama tersebut, Al-Qomar mampu menjaga identitas lokal sambil menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang berubah.

Tabel 2. Bentuk Produk dan Alur Produksi Jamu Al-Qomar

Bentuk Produk	Alur Produksi	Karakter Konsumen
Serbuk	Penyortiran - pencucian - penjemuran - penyangraian - penggilingan - peramuan - pengemasan.	Praktis, tahan lama, mudah diseduh, cocok untuk konsumen rumah tangga.
Kapsul/Pil	Penyortiran - pencucian - penjemuran -	Lebih modern, mudah dikonsumsi, sesuai bagi

	penyangraian - penggilingan - peramuan - pengadonan - pencetakan - pengovenan - pengemasan.	konsumen yang menghindari rasa pahit.
Rebus/Cair	Penyortiran - pencucian - penjemuran - peramuan - pengemasan.	Lebih tradisional, dianggap dekat dengan praktik pengobatan herbal klasik.

D. Sumber Daya Manusia Jamu Al-Qomar

Sumber daya manusia dalam industri Al-Qomar berasal dari lingkungan pesantren dan masyarakat sekitar. Santri menjadi kelompok penting karena mereka tidak hanya belajar ilmu agama, tetapi juga dilibatkan dalam aktivitas produktif. Keterlibatan santri dilakukan secara bertahap sesuai usia, kemampuan, dan kebutuhan produksi. Mereka dapat belajar memilih bahan, membersihkan bahan, mengolah, mengemas, melayani konsumen, hingga memahami pemasaran. Pola ini menjadikan Al-Qomar sebagai ruang pembelajaran berbasis pengalaman.

Model tersebut sejalan dengan konsep pesantrenpreneurship, yaitu integrasi antara pendidikan pesantren dan kewirausahaan. Dalam konteks ini, pesantren tidak meninggalkan fungsi utamanya sebagai lembaga pendidikan Islam, tetapi memperluas peran menjadi pusat pemberdayaan ekonomi. Santri dibekali nilai disiplin, kejujuran, kerja keras, tanggung jawab, dan keberanian berusaha. Nilai-nilai tersebut tidak diajarkan secara abstrak, melainkan dipraktikkan dalam kegiatan produksi jamu.

Keterlibatan santri juga memiliki makna sosial. Banyak pesantren menerima santri dari latar keluarga sederhana. Dengan adanya kegiatan usaha, pesantren dapat memberi mereka keterampilan yang berguna setelah lulus. Santri tidak hanya membawa pengetahuan agama, tetapi juga pengalaman bekerja, memahami bahan herbal, memproduksi barang, berkomunikasi dengan konsumen, dan melihat proses usaha. Keterampilan seperti ini dapat menjadi modal ekonomi ketika mereka kembali ke daerah asal.

Lembaga Mitra Mandiri Masyarakat atau LM3 Al-Qomar menjadi bentuk kelembagaan yang menghubungkan pesantren, usaha, dan pemberdayaan. Melalui LM3, kegiatan produksi tidak hanya dilihat sebagai bisnis, tetapi juga sebagai pelatihan sosial ekonomi.¹⁰ Lembaga ini memperkuat posisi pesantren sebagai aktor yang mampu menjawab persoalan pengangguran, kemiskinan, dan keterbatasan keterampilan masyarakat. Dengan demikian, Al-Qomar menjalankan fungsi ganda: menghasilkan produk dan membentuk manusia produktif.

Masyarakat sekitar juga memperoleh ruang dalam ekosistem usaha. Mereka dapat menjadi penyedia bahan baku, tenaga produksi, tenaga distribusi, atau jaringan penjualan. Sistem ini menciptakan hubungan ekonomi

⁹ M. K. Saifulloh, "Praktik Pengobatan Islam di Pesantren Sunan Kalijaga: Integrasi Ayat Qur'an dan Ramuan Herbal," *El-Buhuth: Jurnal Studi Islam dan Ilmu-Ilmu Sosial* 4, no. 2 (2023): 95.

¹⁰ A. Rohman, "Peran Pesantren dalam Pelestarian Pengobatan Tradisional: Kajian pada Pesantren-Pesantren di Jawa Timur," *Jurnal Komunitas* 12, no. 1 (2020): 60.

yang tidak sepenuhnya berbasis upah formal, melainkan juga bertumpu pada relasi sosial, kepercayaan, dan solidaritas. Karena itu, perkembangan Al-Qomar memperlihatkan bentuk ekonomi komunitas yang berbeda dari industri kapital besar. Modal sosial menjadi penggerak utama keberlangsungan usaha.

E. Dinamika Perkembangan Tahun 1997-2015

1. Fase Awal Pembentukan

Perkembangan Al-Qomar dapat dibaca melalui tiga fase besar. Fase pertama berlangsung pada 1997-1999. Pada masa ini usaha tumbuh secara organik dari praktik pengobatan yang telah dikenal masyarakat. Pasien yang merasakan manfaat ramuan menjadi penghubung informasi kepada orang lain.¹¹ Pemasaran dari mulut ke mulut menjadi sarana utama. Dalam fase ini, legitimasi produk tidak dibangun melalui iklan modern, tetapi melalui pengalaman konsumen, reputasi tabib, dan kedekatan pesantren dengan masyarakat.

Salah satu aspek penting dalam perkembangan Al-Qomar adalah pemanfaatan bahan baku lokal. Tanaman seperti jahe, kunyit, kencur, temulawak, kayu manis, secang, dan berbagai rempah lain bukan bahan yang asing bagi masyarakat Jawa. Bahan tersebut dikenal dalam dapur, pengobatan keluarga, dan praktik perawatan tubuh. Al-Qomar mengambil pengetahuan yang sudah hidup di masyarakat, kemudian mengolahnya menjadi produk yang lebih teratur. Dengan cara ini, pengetahuan lokal tidak berhenti sebagai praktik rumah tangga, tetapi naik menjadi bagian dari produksi ekonomi.

Pemilihan bahan dalam produksi jamu tidak sekadar berdasarkan ketersediaan. Setiap bahan memiliki makna fungsi menurut tradisi. Jahe sering dikaitkan dengan penghangat tubuh, kunyit dengan perawatan pencernaan dan peradangan, temulawak dengan daya tahan dan nafsu makan, kencur dengan kebugaran, sedangkan kayu manis dan rempah tertentu digunakan untuk memberi aroma sekaligus efek keseimbangan. Meskipun artikel ini tidak menguji khasiat farmakologis secara laboratorium, penting dicatat bahwa pengetahuan bahan menjadi dasar budaya produksi yang dipercaya oleh pengelola dan konsumen.

Kealamian menjadi nilai jual utama. Dalam persaingan dengan obat modern dan produk herbal pabrikan, Al-Qomar menonjolkan penggunaan bahan alami, proses sederhana, dan keterlibatan pesantren. Kealamian di sini tidak hanya berarti tidak menggunakan bahan kimia sintesis, tetapi juga berhubungan dengan imajinasi konsumen mengenai produk yang aman, dekat dengan tradisi, dan tidak berjarak dari kehidupan sehari-hari. Nilai ini memperkuat loyalitas konsumen, terutama mereka yang memiliki kekhawatiran terhadap efek samping obat kimia atau lebih menyukai pengobatan alternatif.

Namun, nilai kealamian juga harus dipahami secara kritis. Produk herbal tetap membutuhkan standar kebersihan, dosis, penyimpanan, dan informasi penggunaan yang jelas. Tradisi tidak boleh dijadikan alasan untuk mengabaikan keselamatan konsumen. Karena itu, perkembangan Al-Qomar menuju legalitas

dan pengemasan lebih baik merupakan langkah penting. Upaya memperoleh izin dan memperbaiki proses produksi menunjukkan bahwa tradisi dapat berjalan bersama standar modern. Justru dengan standardisasi, pengetahuan tradisional dapat lebih mudah diterima oleh pasar yang lebih luas.

Kualitas bahan baku juga berpengaruh terhadap keberlanjutan ekonomi desa. Jika kebutuhan bahan dapat dipenuhi oleh petani lokal, maka rantai nilai Al-Qomar tidak hanya menguntungkan pesantren, tetapi juga masyarakat penyedia bahan. Dalam jangka panjang, pola ini dapat dikembangkan menjadi kemitraan budidaya tanaman obat. Petani dapat diarahkan menanam jenis tanaman tertentu sesuai kebutuhan produksi, sementara pesantren memperoleh pasokan yang lebih terjamin. Pola semacam ini akan memperkuat keterkaitan antara industri jamu dan ekonomi agraris desa.

2. Era Tahun 2000-2010

Fase kedua berlangsung pada 2000-2010. Periode ini ditandai oleh kebutuhan legalitas dan penataan kelembagaan. Perkembangan usaha tradisional sering menghadapi masalah ketika mulai masuk pasar yang lebih luas. Pada masa awal, relasi personal dan kepercayaan masyarakat cukup untuk menopang penjualan. Akan tetapi, ketika jumlah konsumen bertambah dan produk tersebar ke luar daerah, tuntutan legalitas menjadi semakin penting. Al-Qomar mengalami fase ini ketika usaha tidak lagi dapat dikelola hanya sebagai ramuan pesantren. Produk yang diperjualbelikan perlu memenuhi standar perizinan agar dapat diterima sebagai komoditas yang sah.

Krisis legalitas pada fase 2000-2010 dapat dibaca sebagai titik balik. Di satu sisi, krisis tersebut menunjukkan keterbatasan usaha tradisional yang tumbuh tanpa perencanaan administratif sejak awal. Di sisi lain, krisis tersebut memaksa pengelola melakukan pembaruan. Pendirian LM3, pengurusan izin produksi rumah tangga, komunikasi dengan pemerintah daerah, dan penguatan program pelatihan menjadi jawaban atas tuntutan itu. Dengan demikian, hambatan hukum berubah menjadi pemicu modernisasi kelembagaan.

Transformasi kelembagaan memberi dampak besar bagi posisi pesantren. Sebelumnya, produksi jamu lebih mudah dipandang sebagai aktivitas pengobatan seorang tabib. Setelah dilembagakan, produksi jamu dapat dikaitkan dengan pelatihan santri, pemberdayaan masyarakat, dan kerja sama pemerintah. Perubahan ini memperluas legitimasi Al-Qomar. Usaha tidak hanya sah sebagai produk, tetapi juga sah sebagai program sosial ekonomi pesantren. Pengakuan semacam ini penting untuk membuka akses pendampingan, promosi, dan jejaring UMKM.¹²

Legalitas juga mendorong perubahan budaya manajemen. Pengelola perlu memikirkan pencatatan produksi, kebersihan alat, pengemasan, label, dan

¹¹ Jatim NU Online, "Jamu Al Qomar, Produk Pesantren Sunan Kalijaga Nganjuk yang Mendunia," 14 Desember 2020.

¹² N. Witasari, A. Prabowo, dan H. Yulianto, "Jamu, Obat Tradisional Asli Indonesia: Pasang Surut Perkembangan dan Tantangannya," *Jurnal Jamu Indonesia* 10, no. 2 (2025): 88.

informasi produk. Santri yang terlibat juga belajar bahwa usaha tidak cukup hanya membuat barang, tetapi harus memahami aturan. Pembelajaran ini penting karena banyak usaha kecil gagal berkembang bukan karena produknya tidak diminati, melainkan karena tidak mampu memenuhi administrasi dan standar pasar. Al-Qomar memberi contoh bahwa pesantren dapat belajar mengelola usaha secara lebih tertib.

Meski demikian, proses legalisasi bukan akhir dari tantangan. PIRT merupakan langkah awal, sementara pasar yang lebih luas sering menuntut sertifikasi lebih tinggi, termasuk sertifikasi halal, izin BPOM, dan standardisasi mutu yang lebih ketat. Jika Al-Qomar ingin memperluas pasar nasional secara konsisten, penguatan legalitas harus terus dilakukan. Penguatan ini perlu dibarengi dengan dokumentasi resep, SOP produksi, sistem kontrol kualitas, dan regenerasi sumber daya manusia agar usaha tidak hanya bergantung pada figur pendiri.

3. Era 2011-2015

Fase ketiga berlangsung pada 2011-2015. Program yang dikembangkan pasca-insiden tersebut tidak hanya berfokus pada produksi jamu, tetapi juga pada pendidikan tentang khasiat herbal, keamanan penggunaan tanaman obat, serta keterampilan wirausaha. Santri yang tergabung dalam program ini mendapatkan pelatihan secara langsung, mulai dari proses pengolahan bahan baku hingga strategi pemasaran. Pendekatan ini kemudian diadopsi dalam kerangka kelembagaan dengan pendirian Lembaga Mandiri Masyarakat Madani (LM3) Al-Qomar. Lembaga ini didaftarkan secara legal, lengkap dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan izin operasional dari pemerintah daerah, termasuk izin produksi jamu dari Dinas Kesehatan. Menurut penelitian oleh Sumarni, legalitas lembaga pesantren yang menjalankan unit usaha sangat penting untuk menjamin keberlangsungan dan pengakuan dari pihak eksternal, serta memudahkan kolaborasi dengan instansi pemerintah.¹³

Pelatihan yang diberikan tidak terbatas pada teknik produksi semata, tetapi juga mencakup pemahaman tentang manfaat bahan herbal, metode ekstraksi, sanitasi, hingga pengemasan produk. Hal ini penting agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan sesuai dengan standar kesehatan. Selain itu, para santri juga dilibatkan dalam proses distribusi dan pemasaran produk jamu, sehingga mereka tidak hanya menjadi tenaga produksi, tetapi juga memahami manajemen bisnis secara menyeluruh. Ini memperkuat argumen bahwa pendekatan berbasis pesantren dan usaha mikro seperti Al-Qomar mampu menjadi model pemberdayaan yang holistik. Pengembangan keterampilan melalui lembaga pendidikan non-formal seperti pesantren memiliki dampak signifikan terhadap pengurangan angka

pengangguran dan peningkatan produktivitas di pedesaan.¹⁴

Memasuki tahun 2015, usaha jamu Al-Qomar mulai melakukan inovasi lebih jauh dengan merambah ke platform digital, yakni memasarkan produknya melalui marketplace seperti Shopee. Langkah ini merupakan lompatan besar dalam strategi pemasaran, karena Al-Qomar kini mampu menjangkau konsumen di seluruh Indonesia tanpa harus mengandalkan distribusi fisik yang terbatas. Keputusan untuk masuk ke ranah e-commerce ini mencerminkan kemampuan adaptif dari pengelola usaha terhadap perkembangan zaman dan teknologi digital. Marketplace seperti Shopee memberikan peluang untuk menampilkan berbagai varian produk dengan deskripsi, testimoni, dan promosi yang menarik, sehingga meningkatkan kepercayaan calon pembeli yang tidak mengenal langsung merek Al-Qomar. Strategi ini juga menegaskan bahwa produk tradisional tidak harus tertinggal dari arus modernisasi.

Pada periode ini Al-Qomar mengalami konsolidasi pasar. Kepercayaan masyarakat terhadap produk meningkat karena kualitas bahan, nilai spiritual, dan bentuk produk yang semakin praktis. Pada saat yang sama, perubahan perilaku konsumen mulai terasa. Masyarakat semakin mengenal belanja daring, media sosial, dan marketplace. Al-Qomar merespons perubahan tersebut dengan mulai memasuki kanal digital, antara lain melalui media sosial, WhatsApp, dan marketplace seperti Shopee.

Masuknya Al-Qomar ke ranah digital menunjukkan kemampuan adaptasi. Produk tradisional tidak lagi hanya bergantung pada pasar lokal dan kunjungan langsung. Digitalisasi memungkinkan produk pesantren menjangkau konsumen lintas daerah. Namun, digitalisasi juga menuntut perubahan dalam branding, kemasan, narasi manfaat, dokumentasi testimoni, dan pelayanan konsumen. Al-Qomar mulai menghadapi kompetisi dengan produk herbal lain yang lebih modern. Karena itu, keberlanjutan usaha ditentukan oleh kemampuan menjaga kualitas tradisional sambil memperkuat profesionalitas pemasaran.

F. Strategi Pemasaran: Relasi, Alumni, dan Digitalisasi

1. Strategi Dor to Dor dan Relasi

Strategi pemasaran Al-Qomar pada awalnya bersifat personal. Penjualan dilakukan melalui hubungan langsung antara pengelola, santri, alumni, pasien, dan masyarakat. Strategi door to door memungkinkan produsen menjelaskan manfaat produk secara langsung, mendengar keluhan konsumen, serta membangun hubungan emosional. Dalam masyarakat pedesaan, komunikasi tatap muka sering lebih efektif dibanding iklan karena keputusan membeli dipengaruhi oleh kepercayaan.

Pemasaran berbasis pengajian juga memiliki peran penting. Pesantren memiliki ruang sosial

¹³ E. Sumarni, "Legalitas Usaha Ekonomi Pesantren dan Dampaknya terhadap Kemandirian Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2021): 150.

¹⁴ M. Rahman, "Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Wirausaha Santri: Studi di Pesantren Rural Jawa Timur," *Jurnal Ekonomi dan Sosial Keislaman* 5, no. 1 (2017): 50.

berupa majelis, pengajian, dan kegiatan keagamaan. Dalam ruang tersebut, informasi mengenai jamu dapat menyebar secara alamiah. Produk Al-Qomar tidak hadir sebagai barang komersial semata, tetapi sebagai bagian dari ekosistem pesantren. Hal ini membuat pemasaran memiliki nuansa dakwah ekonomi: perdagangan dipahami sebagai ikhtiar halal untuk menopang pendidikan, membantu santri, dan menyebarkan manfaat pengobatan herbal.¹⁵

Jaringan alumni menjadi kekuatan utama dalam perluasan pasar. Alumni membawa produk ke daerah asal, memperkenalkan kepada keluarga, tetangga, jamaah, dan komunitas lokal. Strategi ini efektif karena alumni memiliki hubungan emosional dengan pesantren dan merasa ikut bertanggung jawab menjaga nama baik almamater. Dalam kerangka ekonomi komunitas, alumni bukan hanya distributor, tetapi juga agen nilai. Mereka membawa cerita tentang pesantren, kiai, proses spiritual, dan manfaat produk.

2. Digitalisasikan Penjualan Jamu

Dalam perkembangannya, media digital memperluas pola pemasaran. Media sosial digunakan untuk menampilkan foto produk, testimoni, proses produksi, dan informasi manfaat. WhatsApp digunakan untuk komunikasi pesanan, sedangkan marketplace membantu transaksi lintas daerah. Digitalisasi tidak menghapus strategi relasional, tetapi memperpanjang jangkauannya. Testimoni yang dahulu beredar secara lisan kini dapat ditampilkan melalui unggahan dan percakapan daring. Dengan demikian, pemasaran Al-Qomar berubah dari relasi lokal menjadi relasi digital yang tetap mengandalkan kepercayaan.

Tantangan pemasaran digital adalah keterbatasan sumber daya manusia, persaingan produk herbal, dan kebutuhan pengemasan yang lebih profesional. Produk pesantren harus mampu menjelaskan klaim manfaat secara hati-hati agar tidak bertentangan dengan regulasi kesehatan. Selain itu, desain kemasan, kecepatan pelayanan, dan pengelolaan toko daring menjadi faktor penting. Jika tantangan ini dikelola dengan baik, digitalisasi dapat menjadi sarana memperkuat Al-Qomar sebagai produk tradisional yang relevan bagi konsumen modern.

Dalam pengembangan pemasaran digital, pihak produsen jamu AlQomar tidak hanya fokus pada aspek teknis dan aksesibilitas, tetapi juga menjaga nilai-nilai ekonomi Islam dalam setiap proses transaksi.

Strategi digital Al Qomar dibingkai dalam prinsip muamalah syariah, seperti keterbukaan harga, tidak adanya unsur penipuan (gharar), serta adanya kejelasan barang dan proses transaksi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pemasaran digital tidak semata-mata mengikuti arus kapitalistik, tetapi tetap berada dalam koridor etika bisnis Islam. Setiap promosi melalui media sosial

selalu disertai dengan narasi spiritual, seperti bacaan doa ketika produksi dilakukan, atau kutipan Al-Qur'an terkait kesehatan. Dengan demikian, digital marketing Al-Qomar tidak hanya menjual produk, tetapi juga menyampaikan pesan keberkahan, nilai lokal, dan kepercayaan konsumen Muslim yang sangat memperhatikan aspek halal dan thayyib dalam konsumsi harian.¹⁶

Optimalisasi media digital dilakukan Al-Qomar melalui pendekatan storytelling dan manajemen konten yang konsisten. Setiap unggahan di Instagram dan Facebook tidak hanya berupa foto produk, tetapi dilengkapi dengan narasi yang menggambarkan proses produksi jamu dari ladang hingga kemasan, serta cerita para santri yang terlibat dalam pembuatannya. Strategi ini memberikan kedekatan emosional dan membangun citra brand sebagai produk pesantren yang otentik dan bernilai spiritual tinggi.

Selain itu, AlQomar juga menggunakan testimoni pelanggan sebagai alat utama dalam memperluas jangkauan pasar secara organik. Penggunaan testimoni berbasis video yang menampilkan konsumen dari berbagai latar belakang memperkuat kepercayaan audiens terhadap efektivitas produk. Dalam konteks inilah, media sosial tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan komunitas konsumen loyal yang ikut menyebarkan pesan produk secara sukarela melalui repost dan review. Meskipun telah menunjukkan kemajuan, strategi digital marketing Al-Qomar juga menghadapi tantangan, terutama dalam hal sumber daya manusia yang terbatas serta kompetisi pasar yang semakin padat. Persaingan dengan produk herbal lain di marketplace seperti Tokopedia atau Shopee memaksa produsen untuk terus melakukan inovasi, termasuk pada desain kemasan, sistem pelayanan, hingga respons terhadap konsumen secara real-time.

Di sisi lain, peluang pasar yang terbuka lebar di era pasca pandemi COVID-19 justru mempercepat adopsi masyarakat terhadap produk herbal sebagai pilihan utama untuk menjaga imunitas. Pemerintah daerah melalui program One Pesantren One Product (OPOP) juga turut memberi pelatihan digital marketing kepada pesantren mitra, termasuk Al-Qomar, untuk meningkatkan kapasitas promosi dan literasi digital. Oleh karena itu, keberlanjutan digital marketing Al-Qomar sangat ditentukan oleh sinergi antara teknologi, nilai lokal, pelibatan santri muda, serta konsistensi membangun narasi spiritual dalam komunikasi digital mereka

G. Pengaruh Sosial Industri Jamu Al-Qomar

Pengaruh sosial Al-Qomar tampak pertama-tama dalam pembentukan identitas kolektif. Desa Pakuncen tidak hanya dikenal sebagai desa pesantren, tetapi juga sebagai ruang produksi jamu tradisional. Identitas ini penting karena memberi kebanggaan lokal. Masyarakat dapat melihat bahwa pengetahuan yang tumbuh dari

¹⁵ R. S. Ni'amah, "Komunikasi Pemasaran Jamu Al-Qomar di Pondok Pesantren Sunan Kalijaga Desa Pakuncen, Patianrowo, Nganjuk" (skripsi, IAIN Kediri, 2016), 45.

¹⁶ Sulistiyani, "Model Pendidikan Kewirausahaan di Pondok Pesantren," 134.

lingkungan mereka memiliki nilai dan dapat dikenal lebih luas. Jamu menjadi simbol bahwa desa tidak hanya menjadi konsumen produk luar, tetapi mampu menghasilkan produk berbasis kearifan lokal.

Kedua, Al-Qomar memperkuat fungsi sosial pesantren. Pondok Pesantren Sunan Kalijaga tidak hanya menjadi tempat belajar agama, tetapi juga tempat santri belajar bekerja dan berwirausaha. Transformasi ini membuat pesantren lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat kontemporer. Pesantren hadir bukan hanya sebagai penjaga moral, tetapi juga sebagai lembaga yang membantu memecahkan persoalan ekonomi. Peran semacam ini memperkuat hubungan pesantren dengan masyarakat karena manfaatnya terlihat secara langsung.

Ketiga, kegiatan produksi jamu membangun disiplin dan budaya kerja di kalangan santri. Santri belajar bahwa kemandirian membutuhkan proses: memilih bahan, menjaga kebersihan, mengikuti alur produksi, melayani konsumen, dan menjaga amanah. Pembelajaran ini membentuk karakter kerja yang tidak selalu diperoleh dari ruang kelas. Dengan demikian, Al-Qomar berfungsi sebagai laboratorium sosial yang menghubungkan nilai pesantren dengan praktik ekonomi sehari-hari.

Keempat, Al-Qomar menciptakan ruang integrasi antara tradisi herbal dan spiritualitas Islam. Penggunaan doa dan ayat Al-Qur'an dalam proses pengobatan memperlihatkan bahwa masyarakat memandang kesehatan secara holistik. Penyembuhan tidak hanya bersifat jasmani, tetapi juga ruhani. Integrasi ini memperkuat penerimaan produk karena sesuai dengan pandangan masyarakat religius. Jamu menjadi media yang mempertemukan ikhtiar medis tradisional, kepercayaan lokal, dan nilai Islam.

Kelima, Al-Qomar memperkuat kohesi komunitas melalui kerja sama antara pesantren, alumni, masyarakat, dan pemerintah. Produk jamu menjadi titik temu berbagai aktor. Pesantren menyediakan nilai dan kelembagaan, santri menyediakan tenaga dan pembelajaran, alumni menyediakan jaringan, masyarakat menyediakan dukungan sosial dan bahan baku, sementara pemerintah memberi pendampingan legalitas dan promosi. Interaksi tersebut menghasilkan solidaritas ekonomi yang memperkuat posisi desa.

H. Pengaruh Ekonomi dan Arah Pengembangan

Dari sisi ekonomi, Al-Qomar berperan sebagai mesin kemandirian Pondok Pesantren Sunan Kalijaga. Hasil usaha digunakan untuk mendukung kebutuhan operasional pesantren, termasuk pendidikan dan konsumsi santri. Hal ini penting karena pesantren tidak sepenuhnya bergantung pada bantuan eksternal. Kemandirian ekonomi memberi pesantren ruang lebih luas untuk mengelola pendidikan dan kegiatan sosial. Dengan kata lain, jamu menjadi instrumen pembiayaan yang menopang keberlanjutan lembaga.

Al-Qomar juga membuka lapangan kerja dan peluang pendapatan bagi masyarakat sekitar. Kegiatan produksi membutuhkan bahan baku, tenaga pengolahan, pengemasan, dan distribusi. Meskipun skalanya tidak selalu besar, kegiatan ini menciptakan aliran ekonomi mikro yang penting bagi desa. Industri berbasis komunitas seperti ini dapat menyerap tenaga kerja yang mungkin sulit masuk sektor formal. Kelompok

perempuan, remaja, santri, dan alumni dapat terlibat sesuai kapasitas masing-masing.

Pengaruh ekonomi berikutnya terlihat pada peningkatan literasi usaha. Melalui Al-Qomar, santri dan masyarakat belajar mengenai kualitas produk, pengemasan, izin produksi, komunikasi konsumen, dan pemasaran. Transformasi dari usaha informal menuju usaha berizin memperlihatkan perubahan cara berpikir ekonomi. Produk tradisional tidak cukup hanya mengandalkan khasiat, tetapi juga membutuhkan administrasi, legalitas, manajemen, dan strategi pasar. Literasi seperti ini menjadi modal penting untuk mengembangkan usaha lokal lain.

Keberadaan program pemerintah seperti One Pesantren One Product memberi peluang bagi Al-Qomar untuk berkembang lebih profesional. Dukungan pemerintah daerah dalam pelatihan, promosi, legalitas, dan jaringan UMKM dapat memperluas akses pasar. Namun, dukungan tersebut perlu diimbangi dengan penguatan internal, terutama manajemen pengetahuan, regenerasi peracik, standarisasi produksi, sertifikasi halal, penguatan izin yang lebih tinggi, dan pencatatan keuangan. Tanpa penguatan tersebut, usaha berbasis tokoh berisiko melemah ketika terjadi pergantian generasi.

Ke depan, Al-Qomar memiliki peluang dikembangkan sebagai model ekonomi pesantren berbasis jamu. Desa Pakuncen dapat diposisikan sebagai desa tematik jamu yang menghubungkan produksi herbal, edukasi kesehatan tradisional, wisata pesantren, dan pelatihan kewirausahaan. Akan tetapi, pengembangan ini harus tetap berhati-hati. Klaim kesehatan perlu disampaikan sesuai aturan, bahan baku harus dijaga kualitasnya, dan narasi spiritual tidak boleh digunakan untuk menutupi kelemahan standar produksi. Keseimbangan antara tradisi, regulasi, dan inovasi menjadi syarat utama keberlanjutan Al-Qomar.

Tabel 3. Pengaruh Industri Jamu Al-Qomar terhadap Pesantren dan Masyarakat

Bidang	Bentuk Pengaruh	Makna Sosial Ekonomi
Pesantren	Membantu pembiayaan operasional, pendidikan, dan kebutuhan santri.	Memperkuat kemandirian institusi pesantren.
Santri	Melibatkan santri dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran.	Membangun hard skills, soft skills, disiplin, dan jiwa wirausaha.
Alumni	Menjadi jaringan distribusi dan promosi ke berbagai daerah.	Memperluas pasar melalui modal sosial dan loyalitas pesantren.
Masyarakat	Menyediakan peluang kerja, pasokan bahan baku, dan identitas lokal.	Menciptakan ekonomi komunitas berbasis kearifan lokal.
Pemerintah/UMKM	Mendorong legalitas,	Membuka peluang integrasi usaha

	pendampingan, promosi, dan potensi desa tematik.	pesantren dengan ekonomi daerah.
--	--	----------------------------------

Jamu dalam masyarakat Jawa tidak hanya berhubungan dengan kesehatan, tetapi juga dengan cara masyarakat memahami tubuh, alam, dan keseimbangan hidup. Tradisi ini berkembang dari pengalaman panjang masyarakat dalam mengenali tanaman obat, menyimpan resep, serta menurunkan pengetahuan melalui keluarga, tabib, dan komunitas. Dalam konteks pesantren, pengetahuan tersebut memperoleh makna tambahan karena dipertemukan dengan konsep ikhtiar, doa, dan keberkahan.¹⁷ Oleh sebab itu, jamu Al-Qomar tidak dapat dipisahkan dari tradisi pengobatan lokal dan tradisi keagamaan yang membentuk kehidupan masyarakat Desa Pakuncen.

Masuknya nilai islam dalam praktik jamu tidak menghapus tradisi lokal, tetapi menata ulang maknanya. Ramuan herbal tetap disusun berdasarkan pengalaman empiris tentang bahan dan khasiatnya, sementara pembacaan doa memperkuat keyakinan bahwa penyembuhan merupakan usaha jasmani dan ruhani.¹⁸ Integrasi ini penting karena masyarakat pesantren cenderung memaknai kesehatan secara utuh. Tubuh yang sakit tidak hanya membutuhkan bahan obat, tetapi juga ketenangan batin, doa, dan keyakinan kepada Tuhan. Jamu Al-Qomar bergerak pada ruang pertemuan antara dua cara pandang tersebut.

Dalam kehidupan ekonomi pesantren, jamu menjadi sarana konkret untuk menunjukkan bahwa lembaga pendidikan agama dapat terlibat dalam produksi tanpa kehilangan orientasi spiritual. Selama ini sebagian masyarakat memandang pesantren sebagai tempat belajar agama yang terpisah dari urusan ekonomi. Al-Qomar memperlihatkan bahwa pesantren dapat mengelola usaha yang menghasilkan pendapatan, membuka kerja, dan mendidik santri mengenai kemandirian. Ekonomi tidak dipahami sebagai sesuatu yang bertentangan dengan agama, tetapi sebagai medan pengamalan nilai kejujuran, amanah, kerja keras, dan kemanfaatan sosial.

Model ekonomi seperti ini berbeda dari usaha komersial biasa. Orientasi keuntungan tetap ada karena usaha harus hidup dan berkembang, tetapi keuntungan diarahkan kembali untuk kepentingan lembaga dan masyarakat. Hasil penjualan digunakan untuk menopang pesantren, membantu pembiayaan santri, dan memperkuat program pendidikan. Karena itu, Al-Qomar dapat dibaca sebagai social enterprise berbasis pesantren. Usaha ini memiliki dimensi komersial, tetapi sekaligus memiliki misi sosial dan pendidikan yang jelas.

Konteks ini menjelaskan mengapa Al-Qomar mampu bertahan meskipun menghadapi keterbatasan

modal, teknologi, dan legalitas pada fase awal. Modal utamanya bukan hanya uang, melainkan kepercayaan. Kepercayaan itu dibangun dari reputasi kiai, pengalaman pasien, keterlibatan santri, dan jaringan alumni. Dalam masyarakat yang masih kuat hubungan komunalnya, kepercayaan dapat menjadi modal ekonomi yang sangat berharga. Produk yang dipercaya akan lebih mudah diterima, direkomendasikan, dan dibela oleh komunitasnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Industri jamu tradisional Al-Qomar lahir dari praktik kethabiban DR. KH. M. Komari Saifulloh di lingkungan Pondok Pesantren Sunan Kalijaga, Desa Pakuncen. Praktik pengobatan yang semula ditujukan untuk membantu pasien berkembang menjadi usaha jamu karena permintaan masyarakat semakin besar. Dengan dukungan keluarga, santri, masyarakat, dan pesantren, Al-Qomar tumbuh sebagai industri tradisional yang menggabungkan bahan herbal lokal, pengetahuan empiris, dan nilai spiritual Islam.

Perkembangan Al-Qomar pada tahun 1997-2015 menunjukkan proses transformasi yang adaptif. Fase 1997-1999 ditandai oleh pertumbuhan awal berbasis kepercayaan pasien, pemasaran lisan, dan jaringan alumni. Fase 2000-2010 menjadi masa penguatan kelembagaan melalui legalitas, LM3, dan izin PIRT. Fase 2011-2015 memperlihatkan konsolidasi pasar serta awal adaptasi digital melalui media sosial, WhatsApp, dan marketplace. Perjalanan ini menunjukkan bahwa usaha tradisional dapat bertahan ketika mampu menyesuaikan diri dengan regulasi dan perubahan perilaku konsumen.

Pengaruh Al-Qomar terhadap kehidupan sosial ekonomi bersifat luas. Bagi pesantren, industri ini menjadi sumber kemandirian ekonomi. Bagi santri, Al-Qomar menjadi ruang pendidikan kewirausahaan berbasis praktik. Bagi alumni, produk ini menjadi sarana distribusi dan dakwah ekonomi. Bagi masyarakat Desa Pakuncen, Al-Qomar menyediakan peluang kerja, memperkuat identitas lokal, serta menciptakan hubungan ekonomi berbasis komunitas. Dengan demikian, Al-Qomar bukan hanya produk jamu, tetapi juga model pemberdayaan pesantren yang menghubungkan tradisi, agama, ekonomi, dan pendidikan.

Ke depan, Al-Qomar perlu memperkuat standardisasi produksi, sertifikasi, manajemen pengetahuan, regenerasi tenaga peracik, dan pemasaran digital. Pemerintah daerah dapat membantu melalui pendampingan legalitas, promosi UMKM, serta pengembangan Desa Pakuncen sebagai ruang edukasi jamu berbasis pesantren. Penelitian berikutnya dapat memperdalam kajian mengenai strategi digital pasca-2015, perbandingan Al-Qomar dengan industri jamu pesantren lain, serta dokumentasi pengetahuan herbal-spiritual sebagai warisan intelektual komunitas.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk. *Nganjuk dalam Angka 2010*. Nganjuk: BPS, 2010.

B. Wawancara

DAFTAR PUSTAKA

A. Arsip & Dokumen

¹⁷ S. J. Beers, *Jamu: The Ancient Indonesian Art of Herbal Healing* (Singapore: Periplus Editions, 2001), 42.

¹⁸ M. Tilaar dan B. T. Widjaja, *The Power of Jamu: Kekayaan dan Kearifan Lokal Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 45.

Samino. Wawancara oleh penulis. Pengurus pondok pesantren, 28 Juli 2023, pukul 19.30.

Kalijaga Desa Pakuncen, Patianrowo, Nganjuk.” Skripsi, IAIN Kediri, 2016.

C. Buku

- Agoes, A. *Kapita Selekta Farmakologi dan Obat Tradisional*. Bandung: Angkasa, 1983.
- Beers, S. J. *Jamu: The Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*. Singapore: Periplus Edition, 2001.
- Kasdi, A. *Memahami Sejarah*. Surabaya: Unesa University Press, 2005.
- Tilaar, M., dan B. T. Widjaja. *The Power of Jamu: Kekayaan dan Kearifan Lokal Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

D. Jurnal Ilmiah

- Jannah, M., dan L. M. Baga. “Penguatan Ekonomi Pesantren melalui Pemberdayaan Santri: Studi di Pesantren Agroindustri.” *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 25, no. 1 (2017): 45–56.
- Mubarok, M. Z. “Tradisi Jamu dalam Pengobatan Islam Nusantara: Antara Warisan Budaya dan Terapi Spiritual.” *Jurnal Kebudayaan Islam* 17, no. 1 (2019): 85–100.
- Rahman, M. “Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Wirausaha Santri: Studi di Pesantren Rural Jawa Timur.” *Jurnal Ekonomi dan Sosial Keislaman* 5, no. 1 (2017): 45–58.
- Rohman, A. “Peran Pesantren dalam Pelestarian Pengobatan Tradisional: Kajian pada Pesantren-Pesantren di Jawa Timur.” *Jurnal Komunitas* 12, no. 1 (2020): 55–70.
- Saefuddin, A. “Pengobatan Tradisional dan Spiritualitas Islam: Studi Kasus Praktik Pengobatan Alternatif di Pesantren Jawa.” *Jurnal Ushuluddin* 26, no. 2 (2018): 117–132.
- Saifulloh, M. K. “Praktik Pengobatan Islam di Pesantren Sunan Kalijaga: Integrasi Ayat Qur’an dan Ramuan Herbal.” *El-Buhuth: Jurnal Studi Islam dan Ilmu-Ilmu Sosial* 4, no. 2 (2023): 88–100.
- Sumarni, E. “Legalitas Usaha Ekonomi Pesantren dan Dampaknya terhadap Kemandirian Lembaga Pendidikan Islam.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2021): 145–160.
- Syaifullah, K. “Pemasaran Produk Halal Berbasis Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Kasus Jamu Al-Qomar.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2019): 22–30.
- Witasari, N., A. Prabowo, dan H. Yulianto. “Jamu, Obat Tradisional Asli Indonesia: Pasang Surut Perkembangan dan Tantangannya.” *Jurnal Jamu Indonesia* 10, no. 2 (2025): 85–92.

E. Internet

- Jatim NU Online. “Jamu Al Qomar, Produk Pesantren Sunan Kalijaga Nganjuk yang Mendunia.” 14 Desember 2020.

F. Skripsi

- Ni’amah, R. S. “Komunikasi Pemasaran Jamu Al-Qomar di Pondok Pesantren Sunan