

PERAN ETIKA INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN LEMBAGA DAKWAH DI ERA DISRUPTIF

Siti Sofiah Rahmawati¹, Cecep Castrawijaya²
^{1,2}UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstract: *This disruptive era has had the impact of major changes in various fields, including da'wah institutions. Da'wah institutions as religious organizations face the challenge of remaining relevant, effective, and harmonious in conveying moral and spiritual messages to society. In this context, the ethics of innovation and entrepreneurship are key to the adaptation of da'wah institutions, because they can influence people's perceptions of these institutions. This research aims to explore how da'wah institutions apply innovation ethically and how entrepreneurship can support its sustainability in a disruptive era. Using qualitative research methods, this research explores insights from various da'wah institutions through library research based on primary data sources and secondary data to examine the ethics of innovation and entrepreneurship in the context of da'wah institutions. Primary data are journals and books related to secondary data obtained from dictionaries, encyclopedias, and journal reviews. The research results show that ethical innovation and moral entrepreneurship are important factors in maintaining the relevance of da'wah institutions in a disruptive era and the role of ethics in innovation and entrepreneurship in da'wah institutions.*

Keyword: *Ethics, Da'wah and Disruptive.*

Abstrak: Era disruptif memberikan dampak perubahan besar di berbagai bidang, termasuk lembaga dakwah. Lembaga dakwah sebagai organisasi keagamaan dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan, efektif serta harmonis dalam menyampaikan pesan moral dan spiritual kepada masyarakat. Dalam konteks ini, etika inovasi dan kewirausahaan menjadi kunci adaptasi lembaga dakwah, karena dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana lembaga dakwah menerapkan inovasi secara etis dan bagaimana kewirausahaan dapat mendukung keberlanjutannya di era disruptif. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini menggali wawasan dari berbagai lembaga dakwah melalui studi kepustakaan (*library research*) berdasarkan sumber data primer dan data sekunder untuk mengeksplorasi terkait etika inovasi dan kewirausahaan dalam konteks lembaga dakwah. Data primer adalah jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan data sekunder yang diperoleh dari kamus, ensiklopedia dan *review* jurnal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi etis dan kewirausahaan moral menjadi faktor penting dalam menjaga relevansi lembaga dakwah di era disruptif serta peran etika dalam inovasi dan kewirausahaan lembaga dakwah.

Kata Kunci: Etika, Dakwah, dan Disruptif.

PENDAHULUAN

Saat ini sedang menghadapi era disruptif atau era yang selalu terjadi perubahan. Inovasi dan kewirausahaan menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan dan pertumbuhan banyak organisasi profit

maupun non-profit, termasuk lembaga dakwah. Perubahan teknologi yang cepat dan perkembangan ekonomi digital memaksa lembaga-lembaga dakwah untuk berinovasi agar tetap relevan dan

¹ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Email: sitisofiahrahmawati604@gmail.com

² UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Email: cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id

efektif dalam menyampaikan misi mereka.

Hal ini mencerminkan kebutuhan mendesak bagi lembaga-lembaga dakwah untuk tidak hanya berinovasi, tetapi juga melakukannya dengan mempertimbangkan etika. Kewirausahaan dalam lembaga dakwah memerlukan keseimbangan antara inovasi, kelangsungan hidup organisasi, dan komitmen terhadap nilai-nilai agama.

Saat ini Lembaga dakwah banyak menggunakan ide kreatif yang akan dijadikan suatu inovasi. Terdapat dua jenis inovasi yang sering digunakan oleh yaitu, *sustaining innovation* (inovasi yang menyempurnakan inovasi yang sudah ada sebelumnya) dan *disruptive innovation* (inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu tersebut) (Kasali, 2017).

Dalam berinovasi, setiap lembaga dakwah harus mengedepankan etika yang diajarkan oleh ajaran Islam yang berpedoman kepada Al-Qur'an dan Hadits. Seperti yang kita ketahui bahwasannya Rasulullah SAW. Telah melakukan wirausaha sejak dari muda dan menjadi suri tauladan yang baik hingga saat ini. Sikap-sikap yang diperlukan dalam berwirausaha, yaitu: jujur (*shiddiq*), dapat dipercaya (*amanah*), komunikatif (*tabligh*), cerdas/bijaksana (*fathonah*).

Adapun contoh ayat Al-Qur'an yang membahas mengenai etika dalam berwirausaha terdapat dalam surat al-Isra' ayat 35, Hud ayat 84 dan al-'Araf ayat 34 yang merupakan bentuk etika kejujuran yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas inovasi di dunia bisnis dan organisasi non-profit, termasuk lembaga dakwah. Dalam penelitian Santoso dan Rahmawati (2021), lembaga dakwah masih cenderung menggunakan metode konvensional dalam

menyampaikan dakwah, seperti ceramah dan kajian tatap muka, yang kurang relevan di era digital.

Mujadiduz, Robith dan Ilham (2023) menyebutkan bahwa terdapat transformasi gaya dakwah saat ini. Dahulu berdakwah hanya dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka, namun sekarang melalui media sosial. Hal ini menandakan bahwa dakwah yang dilakukan telah berinovasi.

Faridi (2020) menunjukkan bahwa banyak lembaga dakwah yang masih mengandalkan metode tradisional dalam berdakwah, yang tidak lagi efektif di era digital ini. Meskipun sudah ada beberapa lembaga yang mulai mengadopsi teknologi digital, kebanyakan dari mereka belum memiliki kerangka etika yang jelas dalam berinovasi. Hal ini mengakibatkan potensi konflik antara kebutuhan untuk berkembang dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip Islam.

Syaiful (2021), menemukan bahwa kewirausahaan di lembaga dakwah masih sering kali berfokus pada aspek finansial tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap misi dakwah itu sendiri. Namun, banyak lembaga yang mengalami kesulitan dalam menciptakan model bisnis yang seimbang antara keberlanjutan ekonomi dan nilai-nilai agama. Masih banyak lembaga yang belum memiliki strategi kewirausahaan yang jelas, sehingga usaha-usaha mereka dalam berinovasi seringkali terhambat oleh kurangnya panduan yang sistematis dalam menerapkan prinsip-prinsip etika.

Dari berbagai penelitian tersebut, terlihat bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh lembaga dakwah di era disruptif ini adalah kurangnya kerangka etika yang terintegrasi dalam proses inovasi dan kewirausahaan. Banyak lembaga belum mampu mengoptimalkan potensi inovasi dan kewirausahaan secara berkelanjutan, terutama dalam hal penerapan prinsip-prinsip Islam yang menjadi landasan utama mereka. Selain itu, adanya kesenjangan dalam penerapan

strategi bisnis berbasis nilai etika mengindikasikan bahwa aspek etika dalam inovasi dan kewirausahaan masih menjadi titik lemah yang perlu diteliti lebih lanjut.

Tujuan diaturnya etika dalam inovasi kewirausahaan tentu saja adalah untuk kemaslahatan manusia secara umum, atau juga sebagaimana tujuan dari syari'at itu sendiri (*maqashid syari'ah*) berupa penjagaan atas keimanan, ilmu, kehidupan, harta dan kelangsungan keturunan.

Dengan begitu etika inovasi kewirausahaan dalam Islam akan menuntun manusia kepada pencapaian kebahagiaan di dunia dan di akhirat melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat serta ridho dari Allah Swt. Menurut al-Ghazali, segala sesuatu yang menjamin terlindungnya lima perkara ini adalah maslahat bagi manusia dan oleh karenanya dikehendaki oleh manusia.

Dalam menghadapi era ini, lembaga dakwah diharapkan mampu beradaptasi dengan teknologi dan tren sosial tanpa melanggar prinsip-prinsip etika Islam. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana lembaga dakwah dapat berinovasi dan menerapkan kewirausahaan yang etis di tengah perubahan yang cepat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif secara analisis dengan metode studi kepustakaan (*Library Reserch*). Tahapan studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan adalah mengumpulkan sumber kepustakaan yang relevan, baik itu primer maupun sekunder. Data primer adalah jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan data sekunder yang diperoleh biasanya dari kamus, ensiklopedia dan review jurnal. Dalam hal ini, berbagai literatur yang membahas tentang inovasi, kewirausahaan, etika, dan lembaga dakwah akan dikaji untuk mendapatkan pemahaman yang

mendalam mengenai peran etika dalam inovasi dan kewirausahaan lembaga dakwah di era disruptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa inovasi yang dilakukan oleh lembaga dakwah sering kali melibatkan penggunaan media digital, seperti media sosial, aplikasi dakwah, dan platform *e-commerce* untuk kegiatan *fundraising*. Namun, inovasi ini dihadapkan pada dilema etika, terutama terkait penggunaan teknologi yang bisa saja bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti komersialisasi dakwah yang berlebihan atau penggunaan data pribadi yang tidak bertanggung jawab.

Di sisi lain, kewirausahaan lembaga dakwah juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak lembaga dakwah yang mulai mengembangkan usaha sosial untuk mendukung kegiatan dakwah, seperti penerbitan buku, penjualan produk halal, hingga platform *crowdfunding*. Namun, untuk menjaga etika bisnis, mereka harus tetap memprioritaskan tujuan dakwah daripada semata-mata keuntungan finansial.

A. Konsep Etika, Inovasi dan Kewirausahaan dalam Islam

Pada dasarnya manusia adalah orang yang “jahat” dan tidak dapat dipercaya. Maksudnya adalah manusia memiliki ego yang seringkali mengedepankan keinginan pribadinya. Perusahaan merupakan kumpulan dari individu untuk mencapai tujuan bersama.

Dari sifat bawaan tersebut, manusia membutuhkan sebuah aturan, etika, hukum dan agama yang berlaku untuk mengatur kehidupannya. Sehingga diperlukannya etika bisnis atau etika bisnis berdasarkan syariat Islam. Etika sendiri didefinisikan sebagai perilaku atau keputusan yang dibuat dalam nilai-nilai kelompok.

Tentunya dalam penerapan nilai moral dan standar moral ini akan mengatur bagaimana sebuah perusahaan dalam bersikap menjalankan bisnisnya (Velasquez, 2011).

Islam mempunyai pandangan bekerja dan berusaha termasuk berwirausaha boleh dikatakan merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia,

Etika inovasi kewirausahaan Islam adalah nilai-nilai atau moral yang digunakan dalam berwirausaha yang mengacu kepada syariat Islam. Prinsip-prinsip syariah tidak hanya menekankan pada aspek keuntungan finansial semata, tetapi juga mengutamakan keseimbangan antara keuntungan, keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, pentingnya nilai-nilai spiritual dan moral dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Etika dalam Islam mengacu pada perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai moral yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam konteks inovasi dan kewirausahaan, etika berperan sebagai panduan dalam pengambilan keputusan agar setiap tindakan tetap selaras dengan ajaran agama.

Menurut Ahmad (2018), etika Islam dalam berinovasi mengharuskan para pelaku untuk mempertimbangkan dampak sosial, keadilan, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan sesama manusia. Kewirausahaan dalam Islam juga tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga pada nilai-nilai keadilan, kesejahteraan sosial, dan keberlanjutan moral (Hasan, 2019).

Dalam konteks inovasi dan kewirausahaan, etika menjadi filter penting yang memastikan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan lembaga dakwah tidak hanya efisien dan efektif, tetapi juga sesuai dengan ajaran Islam.

Inovasi dan kewirausahaan yang tidak beretika bisa mengakibatkan

penyimpangan dari nilai-nilai dakwah, seperti mengutamakan keuntungan semata tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan spiritual. Hasan (2019) menekankan bahwa kewirausahaan lembaga dakwah harus selalu dilandasi niat untuk mencapai kebaikan kolektif (*maslahah*) dan tetap berkomitmen pada nilai-nilai moral yang tinggi.

Beberapa konsep berwirausaha Nabi Muhammad Saw. yang dapat dijadikan teladan bagi umat manusia dalam jangka panjang adalah sebagai berikut:

Jujur (*Sidiq*). Ketika menjalankan usaha, Nabi Muhammad Saw. selalu melaksanakan prinsip kejujuran, yakni jujur dalam menjelaskan keunggulan maupun kelemahan produk yang dijualnya. Ternyata prinsip transparansi beliau itu menjadi pemasaran yang efektif untuk menarik. Karena prinsip utamanya bukan tentang uang atau keuntungan, melainkan kepercayaan (*trust*).

Salah satu contoh lembaga dakwah yang menerapkan inovasi kewirausahaan jujur sesuai dengan konsep Nabi Muhammad SAW. adalah Dompot Dhuafa. Kejujurannya adalah dengan melaporkan penggunaan dana secara terbuka dan berkala kepada donatur dan masyarakat yang dapat membangun kepercayaan para donatur.

Kompetensi (*Competence*). Nabi Muhammad Saw. mencontohkan kepada umatnya bahwa untuk bisa meraih sukses dalam usaha itu perlu proses belajar agar bisa dikatakan kompeten, tidak ada yang bisa diraih secara instan perlu kerja keras dan kesabaran.

Berorientasi kepada Pelanggan (*Customer Oriented*). Rasullullah Saw. selalu memperhatikan dan menjaga hubungannya dengan pelanggan. Afzalurrahman (1997) dalam bukunya Muhammad A Trader,

menyatakan bahwa Nabi Muhammad adalah seorang pedagang yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis dan tidak pernah membuat para pelanggannya mengeluh (*complain*).

Beliau selalu menepati janjinya dan dalam menyerahkan atau mengirimkan barang-barang pesannya selalu tepat waktu dan tetap mengutamakan kualitas barang yang telah dipesan dan disepakati sebelumnya. Dalam berperilaku bisnis Beliau selalu menunjukkan rasa penuh tanggungjawab dan memiliki integritas yang tinggi di mata siapapun.

B. Peran Etika dalam Inovasi dan Kewirausahaan Lembaga Dakwah

Etika dalam inovasi kewirausahaan memiliki peranan penting dalam berdakwah. Maksud etika adalah dengan memberikan batasan agar tetap sesuai dengan prinsip syariat Islam. Lembaga dakwah yang baik akan menerapkan etika yang sesuai dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadits. Beberapa peran etika inovasi dan kewirausahaan Lembaga dakwah dalam penelitian ini antara lain:

Transparansi dan Akuntabilitas. Dua aspek dari etika yang sangat relevan dalam inovasi dan kewirausahaan lembaga dakwah adalah transparansi dan akuntabilitas. Transparansi adalah keterbukaan dalam proses, informasi, dan komunikasi yang terjadi dalam lembaga dakwah, khususnya terkait inovasi dan kegiatan kewirausahaan. Sedangkan Akuntabilitas merujuk pada tanggung jawab lembaga dakwah dalam memastikan bahwa setiap inovasi dan aktivitas kewirausahaan dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip etika dan agama. Dalam Islam, setiap individu dan organisasi bertanggung jawab atas perbuatan

mereka di hadapan Allah dan masyarakat.

Lembaga dakwah harus transparan dalam pengelolaan dana dari kewirausahaan dan memastikan bahwa inovasi teknologi yang digunakan mendukung prinsip keadilan dan kebenaran. Saat lembaga dakwah berinovasi, seperti mengadopsi teknologi baru untuk dakwah atau mengembangkan program-program kewirausahaan, transparansi diperlukan agar setiap perubahan atau kebijakan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Hal ini termasuk transparansi dalam hal pengelolaan sumber daya, strategi, hingga hasil dari inovasi tersebut. Dengan transparansi, lembaga dakwah dapat membangun kepercayaan di antara donatur, penerima manfaat, dan masyarakat luas.

Dalam konteks kewirausahaan, akuntabilitas berarti lembaga dakwah harus bertanggung jawab atas penggunaan dana yang diperoleh dari usaha atau donasi, serta memastikan bahwa keuntungan digunakan secara adil dan tepat untuk tujuan yang telah dijanjikan. Mereka harus siap diaudit secara finansial dan operasional, serta memberikan laporan yang jelas dan rinci kepada para pemangku kepentingan, termasuk donatur dan masyarakat yang menjadi penerima manfaat. Dengan adanya akuntabilitas, lembaga dakwah menjaga integritas dan memastikan bahwa kewirausahaan tidak melanggar prinsip-prinsip keadilan dan kesejahteraan umat.

Seperti dalam pengelolaan keuangan zakat, *sodaqoh* dan wakaf (ZISWAF). Contoh penerapan inovasi Lembaga ZISWAF adalah dengan melaporkan keuangan setransparan mungkin melalui teknologi media sosial. Hal ini tentu saja memerlukan etika dalam penyebarannya, yang

dapat dihindari terjadinya fenomena *hoax* atau penipuan.

Keadilan dan Keseimbangan: Inovasi dan kewirausahaan harus memperhatikan keseimbangan antara tujuan dakwah dan keuntungan ekonomi, serta menjaga keadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Keadilan adalah salah satu nilai fundamental dalam Islam, dan memainkan peran penting dalam semua aktivitas termasuk inovasi dan kewirausahaan. Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan untuk menegakkan keadilan dalam segala aspek kehidupan (QS. An-Nisa: 58). Keadilan dalam kewirausahaan dan inovasi di lembaga dakwah berarti menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu, komunitas, dan organisasi, serta mencegah ketidakadilan atau ketimpangan dalam prosesnya. Inovasi yang dilakukan oleh lembaga dakwah harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak yang terlibat. Misalnya, ketika menggunakan teknologi baru untuk memperluas dakwah, lembaga dakwah harus memastikan bahwa akses terhadap teknologi tersebut adil dan inklusif, terutama bagi kelompok masyarakat yang kurang beruntung atau tertinggal. Selain itu, inovasi dalam konten dakwah harus mencakup pesan-pesan yang adil dan tidak mendiskriminasi kelompok tertentu dalam masyarakat.

Dalam konteks kewirausahaan, keadilan berarti bahwa lembaga dakwah harus memastikan bahwa setiap keuntungan atau manfaat yang dihasilkan dari kegiatan kewirausahaan didistribusikan secara adil. Kewirausahaan yang berbasis pada zakat, wakaf, atau donasi harus memperhatikan kepentingan penerima manfaat (mustahik), memastikan bahwa keuntungan dari usaha tersebut benar-benar digunakan untuk memberdayakan mereka. Lembaga

dakwah juga harus adil dalam penggajian karyawan, pembayaran mitra kerja, serta dalam hubungan dengan pemasok dan konsumen, sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang melarang *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi).

Sedangkan keseimbangan adalah konsep penting lainnya dalam etika Islam, yang mencakup keseimbangan antara duniawi dan ukhrawi, antara kebutuhan material dan spiritual, serta antara kepentingan individu dan masyarakat. Nabi Muhammad SAW mengajarkan pentingnya menjaga keseimbangan dalam kehidupan, baik dalam aspek ibadah, pekerjaan, maupun interaksi sosial. Dalam inovasi dan kewirausahaan lembaga dakwah, keseimbangan berarti menjaga agar setiap aktivitas tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan dampak spiritual dan sosial.

Misalnya, penggunaan media digital dalam dakwah perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap mengandung nilai-nilai Islami yang tidak terdistorsi oleh format atau medium yang digunakan. Keseimbangan juga berarti bahwa inovasi teknologi tidak boleh mengorbankan nilai-nilai kemanusiaan atau mengasingkan masyarakat dari ajaran agama. Keseimbangan mencakup menjaga agar aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada manfaat sosial dan spiritual. Lembaga dakwah yang sukses dalam berwirausaha akan menciptakan model bisnis yang seimbang antara mencapai tujuan finansial dan mendukung tujuan dakwah. Sebagai contoh, lembaga dakwah yang menjalankan bisnis berbasis wakaf atau zakat harus memastikan bahwa bisnis tersebut berkontribusi pada

pemberdayaan umat secara material dan spiritual, tanpa terjebak dalam materialisme atau kapitalisme yang berlebihan. Selain itu, lembaga dakwah harus menghindari eksploitasi sumber daya alam dan manusia, sehingga tercipta keberlanjutan ekonomi yang seimbang dengan tanggung jawab sosial.

Kepemimpinan yang Beretika. Pemimpin lembaga dakwah harus mampu memimpin inovasi dengan memperhatikan nilai-nilai Islam dalam setiap keputusan bisnis dan teknologi. Rasulullah SAW bersabda, "*Patuh dan taat itu (pada pemimpin) adalah wajib bagi seseorang dalam hal apa yang ia suka atau benci, selama tidak diperintah berbuat maksiat. Jika diperintah maksiat, maka tidak wajib patuh dan taat.*" (HR Bukhari).

Pemimpin yang beretika berfungsi sebagai pengarah moral dan inspirasi bagi organisasi, memastikan bahwa semua tindakan yang dilakukan selaras dengan nilai-nilai Islam. Dalam konteks inovasi dan kewirausahaan lembaga dakwah, kepemimpinan yang beretika sangat penting untuk memastikan keberlanjutan, keadilan, dan manfaat sosial dari setiap keputusan yang diambil. Pemimpin yang beretika dalam lembaga dakwah harus berlandaskan pada nilai-nilai Islam, seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah (dapat dipercaya), keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Pemimpin yang beretika akan selalu jujur dalam pengambilan keputusan, terutama dalam menghadapi tantangan dan peluang inovasi. Misalnya, dalam pengembangan teknologi baru untuk dakwah atau program kewirausahaan, seorang pemimpin harus transparan terhadap sumber dana, tujuan, serta dampak yang diharapkan dari inovasi tersebut. Kejujuran ini akan

memperkuat kepercayaan dari donatur, masyarakat, dan penerima manfaat, serta memastikan bahwa inovasi dilakukan untuk kepentingan bersama, bukan hanya untuk keuntungan pribadi atau kelompok tertentu.

Kepemimpinan yang beretika juga memainkan peran penting dalam menciptakan inovasi yang sesuai dengan ajaran moral Islam. Inovasi tidak boleh dilakukan semata-mata demi kepentingan ekonomi atau teknologi, tetapi harus tetap berorientasi pada kemaslahatan umat dan kebaikan kolektif. Kepemimpinan yang beretika juga bertanggung jawab dalam menciptakan budaya organisasi yang berlandaskan etika. Ini berarti bahwa seluruh tim dalam lembaga dakwah harus terlibat dalam pengambilan keputusan yang etis dan memahami pentingnya etika dalam setiap aspek inovasi dan kewirausahaan.

SIMPULAN

Era disruptif menuntut lembaga dakwah untuk berinovasi dan mengembangkan kewirausahaan agar tetap relevan dan berkelanjutan. Namun, dalam proses inovasi dan kewirausahaan, etika Islam harus tetap menjadi panduan utama. Lembaga dakwah yang sukses dalam menghadapi tantangan era disruptif adalah lembaga yang mampu beradaptasi secara kreatif tanpa mengabaikan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai Islam. Inovasi dan kewirausahaan yang beretika dapat menjadi kunci keberhasilan lembaga dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam di era modern ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Z. (2018). "Etika Islam dalam Inovasi: Perspektif Syariah." *Jurnal Studi Islam*, 10(1), 75-85.

- Al-Ghazali, A. (2018). *Etika dalam Kewirausahaan Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Danu, P. (2023). *Dakwah Melalui Kewirausahaan Di Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Provinsi Riau*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau: Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- El-Jizya. (2015). Manajemen Kewirausahaan Sebagai Media Dakwah. *El-Jizya, Vol III No. 2*, 26-39.
- Fadilah, N. (2022). Peran Lembaga Dakwah dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa di Jurusan Manajemen Dakwah. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah, 03(02)*, 390–399.
- Faridi, M. (2020). "Transformasi Dakwah di Era Digital: Tinjauan terhadap Metode Tradisional dalam Berdakwah." *Jurnal Komunikasi Islam, 12(2)*, 145-160.
- Gusriani, Y., dan Faulidi, H. (2012). Dakwah dalam Bisnis dan Enterpreneur Nabi Muhammad Saw. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 11 No. 21, Januari-Juni 2012*, 17-24
- Hasan, M. (2020). *Inovasi dan Dakwah di Era Digital*. Yogyakarta: LKiS.
- Hasan, R. (2019). "Kewirausahaan dan Etika dalam Islam: Suatu Tinjauan Konseptual." *Jurnal Ekonomi Syariah, 11(4)*, 210-225.
- Kasali, R. (2012). *Wirausaha Muda Mandiri. Kisah Inspiratif Anak Muda Mengalahkan Rasa Takut dan Bersahabat dengan Ketidakpastian Menjadi Wirausaha Tangguh*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nabilah, Ambar. (2023). 7 Dalil Tentang Pemimpin Menurut Al-Qur'an dan Hadits. Diakses melalui <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6997704/7-dalil-tentang-pemimpin-menurut-al-quran-dan-hadits>. Tanggal 27 September 2024.
- Nandang Ihwanuddin, Beti Rahayu, dkk. (2022). *Etika Bisnis dalam Islam (Teori dan Praktik)*. Bandung: Widina Bakti Persada Bandung.
- O.C Ferrel, John Fraedrich, dan Linda Ferrel. (2017). *Bussiness Ethics (Ethical Decision Making and Cases) Eleventh Edition*. Boston, USA: Cengage Learning
- Rahman, A. (2021). "Kewirausahaan Sosial dalam Lembaga Dakwah: Peluang dan Tantangan". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 12(1)*, 35-50.
- Ronaydi, M., dan Castrawijaya, C. (2023). Analisis Lingkungan Lembaga Dakwah Dalam Inovasi dan Kewirausahaan Di Era Disruptif. *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol 1, No 2*, 72-76.
- Santoso, B., & Rahmawati, I. (2021). Inovasi Digital dalam Dakwah: Peluang dan Tantangan di Era Disruptif. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 15(2)*, 45-63.
- Sharma, R., & Gupta, S. (2022). "Ethics in Innovation: A Pathway to Sustainable Development". *International Journal of Business Ethics, 5(3)*, 112-126.
- Syaiful, A. (2021). "Kewirausahaan Lembaga Dakwah: Mengintegrasikan Prinsip Islam dalam Model Bisnis Era Disruptif." *Jurnal Ekonomi Syariah, 15(3)*, 90-110.

- Yuliana, S. (2022). Kewirausahaan Lembaga Dakwah: Antara Inovasi dan Etika di Era Disruptif. *Jurnal Manajemen Islam*, 10(3), 123-138.
- Zainuddin, M. (2019). *Strategi Dakwah di Era Milenial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zaman M., Ilman, R., dan Maulidi, I. (2023). Transformasi Gaya Dakwah Islam di Era Digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 148-164.