



STRATEGI LEMBAGA DAKWAH DALAM INOVASI KEWIRAUSAHAAN DI ERA DISRUPTIF

Syahrizal¹, Cecep Castrawijaya²

¹ dan ²Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

e-mail: ¹syahrizall531@gmail.com, ²cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id

Diterima tanggal: 13 Juni 2025

Selesai tanggal: 20 Oktober 2025

ABSTRACT:

The disruptive era will add to increasingly open global competition, many challenges faced by today's society. Each country must compete by highlighting the superiority of its respective resources, which is called entrepreneurship. Considering the importance of entrepreneurship, an entrepreneurial spirit needs to be instilled as early as possible. At the same time, in entrepreneurial outcomes, something called innovation is needed which has an important role in developing a number of new ideas, before being transformed into a product, the previous innovation must be evaluated to study whether the product will be successful on the market. Therefore, an institution needs to have the right strategy in marketing. Likewise with missionary institutions, in order to encourage goodness and prevent evil, there needs to be a strategy for innovation in the field of entrepreneurship. When an institution only focuses on traditional methods and does not look at modern things, the da'wah institution will position itself as an institution that only includes a vision and mission without any changes. Especially in this disruptive era, da'wah institutions are required to be part of immediately adapting to various advances in technology and knowledge. The research results show that da'wah institutions must have an innovation strategy in preaching, namely developing entrepreneurship programs, technological innovation in preaching, where da'wah institutions are not blind to the existence of technology that offers efficiency in the entrepreneurial development process in a disruptive era, collaboration that creates cooperation with various parties who have the same ideology and vision, and creates new business models.

Keywords: *Da'wah Institutions, Entrepreneurship, Innovation, Disruptive Era*

[Era disruptif akan menambah persaingan global yang semakin terbuka, banyak tantangan yang dihadapi oleh Masyarakat sekarang ini. Setiap negara yang harus bersaing dengan menonjolkan keunggulan sumberdaya masing-masing yang disebut dengan wirausaha. Mengingat pentingnya kewirausahaan maka jiwa wirausaha perlu ditanamkan sedini mungkin. Tatkala dengan itu, dalam hasil wirausaha maka diperlukan yang namanya inovasi yang memiliki peran penting dalam mengembangkan sejumlah ide-ide baru, sebelum ditransformasikan menjadi produk, inovasi sebelumnya harus dievaluasi untuk dikaji apakah produk tersebut akan berhasil dipasarkan. Maka dari itu sebuah lembaga perlu mempunyai strategi yang tepat dalam pemasaran. Begitu pula dengan lembaga dakwah, dalam mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran perlu adanya strategi dalam melakukan inovasi dalam bidang wirausaha. Tatkala lembaga hanya berfokus pada cara tradisional dan tidak melirik pada hal modern, maka lembaga dakwah tersebut akan meletakkan posisinya sebagai lembaga yang hanya mencantumkan visi misi tanpa adanya perubahan. Terutama pada era disruptif, lembaga dakwah dituntut untuk menjadi bagian yang segera beradaptasi dengan berbagai kemajuan teknologi dan pengetahuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga dakwah harus memiliki strategi inovasi dalam berdakwah yaitu pengembangan program kewirausahaan, inovasi teknologi dalam dakwah, Dimana lembaga dakwah tidak buta terhadap adanya teknologi yang memberikan tawaran efisiensi dalam proses perkembangan kewirausahaan di era disruptif, kolaborasi yang menciptakan Kerjasama dengan berbagai pihak yang mempunyai ideologi dan visi yang sama, dan menciptakan model bisnis baru].

Kata Kunci: *Lembaga Dakwah, Kewirausahaan, Inovasi, Era Disruptif*

PENDAHULUAN

Islam tidak jauh dari yang namanya berwirausaha, karena sejak jaman penyebaran agama Islam pun tidak jauh dari proses berwirausaha atau berdagang. Islam pertama kali masuk ke Indonesia melalui perdagangan yang dimana pedagang-pedagang islam pada saat itu selain berdagang juga turut menyebarkan agama dengan cara berdakwah.

Berwirausaha bisa tergolong dalam berdakwah dengan perbuatan karena seperti yang sebelumnya diatas bahwasannya berwirausaha sangat dianjurkan bagi seorang muslim. dakwah dalam berwirausaha bisa dengan cara kita berwirausaha dengan baik, tekun dan bersungguh-sungguh dalam berwirausaha, tentunya dengan usaha yang dimaksud adalah berwirausaha yang baik sesuai dengan anjuran atau ajaran islam.

Strategi dalam lembaga dakwah difokuskan pada unsur-unsur; Pertama inovasi para pelaku dakwah yang akan mencerminkan usaha lembaga untuk mengejar inovasi menghadapi mad'u. kedua, meminimalisasi biaya yang mencerminkan usaha organisasi untuk melakukan pengendalian biaya secara ketat dalam aktivitas dakwah

Wirausaha dapat bertahan sendiri karena mandiri, tahan banting, fleksibel dalam bergerak serta efisien karena berbasiskan sumber daya lokal, wirausaha yang identik dengan kepemimpinan selaras dengan fitrah manusia sebagai khalifah. ¹

Menganalisis suatu strategi dan situasi bertujuan untuk mempertimbangkan keadaan baik situasi internal Perusahaan maupun lingkungan eksternal, yang langsung mempengaruhi peluang dan pilihan strategi. ²

Dalam berwirausaha di perlukan inovasi agar dapat membedakan atau mempunyai ciri khas dengan lembaga dakwah lainnya. Inovasi Adalah proses manajemen, teknologi dan sosial yang membawa ide baru ke dunia untuk diterapkan. Inovasi adalah faktor penting dalam persaingan industri dan senjata yang tangguh untuk melawan persaingan. Afktor utama inovasi ialah menghasilkan ide baru yang kemudiam akan diubah menjadi proses atau produk baru.

Suatu priode perubahan besar dan cepat yang ditandai oleh kemunculan inovasi teknologi dan digital yang secara fundamental mengubah tatanan lama dalam berbagai bidang kehidupan. Era disrupsi merupakan suatu fase perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan akibat kemajuan teknologi digital yang pesat. Istilah disrupsi dipopulerkan oleh Christensen (1997) dalam bukunya *The Innovator's Dilemma*, yang menjelaskan bahwa disrupsi terjadi ketika inovasi baru menggantikan teknologi atau cara lama yang sebelumnya mapan. ³

METODE

Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif - kepustakaan dengan pendekatan induktif. Analisis kritis atas situasi dan

¹ Kasali, R, Wirausaha Muda Mandiri. Kisah Inspiratif Anak Muda Mengalahkan Rasa Takut dan Bersahabat dengan Ketidakpastian Menjadi Wirausaha Tangguh (PT. Gramedia Pustaka Utama).

² Muhammad Ronaydi, Cecep Castrawijaya. Analisis Lingkungan Lembaga Dakwah dalam

Inovasi dan Kewirausahaan di Era Disruptif. Dalam *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 1 (2024) hl. 72-76

³ Terry, O. Disruption Innovation and Theory. *Journal of Service Science and Management*, Vol. 13, No. 03 (2020), 449–458.

kondisi lapangan menjadi kekuatan utama dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dari artikel-artikel jurnal, buku-buku dan literatur yang tersebar di perpustakaan manual atau digital. Kemudian, data-data tersebut dibandingkan dengan situasi dan kondisi kekinian.

PEMBAHASAN

Lembaga dakwah merupakan gabungan dari dua kata yang masing-masing memiliki makna sendiri. Pengertian lembaga adalah badan (organisasi) yang tujuannya melakukan suatu penyelidikan keilmuan atau melakukan suatu usaha. Sedangkan pengorganisasian adalah seluruh proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan

Masalah strategi ditentukan oleh kondisi obyektif komunikasi dan keadaan lingkungan pada saat proses komunikasi tersebut berlangsung. Dalam kegiatan dakwah, maka hal-hal yang mempengaruhi sampainya pesan dakwah ditentukan oleh kondisi obyektif obyek dakwah dan kondisi lingkungannya dengan demikian maka strategi dakwah yang tepat ditentukan oleh dua faktor tadi. Misalnya, antara orang desa dan kota tentu berbeda metode penyampaian pesan yang dipakai. Demikian pula antara petani, pegawai, mahasiswa, sarjana, anak-anak, remaja, dewasa, orang tua, wanita, buruh, orang miskin dan orang kaya dan lain sebagainya.

Lembaga dakwah tidak hanya mengerjakan program dakwah secara efektif dan efisien, akan tetapi lembaga

dakwah juga harus mampu menciptakan da'‘i-da'‘i yang kompeten agar tercapai sasaran dan tujuan dakwah. Dalam konteks makna dakwah secara kelembagaan keagamaan dan pendidikan Islam dapat dilihat pada indikasi tujuannya, di antaranya adalah dakwah membangun masyarakat muslim, berdakwah dengan melakukan perbaikan pada masyarakat muslim, berdakwah dalam memelihara kelangsungan hidup masyarakat muslim, berdakwah dalam melakukan inovasi atau pembaharuan berkesinambungan kehidupan umat muslim, dan berdakwah untuk kelangsungan dakwah itu sendiri.

Tugas-tugas dakwah yang harus dilakukan sebagai kebijakan kelembagaan sosial tersebut merupakan dakwah dakwah sosial yang harus dilaksanakan dalam rangka mempertahankan umat islam dari kehancuran. Atau dengan makna lainnya keberlangsungan, keselamatan, dan kesejahteraan hidup umat Islam dalam keteguhan ajaran agamanya, merupakan tanggungjawab dari lembaga-lembaga sosial keagamaan dan lembaga pendidikan Islam yang. Lembaga sosial keagamaan dan pendidikan Islam merupakan cerminan/atau duta dari perkumpulan beberapa elemen masyarakat muslim yang terorganisir secara sistem dan struktur.

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang mengenai usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kewirausahaan juga memiliki arti dan peran penting dalam sendi kehidupan

dan pembangunan suatu bangsa. Pentingnya kewirausahaan dalam pembangunan bangsa tidak sekedar menjadi alat untuk melakukan perbaikan dan perubahan dalam kualitas hidup diri dan masyarakat. Akan tetapi, juga dibuktikan wirausaha dapat berperan signifikan di dalam mewujudkan kualitas dalam diri masyarakat dan bangsa salah satunya menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan.

Keberadaan sebuah lembaga dakwah dalam menjalankan roda organisasi adalah untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan seluruh anggota yang telah di susun dalam anggaran dasar dan anggaran rumah tangga. Organisasi akan kehilangan makna apabila arah tujuan yang dirumuskan tidak tercapai. Dalam mewujudkan tujuan organisasi, organisasi menyusun sebuah motto yang menjadi rujukan dalam Menyusun strategi capaian kerja. Motto berisi nilai-nilai yang menjadi semangat dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan.

Setiap lembaga, baik milik negara maupun swasta selalu fokus pada Upaya untuk mencapai tujuan yang diharapkan, dan hal ini jelas tercermin dalam manajemen yang dilakukan oleh setiap lembaga itu sendiri. Kerangka kerja data eksekutif digunakan untuk mengatasi masalah dewan dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan efisiensi pekerja. Karena salah satu kebutuhan utama setiap asosiasi adalah menempatkan sumberdaya untuk kemajuan asset manusia.

Pengembangan program kewirausahaan

Pengembangan program edupreneurship mempunyai keterkaitan dengan hasil evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Di mana hasilnya dapat dikelompokkan menjadi dua aspek yang berkaitan dan dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan program lanjutan. Aspek hasil evaluasi tersebut adalah adanya faktor penghambat dan pendukung program edupreneurship. Faktor penghambatnya meliputi aturan kebijakan, kurangnya dukungan finansial, kurangnya konsumen, dan tantangan teknologi.⁴

Selain keempat faktor penghambat tersebut, faktor penting lain yang berasal dari hasil evaluasi adalah faktor pendukung program edupreneurship. Pertama, kemauan berwirausaha. Partisipasi dan antusias peserta didik dalam kegiatan kewirausahaan adalah faktor utama kelancaran program edupreneurship. Hal tersebut secara tidak langsung dapat menumbuhkan dan menanamkan jiwa kewirausahaan pada diri mereka.

Minat berwirausaha dapat diartikan sebagai dorongan adanya rasa ketertarikan terhadap pemanfaatan peluang yang ada dengan mengutamakan daya pikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan keuntungan lebih dengan berani mengambil risiko.⁵

Nabi Muhammad saw. adalah suwah hasanah bagi umat Islam. Sejak masa mudanya, beliau telah melakukan kegiatan wirausaha. Bersama pamannya Abu Thalib, tidak saja di daerah Makkah, tetapi sampai keluar daerah bahkan ke beberapa negara lain. Berdasarkan contoh yang beliau

⁴ Reny Widya Wijayanti., dkk. (2024). Pengembangan Program Edupreneurship dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan. *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*. Vol. 14, No. 1. 14-29

⁵ Lisa Indriyani and Margunani Margunani. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal* Vol. 7, No. 3. 848-62,

lakukan dalam bisnis, imam syafi'i sampai menyampaikan bahwa mata pencaharian yang paling baik adalah perdagangan. Secara historis, penyebaran agama islam di indonesia banyak dilakukan melalui perdagangan. Oleh sebab itu seyogyanya seorang muslim itu turut serta dalam berusaha meneladani bidang bisnis karena ini salah satu sunnah nabi muhammad saw. dan sunnah orang-orang shalih terdahulu yang kemudian diteladani. Salah satu tujuan utamanya untuk memperhatikan kaum lemah, fakir, miskin, janda tua dan siapapun yang tidak mampu bersaing dalam dunia usaha di sekitarnya.⁶

Lembaga dakwah yang berperan sebagai pengayom umat islam seharusnya lebih konsentrasi untuk bisa menjalankan atau mengadopsi model kewirausahaan dengan menciptakan usaha yang mendukung misi dakwah dan memiliki nilai ekonomis. Contohnya adalah membuka bisnis berbasis produk halal, penerbitan buku islami atau platform edukasi syariah online yang menawarkan kursus agama dan konsultasi spritual.

Inovasi teknologi dalam dakwah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Inovasi digital memungkinkan penyebaran ajaran Islam menjadi lebih luas dan efektif, menjangkau berbagai kalangan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi khusus dakwah, para pendakwah dapat lebih

mudah berinteraksi dengan umat, memberikan ceramah, serta menjawab berbagai pertanyaan seputar agama.⁷

Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai keagamaan dapat membuat dakwah lebih efektif dan menarik bagi generasi muda. Lembaga dakwah dapat memanfaatkan aplikasi mobile dan website untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Menghadapi dinamika masyarakat kontemporer yang terus berubah, dakwah sebagai sarana penyebaran nilai-nilai agama perlu mengadopsi strategi inovatif. Dalam upaya memahami dan menghadapi perubahan zaman, Penggunaan konten digital, seperti video pendek, podcast, dan webinar, telah terbukti efektif dalam menarik perhatian masyarakat. Dengan cara ini, lembaga dakwah tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga menyediakan ruang diskusi yang lebih interaktif dan dinamis. Contoh sukses ini menunjukkan bahwa inovasi dalam penyampaian dakwah dapat meningkatkan relevansi lembaga di era disruptif.

Kewirausahaan digital adalah proses memulai dan mengelola bisnis dengan menggunakan teknologi digital sebagai pondasi utama operasionalnya. Ini mencakup segala sesuatu mulai dari e-commerce, aplikasi mobile, platform dan media sosial. Pengusaha digital adalah individu yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan produk atau layanan baru, mendistribusikan produk atau layanan tersebut, serta membangun hubungan dengan pelanggan secara online.

⁶ Elfa Yuliana. (2017). Kewirausahaan dalam Perspektif Islam. Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial Vol. 15, No. 2, 29-44

⁷ Asna Istya Marwantika, "Tren Kajian Dakwah Digital Di Indonesia," QALAMUNA: Jurnal

Pendidikan, Sosial, Dan Agama Vol. 7, No. 01 (2015): 17-37

Berbeda dengan kewirausahaan tradisional, yang sering kali memerlukan investasi besar untuk toko fisik, inventaris, dan staf, kewirausahaan digital memungkinkan pengusaha untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil. Dengan memanfaatkan internet dan teknologi digital, mereka dapat menjangkau pasar global dengan lebih mudah dan cepat.⁸

Dalam menyusun strategi komunikasi dakwah yang menyangkut pemanfaatan teknologi komunikasi perlu mempertimbangkan pesan dakwah yang spesifik dari stratifikasi masyarakat yang berbeda-beda, sesuai dengan nilai-nilai sosial budaya yang berkembang. Sebuah studi menyebutkan bahwa di Indonesia ada 5 dai populer yang aktif dan intensif menggunakan media sosial dalam dakwah. Mereka adalah Buya Yahya, Hanan Attaki, Ust. Abdul Somad, Ust. Adi Hidayat dan Aa Gym.⁹ Mengingat banyaknya aktifitas dakwah di Indonesia, tentu kesadaran untuk menggunakan teknologi informasi, terutama media sosial, bagi kepentingan dakwah terasa perlu ditingkatkan. Dalam masyarakat di jaman modern sekarang, hampir setiap anggota masyarakat telah mampu mengakses informasi melalui melalui berbagai media, termasuk internet. Bagi sebagian masyarakat ada banyak sikap positif akibat mudahnya mengakses informasi yang menyebabkan mereka bertambah pengetahuannya tentang kejadian-kejadian dan hal-hal lain yang terjadi di luar lingkungan mereka. Kesempatan ini seyogyanya juga dimanfaatkan sebagai sarana informasi mengenalkan berbagai keragaman di tanah

air sehingga pada akhirnya masyarakat menyadari dan memahami bahwa manusia diciptakan dengan keragaman yang dinamis.

Dalam komunikasi melalui media ini, diharapkan terjadi transformasi yang biasanya diikuti dengan proses internalisasi, pengamalan, pentradisian ajaran dan nilai-nilai Islam serta perubahan keyakinan, sikap dan perilaku manusia yang terjadi setelah ada proses komunikasi dan transformasi ajaran dan nilai-nilai Islam itu sendiri. Karena sifatnya netral, maka media komunikasi apapun, baik persona ataupun massa, bisa dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan Islam yang damai.

Dengan menguasai jaringan informasi, peluang untuk menyebarkan nilai-nilai Islam sebagai rahmatan li allamien menjadi semakin terbuka, apalagi jika dikaitkan dengan semangat keterbukaan di era disrupsi dalam mengembangkan suatu sistem komunikasi yang relevan dengan globalisasi informasi dan komunikasi. Dengan demikian, perlu dikembangkan sistem informasi dakwah yang menggunakan dan memiliki teknologi yang efisien sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Teknologi informasi yang dibuat dan dikembangkan umat Islam ini tentunya harus sesuai dengan suatu pendekatan yang kritis dan seimbang berdasarkan pada konsep informasi Islami.

Teknologi memungkinkan bisnis mendapatkan manfaat guna meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan inklusifitas. Dalam aspek digitalisasi, adaptasi teknologi, pengembangan platform digital islamic business, dan integrasi fintech

⁸ J.A. Allen, "Digital Entrepreneurship", New York: Routledge, 2019

⁹ Mukarom, d. z. (2020). Mediation Dakwah in Disruption Era (Study of Islamic in Media Social).

American Journal of Humanity and Social Sciences Research, AJHSSR Vol. 4

syariah menjadi langkah strategis untuk memperkuat ekonomi lembaga dakwah di era disruptif.¹⁰

Kolaborasi

Kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk sektor swasta dan pemerintah, dapat membuka peluang bagi lembaga dakwah untuk mendapatkan dukungan dalam program-program sosial dan kewirausahaan. Dengan membangun jaringan, lembaga dakwah dapat lebih mudah mengakses sumber daya dan pengetahuan. Misalnya, beberapa lembaga telah berhasil menjalin kerja sama dengan perusahaan lokal untuk menyediakan pelatihan kewirausahaan bagi komunitas. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu memulai usaha baru, tetapi juga meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka.

Dalam berwirausaha pada lembaga dakwah, kolaborasi menjadi bagian yang sangat urgen. Dalam islam disebut dengan istilah Ukhuwah Islamiyah (persaudaraan islam) menjadi landasan utama dalam membangun kerja sama antar sesama muslim, termasuk dalam dunia wirausaha pada lembaga dakwah. Wirausahaan muslim dianjurkan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pengusaha muslim, baik pada skala lokal maupun global. Kolaborasi tidak hanya membantu wirausaha untuk memperluas pasar dan

meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang mendukung prinsip-prinsip syariah.¹¹

Setiap kegiatan bisnis tidak akan terlepas dari kolaborasi dengan berbagai mitra untuk membuat bisnis lebih berkembang. Kolaborasi adalah upaya yang dilakukan untuk menjalin kerjasama dengan satu atau lebih organisasi/lembaga yang bertujuan untuk membangun komitmen demi mencapai tujuan yang sama. Kolaborasi akan memberikan kontribusi untuk menyelesaikan permasalahan organisasi atau lembaga. Kolaborasi diperlukan karena persaingan yang semakin kompetitif dan perubahan pasar yang sangat cepat. Kolaborasi dengan pihak lain merupakan sebuah tuntutan agar kompetensi inti semakin unggul. Bahkan tanpa berkolaborasi atau hanya bekerja secara mandiri sebuah visi akan sulit dicapai.¹²

Selain itu, lembaga dakwah mempunyai tantangan yaitu saat mengidentifikasi peluang bisnis yang tepat dan secara bersamaan menentukan mitra yang dapat berkolaborasi yang sesuai kriteria yang ada. Komitmen dari mitra usaha sangat diperlukan saat akan mengembangkan hubungan dan kolaborasi.¹³ Hubungan yang terjalin dengan mitra semakin dalam dan dekat akan memunculkan komitmen sesuai dengan tujuan dan manfaat yang sama bagi

¹⁰ Lalu Muh Reza Pratama. Cecep Castrawijaya. (2024). Analisis Jurnal: Model Pengendalian Strategi, Inovasi dan Kewirausahaan dalam Organisasi Perspektif Ekonomi Islam Implementasi Terhadap Lembaga Dakwah. Al-Miyah: Jurnal Ilmiah Multidisiplin. Vol. 01, No. 03. 301-318

¹¹ Sukoso, M. (2019). Networking dalam Komunitas Bisnis Islam. Jurnal Bisnis Syariah. Vol. 3, No. 3

¹² Kumar, G. Banerje. (2012). Collaboration in supply chain: An Assesment of hierarchical model

using partial least squares (PLS). International Journal of Productivity and Performance Management. Vol. 61, No. 8. 897-918

¹³ Choudhary, Harding, Tiwari, Shankar. (2019). The Management of Operations Knowledge management based collaboration moderator services to support SMEs in virtual organizations Knowledge management based collaboration moderator services to support. Production Planning & Control, Vol. 30, No. 10. 951-970

kedua belah pihak. Juga proses kolaborasi akan membawa berbagai pihak dalam memecahkan masalah bersama.¹⁴

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi suatu usaha untuk melakukan kolaborasi, seperti *focused philanthropy*, *semiprivate and directed goods*, *divergent values*.¹⁵ Selain itu, terdapat empat tahapan siklus pada kolaborasi, yaitu *analyze*, *assign*, *design*, *asses*. *Analyze* merupakan tahapan pertama untuk menganalisis situasi dan memahami tujuan yang akan dituju. *Assign* merupakan tahapan kedua yang sangat kritikal karena organisasi harus memastikan perannya dalam posisi yang tepat dalam kolaborasi yang akan dilakukan. *Design* dilakukan untuk menugaskan setiap peran tersebut dengan tanggungjawabnya masing-masing. *Asses* yang berarti bahwa kolaborasi telah dilakukan sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Siklus ini bisa saja berjalan cepat atau lambat namun dalam prosesnya tidak akan pernah berhenti selama kolaborasi tetap ada. Kolaborasi dalam prosesnya sangat mungkin para pihak menemukan berbagai permasalahan. Terdapat tiga kategori permasalahan yang dapat muncul, yaitu *errors of conception*, *errors of construction*, dan *errors of performance*. Selain itu, terdapat tantangan lain yang akan dihadapi ketika melakukan kolaborasi, yaitu budaya, institusi, dan politik.¹⁶

Dalam konteks modern, dakwah dituntut untuk responsif terhadap

perubahan sosial, urbanisasi, serta tantangan globalisasi yang mengubah pola interaksi masyarakat.¹⁷ Oleh karena itu, pendekatan kolaboratif menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan efektivitasnya. Pendekatan kolaboratif dalam dakwah melibatkan sinergi antara berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, pemerintah, organisasi masyarakat, dan komunitas keagamaan. Kolaborasi ini memungkinkan optimalisasi sumber daya, pertukaran pengetahuan, serta pelaksanaan program yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Kolaborasi antarlembaga didasarkan pada prinsip saling percaya, komunikasi efektif, dan tujuan bersama. Sinergi ini memungkinkan pertukaran sumber daya, pengalaman, dan inovasi program dakwah.

Meskipun demikian, kolaborasi ini tetap menunjukkan potensi besar sebagai model pengembangan dakwah berbasis kemitraan yang dapat direplikasi di berbagai konteks lainnya. Dengan penguatan manajemen kolaborasi dan dukungan kebijakan yang tepat, program-program semacam ini dapat menjadi sarana strategis dalam mengintegrasikan dakwah, pendidikan, dan pengabdian masyarakat secara berkelanjutan.

Menciptakan model bisnis baru

Lembaga dakwah memiliki potensi besar untuk menciptakan model bisnis baru yang tidak hanya berfokus pada penyebaran nilai-nilai agama, tetapi juga pada

¹⁴ Brown, T, Gong, T, Jing. (2012). Collaborative Governance in Mainland China and Hong Kong: Introductory Essay. *International Public Management Journal*, Vol. 15, No. 4. 393-404

¹⁵ Donahue, J. D., & Zeckhauser, R. J. (2011). *Collaborative Governance; Private Roles for Public Goals in Turbulent Times*. New Jersey, United States: Princeton University Press.

¹⁶ Gravelle, M., Baird, K., & Green, I. (2008). *Collaborative Governance and Changing Federal Roles*. Ottawa: Public Policy Forum.

¹⁷ M. Anis Bachtiar. (2013). Dakwah Kolaboratif: Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer. *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 3, No. 1, 152-168.

keberlanjutan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Dalam era disruptif, lembaga dakwah dapat beradaptasi dengan memanfaatkan inovasi dan kewirausahaan untuk mengembangkan inisiatif yang bermanfaat bagi umat. Lembaga dakwah dapat menciptakan produk dan layanan yang mencerminkan nilai-nilai agama dan etika. Contoh ini termasuk produk halal, layanan pendidikan, dan konsultasi syariah. Dengan memasarkan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, lembaga dakwah tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas.

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang mengenai usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkat efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

KESIMPULAN

Lembaga dakwah di era disruptif ini perlu memperhatikan inovasi wirausaha, karena visi sebuah lembaga dakwah tidak akan jauh dari pada menebar kebaikan untuk mengajak orang kepada jalan Allah swt. hendaknya lembaga dakwah melekat terhadap perkembangan zaman yang menuntut sebuah lembaga yang bergerak di bidang dakwah untuk mengikuti proses perkembangan zaman yaitu dengan membuat strategi dalam berwirausaha. Strategi itu meliputi pengembangan program wirausaha yang menuntut lembaga dakwah untuk memperbarui misi-misi demi visi yang telah ditetapkan. Selanjutnya strategi lembaga dakwah dalam inovasi

wirausaha yaitu dengan menggunakan teknologi yang berkembang pada masa kini, karena betapapun lembaga dakwah mampu memberikan kontribusi yang hebat namun harus disertai dengan teknologi, selain untuk membuat program menjadi tersistem juga melihat pasar dakwah yang dipenuhi dengan gaya hidup yang berdampingan dengan teknologi. Kemudian perlu adanya kolaborasi untuk menciptakan strategi-strategi baru dalam menebarkan kebaikan, selain menciptakan ruang lingkup yang baru, juga akan membuka peluang-peluang berikutnya dan yang terakhir adalah menciptakan model bisnis baru. Berwirausaha bisa tergolong dalam berdakwah dengan perbuatan karena berwirausaha sangat dianjurkan bagi seorang muslim. Dakwah dalam berwirausaha bisa dengan cara kita berwirausaha dengan baik, tekun dan bersungguh-sungguh dalam berwirausaha, tentunya dengan usaha yang dimaksud Adalah berwirausaha yang baik sesuai dengan anjuran atau ajaran islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Asna Istya Marwantika, "Tren Kajian Dakwah Digital Di Indonesia," QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama Vol. 7, no. 01 (2015): 17–37, <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v7i01.364>
- Brown, T. L., Gong, T., & Jing, Y. (2012). Collaborative Governance in Mainland China and Hong Kong: Introductory Essay. *International Public Management Journal*, 15(4), 393–404. <https://doi.org/10.1080/10967494.2012.761048>
- Asna Istya Marwantika, "Tren Kajian Dakwah Digital Di Indonesia," QALAMUNA:

Syahrizal dan Cecep Castrawijaya:
Strategi Lembaga Dakwah Dalam Inovasi Kewirausahaan Di Era Disruptif

- Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama 7, no. 01 (2015): 17–37, <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v7i01.364>
- Choudhary, A. K., Harding, J. A., Tiwari, M. K., & Shankar, R. (2019). The Management of Operations Knowledge management based collaboration moderator services to support SMEs in virtual organizations Knowledge management based collaboration moderator services to support. *Production Planning & Control*, 30(10–12), 951–970. <https://doi.org/10.1080/09537287.2019.1582102>
- Donahue, J. D., & Zeckhauser, R. J. (2011). *Collaborative Governance; Private Roles for Public Goals in Turbulent Times*. New Jersey, United States: Princeton University Press.
- Elfa Yuliana. (2017). Kewirausahaan dalam Perspektif Islam. Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial Vol. 15, No. 2, 29-44
- Gravelle, M., Baird, K., & Green, I. (2008). *Collaborative Governance and Changing Federal Roles*. Ottawa: Public Policy Forum.
- J.A. Allen, “Digital Entrepreneurship”, New York: Routledge, 2019
- Kasali, R, Wirausaha Muda Mandiri. Kisah Inspiratif Anak Muda Mengalahkan Rasa Takut dan Bersahabat dengan Ketidakpastian Menjadi Wirausaha Tangguh (PT. Gramedia Pustaka Utama).
- Kumar, G. Banerje. (2012). Collaboration in supply chain: An Assesment of hierarchical model using partial least squares (PLS). *International Journal of Productivity and Performance Management*. Vol. 61, No. 8. 897-918
- Lisa Indriyani and Margunani Margunani. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal* Vol. 7, No. 3. 848–62
- Lalu Muh Reza Pratama. Cecep Castrawijaya. (2024). Analisis Jurnal: Model Pengendalian Strategi, Inovasi dan Kewirausahaan dalam Organisasi Perspektif Ekonomi Islam Implementasi Terhadap Lembaga Dakwah. *Al-Miyah: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Vol. 01, No. 03. 301-318
- Muhammad Ronaydi, Cecep Castrawijaya. Analisis Lingkungan Lembaga Dakwah dalam Inovasi dan Kewirausahaan di Era Disruptif. Dalam *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 1 (2024) hl. 72-76
- Mukarom, d. z. (2020). Mediation Dakwah in Disription Era (Study os Islamic in Media Social). *American Journal of Humanity and Social Scinces Reaserch*, AJHSSR Vol. 4
- Reny Widya Wijayanti., dkk. (2024). Pengembangan Program Edupreneurship dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan. *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*. Vol. 14, No. 1. 14-29
- Sukoso, M. (2019). Networking dalam Komunitas Bisnis Islam. *Jurnal Bisnis Syariah*. Vol. 3, No. 3
- Terry, O. *Disruption Innovation and Theory*. *Journal of Service Science and Management*, Vol. 13, No. 03 (2020), 449–458.