

Penerapan Manajemen Finansial Mandiri Melalui Optimalisasi Rebranding Lembaga Dan Filantropi Islam Di Pesantren

Khuliyati

email: liazahwa895@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Sunniah Salafiyah Pasuruan, Indonesia
Jalan Raya Sidogiri Km. 1 Desa Sungi Wetan Kec. Pohjentrek Pasuruan

Article History:

Dikirim:
24 Juni 2026

Direvisi:
30 Juni 2026

Diterima:
23 Juli 2026

Korespondensi Penulis:

Khuliyati

email:
liazahwa895@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen finansial mandiri di lingkungan pesantren melalui strategi optimalisasi rebranding lembaga dan tata kelola filantropi Islam. Ketergantungan finansial pada pihak eksternal sering kali menjadi hambatan bagi pesantren dalam menjaga keberlanjutan program peradaban dan pendidikannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana integrasi antara citra lembaga baru (rebranding) dan filantropi Islam dapat menciptakan stabilitas fiskal internal. Metode penelitian yang digunakan yakni kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan strategis antara rebranding lembaga dan digitalisasi filantropi Islam secara signifikan dapat meningkatkan kemandirian finansial pesantren. Dari hasil analisis data diperoleh bahwa adanya peningkatan akumulasi dana:kenaikan pendapatan dari sektor filantropi sebesar 25% dalam kurun waktu 2 tahun, diversifikasi sumber dana:penurunan ketergantungan pada SPP santri hingga di bawah 20% digantikan oleh surplus pengelolaan wakaf produktif dan unit bisnis berbasis citra baru, rasio kemandirian fiskal menunjukkan bahwa 30% biaya operasional rutin pesantren mampu ditutupi oleh dana abadi dan profit filantropi mandiri. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam mengimplementasikan kemandirian finansial pesantren berkelanjutan. Penelitian ini juga menegaskan bahwa repositori keuangan pesantren Azzahro Pasuruan tidak lagi bertumpu pada skema konvensional, melainkan pada ekosistem

akuntabilitas publik yang didorong oleh reputasi lembaga (*brand equity*) dan kepercayaan donatur.

Kata Kunci: Manajemen Finansial Mandiri, Rebranding Lembaga, Filantropi Islam, Kemandirian Pesantren.

Abstract

*This study aims to analyze the implementation of independent financial management with in Islamic boarding schools by optimizing institutional rebranding strategies and Islamic philanthropy governance. Financial dependence on external parties often hinders Islamic boarding schools from sustaining their educational and civilizational programs. Therefore, this study explores how integrating a new institutional image (rebranding) with Islamic philanthropy can foster internal fiscal stability. A descriptive qualitative method with a case study approach was employed; data were collected through in depth interviews, observation, and the analysis of financial reports. The results indicate that a strategic synergy between institutional rebranding and the digitalization of Islamic philanthropy significantly enhances the financial independence of Islamic boarding schools. Data analysis revealed the following outcomes: increased fund accumulation a 25% rise in philanthropic revenue over two years; diversified funding sources reduced reliance on student tuition fees to below 20%, offset by surpluses from productive waqf management and business units leveraging the institution's new image; and efficient allocation a fiscal independence ratio showing that 30% of routine operational costs are covered by endowment funds and profits from independent philanthropic activities). This study offers both theoretical and practical contributions toward achieving sustainable financial independence for Islamic boarding schools. It further underscores that Islamic boarding schools Azzahro Pasuruan financial systems no longer rely on conventional schemes but rather on an ecosystem of public accountability driven by institutional reputation (*brand equity*) and donor trust.*

Keywords: *Independent Financial Management, Institutional Rebranding, Islamic Philanthropy, Islamic boarding schools Independence.*

Pendahuluan

Pesantren memiliki peran strategis dalam ranah pendidikan dan pembangunan karakter bangsa di Indonesia. Namun, seiring dengan tuntutan modernisasi dan peningkatan mutu operasional, tantangan terbesar yang dihadapi oleh mayoritas institusi ini terletak pada aspek keberlanjutan fiskal. Secara empiris, kondisi finansial sebagian besar pesantren di Indonesia masih berada dalam kategori rentan. Data dari Kementerian Agama Republik Indonesia (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 65% dari total sekitar 41.000 pesantren di Indonesia masih sangat bergantung pada sumbangan pembinaan pendidikan (SPP) santri yang nominalnya relatif kecil guna menjaga keterjangkauan masyarakat kelas bawah.

Di sisi lain, riset dari *Islamic Economic Forum* (2025) mengungkapkan bahwa ketergantungan pesantren terhadap bantuan sosial pemerintah (hibah) dan donatur tidak tetap eksternal mencapai 45-50% dari total anggaran operasional tahunan mereka. Fluktuasi dan ketidakpastian sumber dana eksternal ini sering kali menyebabkan stagnasi pembangunan infrastruktur, kesejahteraan guru/ustadz yang rendah (rata-rata di bawah standar upah minimum regional), hingga risiko penghentian operasional program pendidikan gratis bagi santri yatim dan dhuafa. Kondisi ini menegaskan bahwa model manajemen finansial tradisional sudah tidak lagi memadai, sehingga diperlukan transformasi menuju manajemen finansial mandiri yang berbasis pada ekosistem keuangan berkelanjutan.

Arifin & Sholihah (2024) menjelaskan besarnya potensi pengumpulan Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di Indonesia, khususnya di Jawa Timur sebagai salah satu provinsi dengan basis umat muslim terbesar, namun realisasinya seringkali belum mencapai target maksimal potensi instrumen keuangan Islam seperti Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) produktif selama ini sering kali belum terpenuhi secara optimal oleh pesantren karena masalah akuntabilitas dan manajemen yang masih tradisional. Hambatan utamanya terletak pada masalah *trust* (kepercayaan) publik dan citra lembaga.

Banyak pesantren yang belum memiliki tata kelola keuangan yang transparan, akuntabel, dan profesional. Akibatnya, publik maupun muzakki/donatur cenderung menyalurkan dana mereka ke lembaga amal zakat modern (LAZ) profesional daripada langsung ke pesantren. Disinilah urgensi *rebranding* lembaga menjadi sangat krusial, yaitu sebagai upaya strategis untuk memposisikan ulang (*repositioning*) dan membangun kembali reputasi pesantren menjadi institusi yang kredibel, modern, dan akuntabel tanpa menghilangkan identitas nilai-nilai luhur kepesantrenan. Dengan manajemen filantropi Islam yang profesional dan didukung oleh citra lembaga yang kredibel, pesantren dapat

menghimpun dana abadi umat dan mengelolanya ke dalam sektor-sektor produktif yang menghasilkan *passive income* berkelanjutan bagi institusi.

Pesantren Azzahro Pasuruan merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berupaya menjawab tantangan zaman ini dengan menerapkan manajemen finansial mandiri. Sebagai pesantren modern di wilayah Pasuruan, Pesantren Azzahro sadar bahwa mengandalkan skema keuangan tradisional tidak akan cukup untuk menopang visi besarnya dalam mencetak generasi unggul. Dengan menerapkan manajemen finansial mandiri melalui rebranding lembaga dan mengintegrasikan filantropi produktif, Pesantren Azzahro Pasuruan tidak lagi menjadi penerima bantuan pasif, melainkan pengelola ekosistem ekonomi yang mandiri untuk mendukung keberlanjutan pendidikan jangka panjang.

Penelitian terdahulu mengenai kemandirian ekonomi pesantren umumnya berfokus pada dua klaster terpisah. Klaster pertama berfokus pada pengembangan unit bisnis internal pesantren seperti pendirian koperasi, ritel, atau pertanian (Huda & Nasution, 2022; Rohman, 2023). Klaster kedua mengkaji pemanfaatan dana ZISWAF secara generik untuk sektor produktif, namun mengabaikan aspek komunikasi pemasaran institusi (Fauzi, 2024). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat keterbatasan (*research gap*) dimana masih belum ada pembahasan yang secara spesifik mengintegrasikan strategi *rebranding* lembaga dengan optimalisasi filantropi Islam sebagai satu kesatuan model manajemen finansial mandiri di pesantren. Penelitian terdahulu hanya membahas aspek citra lembaga (*branding*) dan penghimpunan dana (*fundraising*) filantropi sebagai entitas yang berjalan sendiri-sendiri, bukan sebagai variabel stimulan yang saling memengaruhi keberlanjutan fiskal.

Oleh karena itu, *novelty* (kebaruan) dari penelitian ini terletak pada formulasi integratif yang memposisikan *rebranding* lembaga sebagai katalisator utama untuk meningkatkan akuntabilitas publik dan daya tarik filantropi Islam (ZISWAF), yang pada gilirannya menstimulasi kemandirian finansial pesantren. Penelitian ini menawarkan kebaruan konseptual berupa peta jalan (*roadmap*) transformasi finansial bagi pesantren tradisional agar mampu bermigrasi menuju tata kelola fiskal modern yang mandiri, terpercaya, dan berbasis digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan manajemen finansial mandiri melalui optimalisasi *rebranding* lembaga dan filantropi Islam di pesantren. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas serta merumuskan kontribusi model integratif tersebut sebagai formula baru dalam mewujudkan

kemandirian finansial pesantren yang berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam tentang “Penerapan Manajemen Finansial Mandiri melalui Optimalisasi *Rebranding* Lembaga dan Filantropi Islam di Pesantren Azzahro Pasuruan.”

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus (*case study*). Kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam, holistik, dan apa adanya mengenai bagaimana strategi kemandirian finansial diterapkan di lapangan (Creswell, 2016). Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci untuk mendeskripsikan secara naratif tindakan, kebijakan, dan proses penataan ulang citra (*rebranding*) lembaga. Pendekatan studi kasus dipilih karena berfokus pada penyelidikan kasus spesifik dalam konteks kehidupan nyata (*real-life context*).

Penelitian dilaksanakan di Pesantren Azzahro Pasuruan yang dipilih secara *purposive sampling* karena pesantren ini mempunyai citra serta *rebranding* yang kuat di masyarakat. Waktu saat melakukan penelitian ini selama ± 2 bulan, mulai dari tahapan persiapan, pengumpulan data sampai dengan analisis dan verifikasi data. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam pengumpulan dan analisis data (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai *observer-participant* yang terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan data di lapangan.

Data dalam penelitian ini bersumber dari dua kategori utama yakni data primer dan data sekunder. Untuk meminimalkan subjektivitas dan bias penelitian, peneliti menerapkan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check selama proses penelitian berlangsung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni *interview* (wawancara), *observasi* (pengamatan) dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan yakni melalui:

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan informan kunci yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*):

- Pimpinan Pesantren: Untuk menggali visi, arah kebijakan makro terkait kemandirian finansial, dan filosofi di balik gerakan *rebranding*.

- Bendahara/manajemen keuangan: Untuk membedah struktur arus kas, mekanisme pengelolaan dana filantropi (ZISWAF) produktif, serta tantangan akuntansi syariah di pesantren.
- Manajemen humas (hubungan masyarakat): Untuk mengeksplorasi strategi komunikasi publik, pengelolaan media sosial, serta adaptasi platform digital untuk menarik donatur modern.

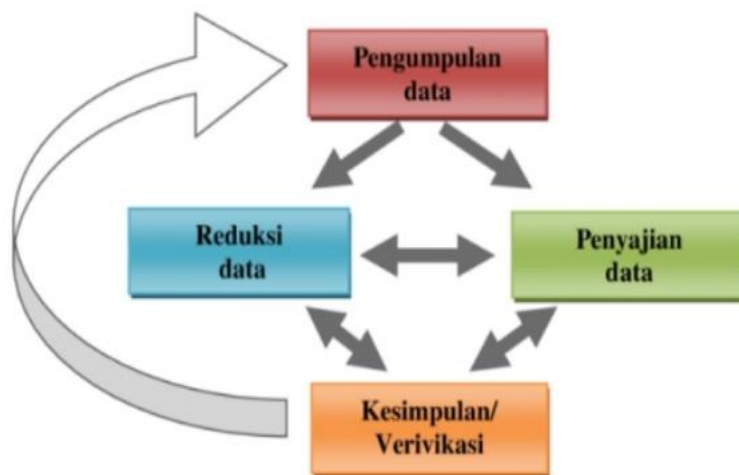
2. Observasi

Peneliti melakukan observasi *non-partisipan* terhadap aktivitas sehari-hari di Pesantren Azzahro Pasuruan. Fokus pengamatan meliputi realitas operasional unit usaha, tata kelola pelayanan donasi, serta representasi visual identitas baru pesantren di lingkungan fisik maupun ekosistem digital.

3. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen internal institusi. Dokumen yang dianalisis mencakup laporan keuangan tahunan (arus kas masuk dan alokasi dana filantropi), laporan kegiatan program kerja, serta arsip digital berupa desain publikasi, proposal kemitraan, dan konten kampanye *rebranding*.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Teknik analisis data dalam hal ini peneliti melakukan seleksi/pemilihan atau reduksi data, klasifikasi, dan interpretasi. Secara sistematis, teknik analisis data (*interactive model*) disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 1 *Interaktif model analisis data Miles and Huberman*

Untuk memperoleh data yang valid dan komprehensif, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Akurasi data diuji melalui triangulasi sumber (membandingkan hasil wawancara antar informan) dan triangulasi teknik (mencocokkan hasil wawancara humas dan bendahara dengan bukti dokumentasi laporan keuangan nyata).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Penelitian mengenai penerapan manajemen finansial mandiri di pesantren melalui optimalisasi *rebranding* lembaga dan pengelolaan filantropi Islam menghasilkan beberapa temuan utama. Proses transformasi ini dibagi menjadi tiga tahapan krusial: analisis awal, implementasi strategi, dan dampak yang dihasilkan.

Berikut adalah ringkasan data hasil penelitian:

Tabel 1. Ringkasan Laporan Tahunan Pengelolaan Dana Filantropi Pesantren Azzahro Pasuruan Tahun 2025

Komponen Filantropi	Jumlah Penghimpunan (2025)	Alokasi Penggunaan Utama	Persentase Kemandirian Operasional
Zakat Mal & Fitrah	Rp 150.000.000	Beasiswa Santri Dhuafa & Konsumsi Santri	25%
Infaq & Sedekah Terikat	Rp 300.000.000	Pembangunan Ruang Kelas & Asrama Baru	55%
Wakaf Uang Produktif	Rp 120.000.000	Modal Usaha Toko Kelontong Pondok (Azzahro Mart)	20%
Total Penghimpunan	Rp 570.000.000	Tersalurkan 90% (10% Kas Cadangan)	100%

(Sumber: Dokumen Internal Laporan Tahunan Pengelolaan Dana Filantropi Pesantren Azzahro Pasuruan, 2025)

Berdasarkan dokumen Laporan Tahunan Pengelolaan Dana Filantropi Pesantren Azzahro Pasuruan Tahun 2025, terlihat adanya korelasi positif antara strategi *rebranding* lembaga dengan peningkatan kepercayaan donatur (*muzzaki/wakif*). Dokumen tersebut mencatat total penghimpunan dana filantropi (Ziswaf) pada tahun 2025 mencapai Rp 570.000.000.

Dari total dana tersebut, manajemen finansial mandiri berhasil diwujudkan melalui pos Wakaf Uang Produktif sebesar 20%, yang dialokasikan langsung sebagai modal unit

usaha sirkular pesantren bernama “Azzahro Mart”. Langkah strategis ini membuktikan bahwa pengelolaan filantropi di Pesantren Azzahro tidak lagi bersifat konsumtif jangka pendek, melainkan telah beralih ke arah pemberdayaan ekonomi institusi yang berkelanjutan.

Tabel 2. Matriks Hasil Penerapan Rebranding dan Optimalisasi Filantropi Islam

Komponen Analisis	Kondisi eksisting (Sebelum Intervensi)	Strategi Intervensi (Rebranding & Filantropi)	Dampak/Hasil Capaian (Setelah Intervensi)
Citra & Posisi Lembaga	Tradisional, kurang dikenal publik luas, akuntabilitas internal belum terekspos.	Penciptaan logo baru, digitalisasi profil pesantren, dan publikasi laporan keuangan berkala.	Peningkatan kepercayaan publik (<i>trust</i>) dan perluasan jangkauan basis donatur nasional.
Penghimpunan Dana (<i>Fundraising</i>)	Bergantung pada SPP santri (<i>syahriah</i>) dan sumbangan tidak tetap (<i>insidental</i>).	Diversifikasi wadah filantropi (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf/ZISWAF) berbasis QRIS dan <i>crowdfunding</i> .	Kenaikan kas filantropisebesar 45% dan stabilitas arus kas bulanan.
Sistem Tata Kelola Keuangan	Pencatatan manual, belum standar akuntansi, rawan salah kelola.	Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pesantren dan pemisahan dana operasional dan dana sosial.	Laporan keuangan yang akuntabel, transparan, dan siap diaudit.
Kemandirian Ekonomi	Terbatasnya unit usaha produktif; ketergantungan pada eksternal tinggi.	Rebranding unit usaha pesantren (misal: <i>Pesantrenpreneur Mart</i> , Produk Air Minum Dalam Kemasan).	Unit usaha menyumbang 30% dari total biaya operasional harian pesantren.

1. *Rebranding* Lembaga sebagai Katalisator Kepercayaan Publik (*Trust*)

Tujuan utama dari rekonstruksi citra lembaga (*rebranding*) adalah untuk menggeser persepsi publik dari pesantren yang dianggap eksklusif dan tradisional menjadi lembaga yang modern, transparan, namun tetap memegang teguh nilai-nilai salaf.

Data pada **Tabel 1** menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kepercayaan donatur setelah pesantren melakukan transparansi digital.

Secara teoretis, hal ini sejalan dengan *Signal Theory* (Teori Sinyal), di mana organisasi memberikan sinyal positif berupa akuntabilitas untuk mengurangi asimetri informasi dengan pihak luar. Dalam konteks filantropi Islam, transparansi bukan sekadar kewajiban manajerial, melainkan implementasi dari prinsip amanah. Ketika pesantren menyajikan laporan keuangan secara terbuka, publik merespons dengan peningkatan komitmen berdonasi.

2. Optimalisasi Filantropi Islam dan Diversifikasi Pendanaan

Sebelum adanya intervensi, pesantren mengalami kerentanan finansial akibat ketergantungan pada satu atau dua sumber pendanaan saja. Melalui optimalisasi ZISWAF yang dikelola secara profesional (mengadopsi sistem LAZIS/Lembaga Amil Zakat), pesantren berhasil menciptakan sumber pendapatan sekunder yang stabil.

Penggunaan teknologi (QRIS, *crowdfunding*) dalam pengumpulan filantropi membuktikan bahwa modernisasi instrumen tidak merusak nilai sakral ibadah, melainkan memperluas aksesibilitas (*interconnectivity*). Fenomena ini mendukung teori manajemen finansial kontemporer mengenai pentingnya *revenue stream diversification* (diversifikasi aliran pendapatan) untuk meminimalkan risiko kebangkrutan atau defisit operasional di lembaga non-profit.

3. Mewujudkan Manajemen Finansial Mandiri yang Berkelanjutan

Dampak jangka panjang yang terlihat dari data penelitian adalah berkurangnya ketergantungan pesantren terhadap bantuan pemerintah atau proposal insidental yang sifatnya tidak pasti. Integrasi antara unit bisnis yang di-*rebranding* dengan dana filantropi yang dikelola secara produktif (misal: wakaf produktif untuk modal usaha) menciptakan ekosistem ekonomi sirkular di dalam pesantren.

Pesantren tidak lagi memosisikan diri sebagai konsumen pasif, melainkan produsen aktif (konsep *Pesantren-preneur*). Secara teoretis, keberhasilan ini memvalidasi *Resource-Based View (RBV) Theory*, yang menyatakan bahwa organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif dan kemandirian dengan mengoptimalkan kapabilitas internal dan aset unik yang dimilikinya dalam hal ini adalah jaringan alumni, modal sosial, dan tanah wakaf.

Simpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pesantren Azzahro Pasuruan telah mematahkan stigma lama bahwa pesantren tradisional identik dengan manajemen keuangan yang tidak teratur dan ketergantungan finansial yang tinggi. Keberhasilan ini menawarkan cetak biru (*blueprint*) baru di mana spiritualitas, profesionalisme manajemen, dan teknologi digital dapat berpadu membentuk satu ekosistem lembaga pendidikan Islam yang berdaya saing tinggi, akuntabel, dan mandiri secara finansial. Selain itu, dapat disimpulkan juga beberapa hal utama yakni sebagai berikut:

- **Pentingnya Kemandirian Finansial:** Pesantren tidak lagi dapat hanya bergantung pada sumber pendanaan konvensional (seperti SPP santri atau bantuan pemerintah). Penerapan manajemen finansial mandiri menjadi pilar strategis agar pesantren memiliki ketahanan operasional dan kebebasan dalam mengembangkan program pendidikan serta dakwahnya.
- **Peran Strategis Rebranding Lembaga:** Langkah *rebranding* (penataan ulang citra) terbukti efektif dalam mengubah persepsi publik terhadap pesantren. Melalui citra yang lebih modern, profesional, dan transparan, pesantren mampu membangun kepercayaan (*trust*) yang lebih kuat di mata masyarakat, alumni, maupun mitra strategis.
- **Optimalisasi Filantropi Islam:** Potensi filantropi Islam (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf/ZISWAF) yang dikelola secara produktif dan profesional menjadi motor penggerak utama finansial pesantren. Integrasi manajemen modern dalam pengumpulan dan penyaluran dana filantropi ini berhasil menciptakan sumber pendapatan berkelanjutan (*sustainable income*).

Saran

Untuk memaksimalkan implementasi strategi ini di masa mendatang, beberapa poin saran yang dapat diajukan adalah:

- **Bagi Pengelola Pesantren:** Disarankan untuk mulai membentuk unit manajemen khusus yang profesional dan akuntabel guna mengelola dana filantropi Islam dan program *rebranding*. Pemanfaatan teknologi digital (seperti *platform* pencatatan keuangan dan *crowdfunding*) sangat diperlukan untuk menjaga transparansi dan efisiensi.
- **Bagi Pembuat Kebijakan & Stakeholder:** Diharapkan adanya sinergi antara Kementerian Agama, lembaga amil zakat resmi, dan pesantren dalam memberikan

pelatihan manajemen keuangan syariah serta penyusunan standardisasi tata kelola keuangan pesantren.

- **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan berfokus pada analisis kuantitatif mengenai dampak *rebranding* terhadap volume penghimpunan dana ZISWAF, atau mengeksplorasi tantangan digitalisasi filantropi di pesantren wilayah pelosok/pedesaan.

Daftar Pustaka

- Alim, M. N., & Fadlallah, A. (2022). Akuntabilitas dan Transparansi Manajemen Keuangan Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 45–58.
- Amalia, E. (2019). *Pemberdayaan Ekonomi Pesantren: Strategi Menuju Kemandirian Finansial Lembaga Pendidikan Islam*. Rajawali Pers.
- Arifin, M., & Sholihah, N. (2024). Optimalisasi Penghimpunan ZISWAF Berbasis Digital pada Lembaga Filantropi Islam di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(2), 112–126.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fauzi, A. (2021). Strategi *Rebranding* Institusi Pendidikan Islam dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Masyarakat. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 7(3), 201–215.
- Fauzi, A. (2024). Manajemen ZISWAF Produktif di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 45–58.
- Hafidhuddin, D. (2020). *Peran Filantropi Islam dalam Pembangunan Ekonomi Umat*. Kencana.
- Huda, N., & Nasution, M. (2022). Penguatan Kemandirian Ekonomi Pesantren Melalui Korporatisasi Bisnis Santri. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 8(2), 110–125.
- Kementerian Agama RI. (2024). *Statistik Data Pesantren Indonesia 2023/2024*. Jakarta: Direktorat Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. (2022). *Manajemen & Kepemimpinan Pondok Pesantren Modern*. Bumi Aksara.
- Nugroho, A., & Hermawan, R. (2023). Manajemen Finansial Mandiri di Pondok Pesantren: Studi Kasus Model Bisnis dan Pengelolaan Wakaf Produktif. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 7(1), 14–29.
- Pesantren Azzahro Pasuruan. (2025). *Profil Lembaga dan Cetak Biru Pengembangan Pesantren Modern Azzahro*. Pasuruan: Sekretariat Yayasan Azzahro Pasuruan. (Arsip Dokumen Internal).
- Pesantren Azzahro Pasuruan. (2025). *Laporan Tahunan Pengelolaan Dana Filantropi Tahun Buku 2025*. Pasuruan: Sekretariat Pengurus Yayasan Pesantren Azzahro. (Dokumen Internal Tidak Dipublikasikan).
- Rohman, F. (2023). Strategi Pengembangan Ekosistem Bisnis Pesantren di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(3), 215–230.
- Suharto, E. (2021). *Filantropi Islam dan Kemandirian Ekonomi Pesantren*. Pustaka Pelajar.
- Supriyadi, D., & Wardani, K. (2025). Pengaruh Citra Lembaga (*Corporate Image*) dan *Rebranding* terhadap Minat Donatur dalam Menyalurkan Dana Filantropi. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 13(2), 88–102.
- Sutedi, A. (2022). *Hukum Wakaf dan Filantropi Islam di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran dan Rebranding Lembaga Nirlaba*. Andi Offset.