

Perencanaan Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah

Nuha Nabila Aswari,¹ Cecep Castrawijaya²

^{1,2}UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

¹Email: nuha_nabila23@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRACT

Planning entrepreneurial innovation in da'wah institutions is a strategic effort to combine social and religious missions with entrepreneurial principles. The aim of this planning is to increase the economic independence of Da'wah institutions, expand their reach, and make a greater contribution to society. Entrepreneurial innovation involves developing business models that are in line with Islamic values, diversifying funding sources, and utilizing digital technology to optimize operations and da'wah activities. The planning process starts with analyzing the needs and potential of the institution, determining the entrepreneurial vision and mission that are in line with the goals of Da'wah, and then implementing innovative programs. The main challenge in implementation is maintaining a balance between commercial objectives and missionary objectives, as well as creating a model that is sustainable in the long term. We hope that da'wah institutions can achieve economic independence and strengthen their position as agents of social change with broad impacts through effective planning.

Keywords: *Planning, Entrepreneurial Innovation, and Islamic Propagation Institutions*

ABSTRAK

Penelitian jurnal ini adalah kualitatif dengan topik Perencanaan Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah dapat dilakukan untuk memahami bagaimana lembaga dakwah mengembangkan dan merencanakan inovasi dalam konteks kewirausahaan untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih efektif. Dalam penelitian ini, berbagai pendekatan dan metode dapat digunakan untuk menggali data dan informasi yang berkaitan dengan perencanaan, implementasi, serta tantangan yang dihadapi oleh lembaga dakwah dalam mengintegrasikan kewirausahaan. Perencanaan inovasi kewirausahaan di lembaga dakwah merupakan upaya strategis dalam memadukan misi sosial keagamaan dengan prinsip-prinsip kewirausahaan. Tujuan dari perencanaan ini adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi lembaga dakwah, memperluas jangkauan dakwah, dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi masyarakat. Inovasi kewirausahaan melibatkan pengembangan model bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, diversifikasi sumber pendanaan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk mengoptimalkan operasional dan kegiatan dakwah. Proses

perencanaan dimulai dari analisis kebutuhan dan potensi lembaga, penentuan visi dan misi kewirausahaan yang sejalan dengan tujuan dakwah, hingga implementasi program-program inovatif. Tantangan utama dalam implementasi adalah menjaga keseimbangan antara tujuan komersial dan tujuan dakwah, serta menciptakan model yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Dengan perencanaan yang baik, diharapkan lembaga dakwah dapat mencapai kemandirian ekonomi dan memperkuat posisinya sebagai agen perubahan sosial yang berdampak luas.

Kata Kunci: Perencanaan, Inovasi Kewirausahaan, dan Lembaga Dakwah

PENDAHULUAN

Lembaga dakwah memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai agama, meningkatkan spiritualitas umat, serta membina karakter masyarakat. Namun, seiring perkembangan zaman, lembaga dakwah juga menghadapi tantangan dalam menjaga kemandirian finansial dan keberlanjutan operasionalnya. Salah satu solusi untuk mengatasi tantangan tersebut adalah dengan mengembangkan kewirausahaan berbasis dakwah. Inovasi kewirausahaan dalam lembaga dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mendukung pendanaan operasional, tetapi juga sebagai wahana pemberdayaan umat. Dengan mengembangkan unit-unit usaha yang berlandaskan pada prinsip syariah, lembaga dakwah dapat menjadi motor penggerak ekonomi umat sekaligus menjaga misi dakwah yang diembannya. Perencanaan inovasi kewirausahaan di lembaga dakwah melibatkan beberapa aspek penting, di antaranya: Identifikasi Potensi dan Kebutuhan Pasar: Lembaga dakwah perlu mengenali peluang-peluang bisnis yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan berpotensi memberikan dampak positif secara sosial dan ekonomi (Arif et al., 2023).

Pengembangan Produk atau Jasa: Inovasi dalam bentuk produk atau jasa yang sesuai dengan syariah dan mendukung misi dakwah sangat penting untuk menarik minat konsumen dan mempengaruhi perubahan sosial. Manajemen dan Operasional: Agar usaha yang dibangun dapat berkembang secara berkelanjutan, lembaga dakwah perlu membentuk manajemen yang profesional dengan memperhatikan aspek syariah dan prinsip-prinsip bisnis modern. Sumber daya manusia: dalam proses ini, dibutuhkan pelatihan bagi kader dakwah yang akan terlibat dalam usaha, sehingga mereka memiliki kemampuan manajerial dan kewirausahaan yang memadai. Pembiayaan dan Kemitraan: Lembaga dakwah juga perlu merencanakan strategi

pembiayaan yang dapat berasal dari berbagai sumber, seperti zakat, infak, atau kemitraan dengan pihak eksternal. Dengan merencanakan inovasi kewirausahaan yang matang, lembaga dakwah tidak hanya dapat meningkatkan kemandirian finansialnya, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi pemberdayaan ekonomi umat. Selain itu, usaha-usaha yang dikembangkan bisa menjadi sarana dakwah itu sendiri, di mana nilai-nilai Islam dapat terintegrasi dalam aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Inovasi kewirausahaan berbasis dakwah ini juga diharapkan dapat meningkatkan citra lembaga dakwah sebagai agen perubahan sosial yang tidak hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga aktif dalam meningkatkan kesejahteraan umat secara menyeluruh (Aziz, 2017).

Inovasi kewirausahaan dalam lembaga dakwah merupakan upaya untuk memadukan nilai-nilai agama dengan kegiatan bisnis yang berkelanjutan. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi, lembaga dakwah tidak hanya berfokus pada kegiatan keagamaan dan pendidikan, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan lapangan kerja serta memberdayakan ekonomi umat. Melalui inovasi kewirausahaan, lembaga dakwah dapat mengembangkan sumber daya finansial secara mandiri, yang pada gilirannya mampu mendukung misi dakwah secara lebih luas dan efektif. Kewirausahaan dalam konteks lembaga dakwah tidak hanya berbicara soal keuntungan semata, tetapi juga mengenai bagaimana bisnis tersebut dapat memberikan manfaat sosial dan spiritual. Oleh karena itu, penting untuk merancang inovasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan bersama. Di tengah tantangan ekonomi yang semakin kompleks, lembaga dakwah dihadapkan pada kebutuhan untuk mengembangkan model bisnis yang tidak hanya mengandalkan donasi, tetapi juga mampu menghasilkan pendapatan secara berkelanjutan. Inovasi dalam kewirausahaan ini dapat meliputi pengembangan produk-produk halal, penyediaan layanan konsultasi syariah, pengelolaan wakaf produktif, hingga pendirian usaha sosial yang memberdayakan masyarakat. Melalui pendekatan ini, lembaga dakwah tidak hanya dapat memperkuat posisi finansial

mereka, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan ekosistem ekonomi syariah yang inklusif dan berkeadilan (Hayat & Abidin Riam, 2022).

Penelitian ini menggunakan kualitatif ini penting untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana lembaga dakwah dapat beradaptasi dengan perubahan zaman, dan bagaimana kewirausahaan dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai dakwah sambil menciptakan dampak positif bagi masyarakat. Pendekatan Kualitatif Menggunakan wawancara mendalam, focus group discussions (FGD), dan observasi untuk mendapatkan perspektif dari para pengelola dan pelaku dakwah yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan Pemilihan partisipan yang melibatkan pengurus lembaga dakwah, wirausahawan sosial, dan masyarakat yang terlibat dalam program kewirausahaan dakwah. Teknik wawancara semi-terstruktur, dokumentasi program kewirausahaan yang sudah ada, dan observasi terhadap kegiatan-kegiatan yang berlangsung di lembaga dakwah. Menggunakan analisis tematik untuk menggali informasi yang relevan dan untuk memahami pola serta hubungan yang muncul dari data yang terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini membahas ruang lingkup, dalam perencanaan merupakan suatu aktivitas yang sangat penting, dimana dalam manajemen fungsi perencanaan diposisikan sebagai fungsi yang fundamental, yang menandai bahwa penerapan fungsi ini menjadi sangat mendasar dan strategik. Berhasil atau tidaknya suatu aktivitas dalam sebuah perusahaan sangat berpengaruh dan didukung oleh optimalisasi perencanaan aktivitas tersebut dengan maksimal Menurut Michael Armstrong (1996) perencanaan sumber daya manusia adalah menaksir kebutuhan terhadap orang-orang di masa mendatang, baik yang berkenaan dengan jumlah, tingkat keahlian, kecakapan, serta merumuskan dan menerapkan rencana untuk memenuhi kebutuhan melalui rekrutmen, pelatihan, pengembangan, bahkan yang berkaitan dengan pengurangan (pengurangan biaya-biaya) dengan meningkatkan produktivitas dan tingkat kepemilikan yang dilakukan untuk memperkenalkan fleksibilitas dalam mempekerjakan orang-orang Menurut George R. Terry perencanaan adalah: *planning*

is the selecting and relating of fact and the making and using of assumption regarding the future in the visualization and formulating of proposed activities believed necessary to achieve desired result.

Integrasi Perencanaan SDM dengan Perencanaan Strategik Strategi sumber daya manusia merupakan strategi fungsional. Perencanaan SDM dapat menjadi strategi (jangka Panjang) atau taktik (jangka pendek atau khusus). Suatu perencanaan sumber daya manusia akan dikatakan strategis apabila perencanaan tersebut mampu membantu manajemen dalam mengantisipasi dan mengelola perubahan secara cepat. Adanya perencanaan SDM adalah untuk memastikan bahwa orang yang tepat berada pada tempat dan waktu yang tepat, maka dalam mencapai tujuan tersebut perencanaan SDM harus disesuaikan dengan rencana organisasi secara menyeluruh. Untuk itu dalam mencapai perencanaan SDM yang efektif harus ada integrasi antara perencanaan SDM dengan perencanaan strategik, pengintegrasian perencanaan SDM dengan perencanaan strategi memungkinkan perusahaan mengatasi masalah masalah (Castrawijaya, 2023).

Dakwah merupakan proses berkesinambungan dan perlu terus dilakukan perkembangan yang sesuai dengan idealitas yang diinginkan ataupun tuntutan realitas yang sedang dihadapi. Berdakwah tidak lepas dari strategi yang digunakan dalam penyampaian dakwah tersebut, dalam hal ini dinamakan strategi dakwah. Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses dalam menentukan cara untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri. Dakwah memiliki beberapa komponen di dalamnya yang saling terkait, yaitu subjek dakwah atau pelaku dakwah yang merupakan kewajiban bagi seorang laki-laki maupun perempuan, objek dakwah atau sasaran dakwah yaitu manusia, baik secara individu maupun kelompok atau masyarakat luas, material dakwah yang pada dasarnya berpedoman pada al-Qur'an dan al-Hadits yang menjadi sumber utama dalam berdakwah, metode dakwah yaitu tata cara penyampaian pesan dakwah yang mudah diterima, diyakini dan diamalkan oleh obyek dakwah, media dakwah yaitu alat yang digunakan oleh subyek dakwah dalam penyampaiannya sebagai penghubung

pesan-pesan dakwah dengan objeknya, dalam hal ini media dakwah dapat berupa lisan, audio visual, akhlak, serta melalui media berentrepreneur (DANU, 2023).

Perencanaan kewirausahaan dalam konteks lembaga dakwah adalah proses strategis yang dilakukan untuk mengembangkan kegiatan ekonomi yang dapat mendukung misi dakwah. Ini bertujuan untuk menciptakan sumber pendanaan mandiri dan berkelanjutan sehingga lembaga dakwah dapat terus menjalankan program-programnya tanpa terlalu bergantung pada donasi eksternal atau sumbangan. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam perencanaan kewirausahaan untuk lembaga dakwah:

Visi dan Misi Perencanaan kewirausahaan harus selaras dengan visi dan misi lembaga dakwah. Artinya, kegiatan usaha yang akan dijalankan harus tetap mencerminkan nilai-nilai Islam dan tidak bertentangan dengan tujuan dakwah. Identifikasi Kebutuhan dan Peluang Lembaga dakwah perlu menganalisis kebutuhan organisasi dan peluang bisnis yang ada di sekitarnya. Misalnya, apakah ada peluang untuk menjalankan usaha di sektor pendidikan, perdagangan halal, makanan, atau properti syariah yang dapat mendukung kegiatan dakwah. Penentuan Jenis Usaha Setelah melakukan analisis, lembaga perlu menentukan jenis usaha yang ingin dijalankan. Misalnya, usaha yang bersifat sosial seperti koperasi syariah, atau usaha komersial seperti toko buku Islami, katering makanan halal, atau pengelolaan acara (Murjiati, 2022).

Sumber daya perencanaan ini juga harus mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki lembaga, termasuk sumber daya manusia, keuangan, dan aset-aset lainnya. Perencanaan harus jelas tentang dari mana modal akan diperoleh, apakah dari investasi anggota, pinjaman syariah, atau hibah. Struktur organisasi dan manajemen dalam menjalankan usaha, lembaga dakwah perlu memiliki struktur organisasi yang baik. Meskipun tujuan utamanya adalah mendukung dakwah, pengelolaan yang profesional diperlukan agar usaha bisa berjalan efisien dan mencapai target finansial serta dakwah (Madya, 2018).

Pemasaran Strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk mempromosikan produk atau layanan yang dihasilkan. Karena lembaga dakwah umumnya memiliki

basis komunitas yang kuat, mereka bisa memanfaatkan jaringan dakwah untuk mempromosikan usaha yang sesuai dengan prinsip Islam. Pengelolaan Keuangan Lembaga dakwah harus memastikan bahwa pengelolaan keuangan dari kegiatan usaha dilakukan dengan transparan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pembagian keuntungan bisa digunakan untuk mendukung program dakwah, kegiatan sosial, dan juga untuk reinvestasi ke dalam usaha tersebut. Evaluasi dan Pengembangan Setiap usaha yang dilakukan harus dievaluasi secara berkala untuk melihat apakah usaha tersebut memberikan kontribusi yang signifikan bagi lembaga dakwah. Jika ada tantangan atau peluang baru, maka strategi usaha bisa dikembangkan lebih lanjut. Aspek Hukum dan Syariah Usaha yang dijalankan oleh lembaga dakwah harus mematuhi aturan hukum yang berlaku di negara tersebut, dan yang paling penting adalah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian) (Aziz, 2017).

Keberlanjutan usaha perencanaan kewirausahaan yang baik harus fokus pada keberlanjutan. Tujuan utama adalah memastikan usaha yang dijalankan mampu mendukung dakwah dalam jangka panjang, baik dari sisi finansial maupun dari dampak positif terhadap masyarakat. Contoh usaha yang bisa dilakukan oleh lembaga dakwah: Koperasi Syariah, yaitu koperasi yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah dapat membantu anggota dalam mengelola keuangan mereka dengan cara yang Islami (Istiqomah et al., 2023).

Usaha kuliner halal: mengelola restoran atau *catering* halal yang dapat melayani komunitas Muslim lokal. Pendidikan dan Pelatihan Islami: Membuka lembaga kursus, seminar, atau pelatihan Islami yang dapat mendidik masyarakat dalam berbagai bidang, mulai dari pendidikan agama hingga keterampilan kewirausahaan. Perencanaan kewirausahaan yang tepat, lembaga dakwah bisa menjadi lebih mandiri, memiliki dampak yang lebih luas, dan lebih fleksibel dalam menjalankan misinya. Model dakwah dapat dibedakan menjadi 2 macam yaitu 1) dakwah *bil lisan* yaitu dakwah yang dilakukan dengan menggunakan lisan, seperti halnya ceramah, khutbah, memberikan nasihat dan lain sebagainya, 2) dakwah *bil hal* yaitu dakwah yang dilakukan dengan

perbuatan atau tindakan nyata dan langsung dapat disaksikan dan dirasakan oleh objek dakwah, seperti halnya memberikan bantuan pendidikan kepada anak-anak, memberikan sumbangan kepada yang mendapat musibah, memberikan bantuan tenaga yang memiliki hajat. Saat ini banyak orang melakukan praktik bisnis tanpa memandang apakah praktik bisnis itu halal apa haram, mendatangkan manfaat yang besar bagi umat atau justru mendatangkan *mudharat* yang besar di kemudian hari (Nasihin & Zen, 2023).

Kewirausahaan lembaga dakwah adalah konsep yang menggabungkan nilai-nilai dakwah Islam dengan aktivitas kewirausahaan. Tujuan utamanya adalah menciptakan sumber pendanaan mandiri untuk mendukung kegiatan dakwah, sehingga tidak sepenuhnya bergantung pada sumbangan atau donasi eksternal. Beberapa aspek penting dalam pembahasan kewirausahaan di lembaga dakwah meliputi: (Sunardi & Sohib, 2020).

Tujuan kewirausahaan dalam dakwah adalah tersedianya sumber pendanaan mandiri: lembaga dakwah seringkali membutuhkan dana untuk operasional, program-program sosial, dan kegiatan keagamaan. Melalui kewirausahaan, mereka dapat memperoleh pemasukan berkelanjutan yang tidak hanya mengandalkan sumbangan. Penguatan kemandirian umat: Selain memenuhi kebutuhan lembaga, kewirausahaan juga bisa menjadi sarana pemberdayaan umat dengan menyediakan lapangan kerja dan mendukung ekonomi umat. Menyebarkan nilai Islam: usaha yang dijalankan oleh lembaga dakwah dapat menjadi media untuk menyebarkan nilai-nilai Islam, baik melalui produk yang dihasilkan, cara bisnis yang dijalankan, maupun etika bisnis yang diterapkan.

Model kewirausahaan lembaga dakwah salah satunya adalah bisnis sosial: model ini fokus pada usaha yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memiliki dampak sosial yang positif, seperti menyediakan layanan bagi masyarakat miskin atau membantu pemberdayaan ekonomi. Koperasi syariah: salah satu bentuk bisnis yang sering diadopsi oleh lembaga dakwah adalah koperasi berbasis syariah. Koperasi ini mengutamakan prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnisnya, seperti menghindari riba dan transaksi yang merugikan salah satu pihak. Produk halal dan

Islami: Lembaga dakwah dapat bergerak di sektor produk halal dan Islami, seperti makanan, pakaian, atau layanan berbasis syariah. Etika bisnis dalam Islam kewirausahaan yang dijalankan oleh lembaga dakwah harus mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, antara lain: kejujuran dan transparansi: setiap transaksi harus dilakukan dengan jujur dan tidak ada penipuan atau manipulasi informasi (Amiruddin et al., 2018).

Keadilan Bisnis harus dilakukan secara adil, tanpa eksploitasi baik terhadap pekerja, pelanggan, maupun mitra bisnis. Larangan riba transaksi bisnis tidak boleh mengandung unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian), atau maysir (judi). Amal dan tanggung jawab sosial keuntungan bisnis sebagian dialokasikan untuk kegiatan amal atau kegiatan sosial yang bermanfaat bagi umat. Tantangan dalam mewujudkan kewirausahaan lembaga dakwah modal dan sumber daya: tantangan utama adalah keterbatasan modal dan sumber daya manusia yang kompeten dalam mengelola usaha. Pengelolaan profesional: kewirausahaan memerlukan pengelolaan yang profesional dan berkelanjutan agar tetap berdaya saing dan tidak hanya bergantung pada niat baik, tetapi juga kemampuan manajerial. Keseimbangan antara dakwah dan bisnis: lembaga dakwah perlu menjaga keseimbangan antara fokus utama mereka dalam dakwah dengan aktivitas bisnis yang dijalankan agar tidak melenceng dari misi utamanya (Ar Rahmah, 2020).

Contoh kewirausahaan dalam lembaga dakwah pengelolaan lahan wakaf produktif: beberapa lembaga dakwah mengelola lahan wakaf dengan mengubahnya menjadi aset produktif, seperti perkebunan, pertanian, atau properti komersial, yang hasilnya digunakan untuk mendukung kegiatan dakwah. Toko atau usaha Islami: lembaga dakwah sering mendirikan toko yang menjual produk-produk Islami, seperti buku-buku keagamaan, pakaian muslim, atau produk halal. Pelatihan keterampilan berbasis dakwah: lembaga dakwah juga dapat menyediakan pelatihan keterampilan kepada anggota masyarakat, seperti pelatihan kewirausahaan, dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam materi pelatihan (Sunardi & Sohob, 2020).

Secara keseluruhan, kewirausahaan dalam lembaga dakwah berfungsi sebagai upaya untuk memperkuat lembaga dari sisi finansial sekaligus memberdayakan umat dan masyarakat dengan semangat dakwah yang lebih luas. Kewirausahaan di Indonesia tidak akan berkembang dan tidak dapat meningkatkan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan perhatian pemerintah serta kesadaran masyarakat dalam mengembangkan bidang kewirausahaan. Karena dengan berkembangnya kewirausahaan, dapat mengembangkan perekonomian Negara (Oktaviana Dewi et al., 2023). Contohnya, bertambahnya devisa Negara karena banyaknya investor yang menanamkan modalnya di Indonesia. Penduduk dapat membantu mewujudkan peningkatan perekonomian dengan berwirausaha dan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia di Indonesia. Dengan demikian omset dari usaha tersebut dapat menentukan pajak yang akan membantu menambah pendapatan negara. Perkembangan kewirausahaan juga dapat mengurangi jumlah pengangguran, jika demikian Negara Indonesia dapat terus berkembang bahkan menjadi negara maju (Satyawan et al., 2022).

Persaingan peradaban muslim mengarah kepada peningkatan kualitas hidup seseorang atau sekelompok orang. Kualitas itu bisa berupa kualitas finansial (harta), *scientific*, dan atau etika. Tulisan ini diharapkan dapat menjadi motivasi seseorang untuk dapat berkontribusi dalam berwirausaha sekaligus sebagai media dakwah. Kebutuhan manusia sangat beragam, persaingan dalam mencari kesejahteraan hidup semakin pesat. Manusia dituntut untuk lebih memiliki potensi diri, mengembangkan berbagai jenis usaha terus dilakukan demi tercukupinya kebutuhan hidup yang layak. Berwirausaha, berbisnis menjadi solusi tepat guna memenuhi kebutuhan hidup dan menjadikan taraf hidup lebih baik. *Management* dijadikan sebagai sudut pandang dalam praktik berwirausaha/berbisnis (Hendra & Saputri, 2019).

Bisnis tanpa dilandasi manajemen yang benar dan baik serta terukur tidak akan berjalan seimbang antara proses dan hasil yang hendak dicapai. Dengan penerapan manajemen yang baik, seorang wirausahawan dapat merencanakan organisasi bisnisnya guna memperoleh hasil yang maksimal, sesuai target waktu yang telah ditentukan. Kesejahteraan hidup tidak dapat diperoleh tanpa adanya usaha atau

kerja maksimal yang dilakukan secara terencana dengan baik, manajemen kewirausahaan/*entrepreneurship management* menjadi pilihan utama untuk menggapai semua itu (Arif et al., 2023).

PENUTUP

Inovasi kewirausahaan dapat menjadi sarana untuk memperluas jangkauan dakwah. Dengan memiliki usaha yang dikelola secara profesional, lembaga dakwah dapat memperoleh sumber pendanaan mandiri yang tidak bergantung pada donasi eksternal, serta memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Lembaga dakwah perlu memetakan sumber daya yang dimiliki, baik dari segi SDM, jaringan, maupun modal yang ada. Potensi internal seperti relawan atau sumber daya material dapat dioptimalkan untuk menjalankan berbagai usaha, misalnya usaha berbasis komunitas atau sosial. Produk atau layanan yang dihasilkan dari usaha lembaga dakwah harus sesuai dengan nilai-nilai Islam. Inovasi bisa muncul dari pengembangan produk halal, usaha berbasis syariah, atau layanan sosial yang memberikan nilai tambah kepada umat. Untuk mendukung inovasi kewirausahaan, penting bagi lembaga dakwah untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, terutama dalam aspek kewirausahaan dan manajemen bisnis. Pelatihan dan pendampingan kewirausahaan menjadi kunci agar usaha yang dijalankan dapat tumbuh dan berkelanjutan.

Kolaborasi dengan pemerintah, perusahaan, atau lembaga lain dapat membuka peluang lebih besar bagi keberhasilan inovasi kewirausahaan. Selain itu, kerja sama ini juga bisa membantu dalam hal pendanaan, pengembangan produk, serta pemasaran. Dalam perencanaan usaha, perlu diperhatikan manajemen risiko, terutama yang berkaitan dengan keuangan dan perubahan pasar. Selain itu, keberlanjutan usaha harus menjadi fokus, baik dari segi keuangan, lingkungan, maupun dampak sosial. Teknologi digital bisa menjadi alat yang efektif untuk mengembangkan usaha lembaga dakwah. Pemanfaatan platform online, media sosial, dan e-commerce dapat memperluas pasar dan memudahkan dalam manajemen usaha. Secara keseluruhan, inovasi kewirausahaan dalam lembaga dakwah perlu dilakukan dengan perencanaan yang matang, mempertimbangkan nilai-nilai Islam, dan memanfaatkan sumber daya

yang ada secara optimal. Dengan demikian, lembaga dakwah dapat mencapai kemandirian finansial serta memberikan manfaat yang lebih luas kepada umat.

DAFTAR REFERENSI

- Amiruddin, Arsyad, A., Najamuddin, M. N., & Nukman. (2018). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Lembaga Dakwah Islam dalam Meningkatkan Kualitas Management of Human Resources in Islamic Institution in Increasing Quality of Private Vocational School in Taklim Assembly of. *Aqidah-Ta, IV*(2), 160–181. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/aqidah-ta/article/download/6885/pdf>
- Ar Rahmah, R. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Waroeng Steak and Shake Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 246. <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i2.8091>
- Arif, M., Harahap, M. I., Venta, O., & Harahap, R. (2023). Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Properti Syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(2), 78–94.
- Aziz, F. A. (2017). Manajemen Kewirausahaan Sebagai Media Dakwah. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 25–40. <https://doi.org/10.24090/ej.v3i2.2015.pp25-40>
- Castrawijaya, C. (2023). Kepemimpinan dalam Perubahan Manajemen SDM Lembaga Dakwah (Studi Kasus: Pondok Pesantren Madinatul Qur'an). *Journal of Islamic Management*, 3(2). <https://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIM/article/view/1352%0Ahttps://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIM/article/download/1352/693>
- DANU, P. (2023). *Dakwah Melalui Kewirausahaan Di Lembaga Dakwah Islam Indonesia (Ldii) Provinsi Riau. Ldii*. <https://repository.uin-suska.ac.id/68551/>
- Hayat, N. M., & Abidin Riam, Z. (2022). Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 5(02), 227–240. <https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791>
- Hendra, T., & Saputri, S. (2019). Dinamika Dakwah Dalam Perspektif Komunikasi. *Hikmah*, 13, 1–23.
- Istiqomah, I., Darmawati, D., & ... (2023). Analisis Perkembangan tentang Manajemen Dakwah dari Tahun 2019 Hingga 2023. *Al Imam: Jurnal ...*, 6, 61–71. <http://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alimam/article/view/5937>
- Madya, E. B. M. E. B. (2018). Pentingnya Pembinaan Sumber Daya Manusia. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 5(6), 1–12.
- Murjiati, W. (2022). Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. *Dinamis : Journal of Islamic*

Management and Bussiness, 4(1), 37–44.
<https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i1.3411>

- Nasihin, A., & Zen, M. (2023). *Islamic Economic Law : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Strategi Dakwah Melalui Iklan Produk Halal di Media Sosial*. 1(1), 22–29.
- Oktaviana Dewi, I., Wahyudi, I., Setiawan, N., & Uyun, J. (2023). Fraud Ditinjau dari Etika Profesi dan Etika Bisnis Kasus PT Garuda Indonesia. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(1), 41–53. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i1.101>
- Satyawan, I. K. A., Nopiari, N. P., & ... (2022). Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis. *Prosiding Pekan ...*, 75–82. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/4422%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/download/4422/3416>
- Sunardi, S., & Sohib, S. (2020). Implementasi Manajemen Kewirausahaan dalam Meningkatkan Life Skill Santri di Pondok Pesantren Fathul Ulum Diwrek Jombang. *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 210–226. <https://doi.org/10.54437/alidaroh.v4i2.167>