

Analysis of Entrepreneurial Opportunities in Da'wah Institutions

Ilham Ansori Hasibuan¹, Cecep Castrawijaya²

¹²UIN Syarif Hiyatullah Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peluang kewirausahaan untuk lembaga dakwah guna mendukung kemandirian finansial dan memperkuat peran sosial di masyarakat. Lembaga dakwah memiliki potensi untuk menjalankan usaha yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga mendukung misi dakwah dan nilai-nilai Islam. Dengan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi lembaga dakwah dalam mengembangkan usaha berbasis syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa kewirausahaan dapat menjadi solusi bagi lembaga dakwah untuk mencapai keberlanjutan finansial sekaligus berdampak positif bagi umat.

ABSTRACT

This research discusses entrepreneurial opportunities for da'wah institutions to support financial independence and strengthen their social role in the community. Dakwah institutions have the potential to run businesses that are not only profit-oriented but also support the mission of dakwah and Islamic values. Using SWOT analysis, this research evaluates the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by da'wah institutions in developing sharia-based businesses. The results show that entrepreneurship can be a solution for da'wah institutions to achieve financial sustainability while also having a positive impact on the community.

Correspondence Email:
ilham_ansori23@mhs.uinjkt
.ac.id

Keywords: Da'wah
institutions; entrepreneurship;
SWOT analysis; financial
independence

PENDAHULUAN

Lembaga dakwah memiliki peran penting dalam menyebarkan nilai-nilai agama Islam, membimbing masyarakat, dan mempererat ukhuwah Islamiyah. Namun, dalam menjalankan perannya, lembaga dakwah sering menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek finansial. Ketergantungan yang tinggi pada donasi dan dana eksternal membuat keberlangsungan kegiatan dakwah menjadi kurang stabil. Di tengah dinamika tersebut, muncul peluang bagi lembaga dakwah untuk mengadopsi model kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga mendukung misi dakwah. Dengan menjalankan usaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, lembaga dakwah dapat membangun sumber pendapatan yang mandiri, sehingga tidak bergantung sepenuhnya pada donasi.

Kewirausahaan, terutama kewirausahaan sosial dan berbasis misi, menjadi model yang semakin relevan untuk lembaga dakwah. Model ini memungkinkan lembaga dakwah untuk menciptakan dampak sosial positif dan keberlanjutan finansial sekaligus. Melalui analisis peluang kewirausahaan yang mendalam, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan lembaga dakwah agar lebih mandiri secara finansial, lebih berdampak dalam menjalankan misi dakwah, serta lebih mampu beradaptasi dengan tantangan yang ada.

LANDASAN TEORETIS

Lembaga dakwah adalah institusi yang memiliki tugas utama untuk menyebarkan dan menanamkan ajaran Islam di tengah masyarakat. Menurut Azra, lembaga dakwah tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah dan pusat kajian agama, tetapi juga sebagai pusat pengembangan umat yang bertujuan meningkatkan kesadaran keislaman dan kualitas kehidupan umat. Fungsi utama lembaga dakwah adalah memberikan bimbingan spiritual dan mengatasi berbagai permasalahan sosial yang dihadapi oleh umat Islam. Namun, untuk mewujudkan hal tersebut secara maksimal, lembaga dakwah membutuhkan sumber daya yang memadai, baik dari sisi finansial maupun manajerial (Fahham, 2020).

Kewirausahaan sosial adalah model usaha yang bertujuan untuk mencapai dampak sosial positif, di mana keuntungan ekonomi digunakan untuk mendukung aktivitas yang membawa manfaat bagi masyarakat. Menurut Dees (1998), kewirausahaan sosial adalah proses inovatif yang bertujuan untuk memecahkan masalah sosial dengan cara yang berkelanjutan dan berorientasi pada pemberdayaan. Dalam konteks lembaga dakwah, kewirausahaan sosial sangat relevan karena memungkinkan lembaga untuk menjalankan usaha yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendukung kegiatan dakwahnya (Palaon & Dewi, 2019).

Kewirausahaan berbasis misi adalah model usaha yang didirikan dengan tujuan utama untuk mencapai misi tertentu, seperti pendidikan, sosial, atau keagamaan. Martin dan Osberg (2007) menjelaskan bahwa kewirausahaan berbasis misi tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga berfokus pada nilai atau tujuan sosial yang ingin dicapai. Untuk lembaga dakwah, kewirausahaan berbasis misi memberikan kerangka yang memungkinkan mereka mengembangkan usaha yang tetap berpegang pada nilai-nilai Islam dan tujuan dakwah. Dengan kata lain, model ini memungkinkan lembaga dakwah untuk menjalankan usaha yang sesuai dengan misinya, sekaligus menghasilkan pendapatan yang dapat menunjang operasional mereka (Hasanah et al., 2022).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi. Menurut Wheelen dan Hunger (2010), analisis SWOT merupakan alat strategis yang dapat membantu organisasi dalam menyusun strategi yang efektif. Dalam konteks lembaga dakwah yang ingin mengembangkan model kewirausahaan, analisis SWOT dapat membantu mereka memahami posisi mereka dan merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan peluang serta mengatasi tantangan yang ada. Kekuatan lembaga dakwah bisa meliputi dukungan

komunitas yang kuat, sedangkan kelemahannya mungkin berupa keterbatasan dalam modal finansial atau keterampilan kewirausahaan (Mahfud, 2019).

Konsep Kewirausahaan Lembaga Dakwah

1. Definisi kewirausahaan

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengejar peluang untuk menciptakan nilai baru atau inovasi, sering kali dalam bentuk produk atau layanan, dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memberikan dampak positif pada masyarakat. Wirausaha atau entrepreneur adalah individu yang mampu melihat peluang dan mengambil risiko untuk menciptakan sesuatu yang bernilai, baik secara ekonomi maupun sosial (Sanawiri & Iqbal, 2018).

Menurut Joseph Schumpeter, kewirausahaan merupakan kegiatan inovatif yang mampu mendisrupsi pasar dan membawa perubahan dalam ekonomi. Wirausahawan dianggap sebagai agen perubahan yang mampu menciptakan produk baru, mengembangkan pasar baru, dan merumuskan metode produksi yang efisien (Karwati et al., 2024). Menurut Robbin & Coulter, Kewirausahaan adalah suatu proses di mana seseorang atau suatu kelompok menggunakan upaya yang terorganisir dan sarana untuk mencari sebuah peluang dan

menciptakan suatu nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui sebuah inovasi dan keunikan (Hidayat, 2020).

Menurut Richard Cantillon, Kewirausahaan diartikan sebagai pekerjaan seorang pengusaha yang membeli barang pada harga tertentu kemudian menjualnya kembali tetapi dengan harga yang belum pasti, merujuk pada bagaimana seseorang berisiko pada ketidakpastian (Hamali & SS, 2017). Sedangkan Thomas W. Zimmerer, kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Dalam konteks bisnis modern, kewirausahaan tidak hanya terbatas pada penciptaan bisnis baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam bisnis yang sudah ada, sehingga mampu memberikan solusi terhadap kebutuhan atau masalah yang ada dalam masyarakat (Sunarya & Saefullah, 2011).

Kewirausahaan dalam konteks Islam, atau yang sering disebut sebagai kewirausahaan syariah, adalah sebuah konsep bisnis yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek kegiatan usaha. Ini mencakup tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada nilai-nilai etika dan moral yang dijunjung tinggi dalam agama Islam. Dalam pandangan ini, kewirausahaan dianggap sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri dengan cara yang halal dan sesuai dengan ajaran Islam.

2. Prinsip-prinsip kewirausahaan

Dalam menjalankan kewirausahaan, terdapat beberapa prinsip dasar yang umumnya dipegang oleh para wirausahawan untuk mencapai kesuksesan. Beberapa prinsip tersebut meliputi:

- a. Inovasi: Kewirausahaan sangat berkaitan erat dengan inovasi, baik dalam produk, layanan, atau proses bisnis. Wirausaha dituntut untuk menciptakan atau mengembangkan ide-ide baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar atau meningkatkan efisiensi (Lestari, 2019).
- b. Keberanian Mengambil Risiko: Kewirausahaan melibatkan risiko yang tinggi, baik dari segi finansial, psikologis, maupun sosial. Seorang wirausahawan harus berani mengambil risiko dalam memulai atau mengembangkan usaha, meskipun hasil akhirnya tidak dapat dipastikan (Hastuti et al., 2020).
- c. Kemandirian dan Kepercayaan Diri: Wirausahawan dituntut untuk memiliki kemandirian dalam mengelola usaha dan mengambil keputusan. Kepercayaan diri penting agar mereka dapat menghadapi tantangan, mengatasi masalah, dan memotivasi diri untuk terus maju.
- d. Fokus pada Pelanggan: Prinsip kewirausahaan juga menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan

keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam merancang produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan (Rangkuti, 2013).

- e. Adaptasi dan Fleksibilitas: Wirausahawan harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, atau regulasi. Fleksibilitas memungkinkan mereka menyesuaikan strategi bisnis sesuai dengan situasi yang berkembang.
- f. Manajemen Waktu dan Sumber Daya: Pengelolaan waktu, keuangan, dan sumber daya lainnya merupakan hal penting dalam kewirausahaan. Seorang wirausahawan harus mampu mengalokasikan sumber daya dengan efisien agar usaha dapat berjalan sesuai rencana.

Dalam sejarah Islam, terdapat banyak contoh kewirausahaan yang berhasil menerapkan prinsip-prinsip syariah. Salah satunya adalah Nabi Muhammad SAW yang dikenal sebagai pedagang sukses sebelum diangkat menjadi nabi. Beliau menjalankan bisnis dengan prinsip shiddiq (kejujuran), amanah (kepercayaan), tabligh (menyampaikan kebenaran), dan fathonah (kecerdasan) dalam setiap transaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga Dakwah dan Perannya dalam Masyarakat

Lembaga dakwah adalah organisasi yang berfungsi untuk menyebarkan ajaran Islam dan membina umat. Menurut para ahli, lembaga dakwah memiliki beberapa fungsi utama. Lembaga dakwah berperan dalam memberikan pendidikan agama melalui berbagai program, seperti pengajian dan seminar. Hal ini penting untuk meningkatkan pemahaman umat terhadap ajaran Islam. Pemberdayaan Sosial, Selain pendidikan, lembaga dakwah juga berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat dengan mengadakan program-program sosial yang dapat meningkatkan kesejahteraan umat. Pengembangan Komunitas, Lembaga ini berfungsi sebagai wadah untuk membangun jaringan sosial di antara anggota masyarakat, sehingga dapat saling mendukung dalam menjalankan ajaran agama dan menghadapi tantangan sosial yang ada.

Lembaga dakwah adalah organisasi atau institusi yang berfokus pada kegiatan penyebaran nilai-nilai Islam, pendidikan, dan pembinaan akhlak umat. Fungsi utama lembaga dakwah adalah sebagai wadah untuk menyampaikan ajaran Islam secara sistematis dan berkelanjutan, sehingga masyarakat dapat memahami dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Nasution, 2020). Selain itu, lembaga dakwah juga memiliki peran dalam

mempererat ukhuwah Islamiyah, membangun karakter umat yang berakhlakul karimah, serta menanggapi berbagai isu dan tantangan kontemporer yang dihadapi umat Islam. Dalam pembinaan umat, lembaga dakwah sering kali mengadakan kajian, pelatihan, dan program sosial untuk membantu masyarakat memahami nilai-nilai Islam dan meraih kesejahteraan baik di dunia maupun akhirat.

Potensi lembaga dakwah dalam mengembangkan usaha yang berlandaskan misi dakwah.

Lembaga dakwah memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha yang tidak hanya bertujuan ekonomi tetapi juga berlandaskan misi dakwah. Dengan menjalankan usaha yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam, lembaga dakwah dapat menciptakan sumber pendapatan yang mandiri dan berkelanjutan. Misalnya, usaha berbasis wakaf produktif atau usaha koperasi syariah dapat dijalankan untuk mendukung kegiatan dakwah. Potensi ini memungkinkan lembaga dakwah tidak hanya berdiri sebagai institusi keagamaan, tetapi juga sebagai pendorong kesejahteraan umat melalui aktivitas ekonomi yang halal. Dengan usaha yang berkembang, lembaga dakwah dapat lebih leluasa dalam menyusun program-program dakwah yang berdampak dan lebih mandiri dalam pembiayaan, sehingga tidak bergantung sepenuhnya pada donasi atau sumbangan pihak lain.

Lembaga dakwah memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha yang sejalan dengan misi mereka (Ajija et al., 2018). Beberapa strategi yang dapat diterapkan adalah:

- a. Pengembangan Program Ekonomi: Mendirikan usaha kecil atau koperasi yang dikelola oleh anggota untuk meningkatkan perekonomian lokal sambil mendukung kegiatan dakwah.
- b. Pemasaran Melalui Media Digital: Memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk menjangkau lebih banyak orang dan mendapatkan dukungan finansial dari donatur yang lebih luas.
- c. Kolaborasi dengan Lembaga lain: Bekerja sama dengan organisasi lain untuk mengadakan program bersama yang dapat menarik lebih banyak perhatian dan dana.

Dengan pendekatan ini, lembaga dakwah tidak hanya dapat memperkuat keberadaan mereka di masyarakat tetapi juga meningkatkan keberlanjutan finansial mereka dalam jangka panjang.

Analisis Peluang kewirausahaan Lembaga Dakwah

Peluang kewirausahaan adalah konsep yang sangat penting dalam dunia bisnis, dan berbagai ahli telah memberikan definisi yang berbeda untuk menggambarkan makna dan esensinya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): Peluang usaha didefinisikan sebagai kesempatan atau kesempatan baik yang bisa dimanfaatkan

untuk kegiatan bisnis. Ini menekankan pada aspek kesempatan yang dapat diambil oleh individu atau organisasi dalam konteks bisnis (Gani, 2014).

Thomas W. Zimmerer: Menurutnya, peluang usaha adalah situasi di mana individu atau perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan atau menemukan kegiatan bisnis baru yang bermanfaat. Ini menunjukkan bahwa peluang bukan hanya tentang menemukan ide, tetapi juga tentang kemampuan untuk merealisasikannya (Wijatno, 2009).

Arif F. Hadipranata: Ia menjelaskan bahwa peluang usaha adalah kondisi yang memungkinkan bagi individu atau organisasi untuk memanfaatkan suatu situasi yang menguntungkan dalam berbisnis. Definisi ini menekankan pada konteks kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan. Robbin & Coulter: Mereka mendefinisikan peluang usaha sebagai kondisi yang menggambarkan adanya celah atau ruang kosong di pasar yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan bisnis yang menguntungkan. Ini menyoroti pentingnya analisis pasar dalam mengidentifikasi peluang. Ruang Menyala: Dalam pandangan mereka, peluang usaha adalah momen ketika ide bisnis menjadi realita karena berbagai faktor, termasuk kreativitas dan inovasi dalam menghadapi masalah serta melihat kesempatan sehari-hari (Setyaningrum et al., 2024).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluang kewirausahaan melibatkan identifikasi dan pemanfaatan kondisi atau situasi tertentu yang dapat menghasilkan nilai tambah atau keuntungan dalam konteks bisnis. Hal ini mencakup kemampuan untuk melihat dan mengambil risiko dalam menciptakan atau mengembangkan usaha baru.

Analisis peluang kewirausahaan lembaga dakwah

Analisis peluang kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi dan mengevaluasi potensi bisnis atau usaha baru yang dapat memberikan keuntungan atau nilai tambah bagi pengusaha dan pasar. Dalam proses ini, pengusaha harus mempertimbangkan berbagai aspek untuk memastikan bahwa peluang tersebut layak dikembangkan (Sari et al., 2020). Berikut adalah beberapa langkah dalam analisis peluang kewirausahaan:

- a. Identifikasi Peluang Pasar, Pengusaha perlu mengidentifikasi kebutuhan atau masalah yang belum terpenuhi di pasar. Ini bisa didapatkan dari observasi, riset pasar, tren terbaru, atau perubahan sosial dan teknologi yang menciptakan peluang baru (Rangkuti, 1997).
- b. Analisis Kebutuhan dan Permintaan, Setelah mengidentifikasi peluang, penting untuk memahami seberapa besar kebutuhan atau permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Apakah

ada permintaan yang cukup? Siapa target pasarnya? Analisis ini bisa dilakukan melalui survei, wawancara, atau observasi (Priangani, 2023)

- c. Analisis Kompetisi, Memahami kompetisi sangat penting dalam analisis peluang. Pengusaha harus mengevaluasi siapa saja kompetitor di pasar, bagaimana kekuatan dan kelemahan mereka, serta mencari cara untuk membedakan produk atau layanan yang ditawarkan.
- d. Evaluasi Potensi Keuntungan, Analisis ini mencakup perkiraan tentang biaya produksi, harga jual, potensi keuntungan, dan break-even point (titik impas). Dengan demikian, pengusaha bisa mengetahui apakah usaha ini layak secara finansial.
- e. Analisis Risiko, Setiap peluang bisnis memiliki risiko. Pengusaha harus mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko-risiko yang mungkin terjadi, seperti risiko pasar, finansial, dan operasional. Mengembangkan strategi mitigasi risiko sangat penting agar bisnis bisa bertahan di tengah tantangan (Pardjo, 2017).
- f. Kelayakan Teknis dan Operasional, Evaluasi kelayakan teknis mencakup kemampuan untuk memproduksi atau menyediakan layanan dengan sumber daya yang ada. Sementara itu, kelayakan operasional mencakup evaluasi terhadap kemampuan menjalankan bisnis secara berkelanjutan.

- g. Analisis Dampak Sosial dan Lingkungan, Saat ini, aspek sosial dan lingkungan semakin diperhatikan dalam kewirausahaan. Analisis ini melihat bagaimana usaha tersebut berdampak pada masyarakat dan lingkungan, apakah positif atau negatif, dan bagaimana menangani dampak negatifnya (Supriandi, 2022).

KESIMPULAN

Analisis peluang kewirausahaan pada lembaga dakwah memiliki potensi yang signifikan untuk memperkuat peran dakwah dalam kehidupan masyarakat secara mandiri dan berkelanjutan. Melalui kewirausahaan, lembaga dakwah tidak hanya bisa menyediakan pendanaan yang independen untuk menjalankan berbagai kegiatan dakwah, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat, seperti pemberdayaan ekonomi umat dan penyediaan produk serta layanan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Selain itu, untuk memanfaatkan peluang kewirausahaan secara optimal, lembaga dakwah perlu mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti analisis pasar, manajemen risiko, dan kesiapan sumber daya. Kerjasama strategis dengan pihak lain, seperti institusi keuangan syariah, perusahaan, dan komunitas lokal, juga menjadi faktor penting yang dapat memperluas dampak kewirausahaan lembaga dakwah. Dengan demikian, melalui analisis yang menyeluruh dan implementasi yang tepat, peluang kewirausahaan pada lembaga

dakwah dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan keberlanjutan, relevansi, dan dampak positif lembaga dakwah dalam pembangunan spiritual dan ekonomi umat. Semoga analisis ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi lembaga dakwah dalam mengeksplorasi potensi kewirausahaan sebagai bentuk dakwah yang adaptif dan progresif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, S. R., SE, M. E., Ahmad Hudaifah, S. E., Ec, M., Wasiaturrahma, S. E., Sulistyaningsih, L., A'yun, K. Q., Mukti, H. K., Sri Cahyaning Umi Salama, S. E. I., & Rofiqoh, S. N. I. (2018). *Koperasi BMT: Teori, Aplikasi dan Inovasi*. Inti Media Komunika.
- Bahri, E. S. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan*. Fam Publishing.
- Cahyono, P. (2016). Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(2), 10-Halaman.
- Darmawan, M. A. B. (2024). *Perencanaan Bisnis*. Bumi Aksara.
- Fahham, A. M. (2020). *Pendidikan pesantren: pola pengasuhan, pembentukan karakter, dan perlindungan anak*. Publica Institute Jakarta.
- Gani, A. Y. A. (2014). *Understanding Entrepreneurship: Memahami Secara Cerdas Makna Entrepreneurship yang Sebenarnya*. Universitas Brawijaya Press.
- Hamali, A. Y., & SS, M. M. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Prenada Media.
- Hasanah, B., Sururi, A., Prananda, D. P., & Noval, A. M. (2022). Kewirausahaan sosial: partisipasi masyarakat dan evaluasi dampak sosial-ekonomi. *Jurnal Administrasi Negara*, 28(3), 291–317.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Ta., Sudarso, A., Soetijono, I. K., & Saputra, D. H. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hidayat, W. W. (2020). *Pengantar kewirausahaan teori dan aplikasi*.
- Karwati, L., Qomariah, A. I., Ardani, L., & Shafaa'Nurani, S. (2024).

- Kewirausahaan*. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen inovasi: Upaya meraih keunggulan kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Mahfud, M. H. (2019). Metode penentuan faktor-faktor keberhasilan penting dalam analisis swot. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113–125.
- Manambing, A., Mandey, S., & Tielung, M. V. J. (2018). Analisis pengaruh orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran (Studi kasus UMKM kuliner tinutuan di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Nasution, N. A. (2020). Lembaga Pendidikan Islam Pesantren. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 5(1), 36–52.
- Palaon, H., & Dewi, L. A. (2019). Pemberdayaan Perempuan melalui kewirausahaan sosial dalam mendorong kemandirian ekonomi. *Jakarta: The National Team For The Acceleration of Poverty Reduction (TNP2K)*.
- Pardjo, Y. A. P. (2017). *Manajemen Risiko Perusahaan*. Growing publishing.
- Priangani, A. (2023). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Rangkuti, F. (1997). *Riset pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Sari, A. P., Anggraini, D. D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., Tjiptadi, D. D., Sulaiman, O. K., Munsarif, M., & Siregar, P. A. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis.
- Sasono, A. (1998). *Solusi Islam atas problematika umat: ekonomi, pendidikan, dan dakwah*. Gema Insani.
- Setyaningrum, R. P., SE, M. M., Titik Purwati, M. M., Novi Fitria, H., & SKM, M. M. (2024). *Kewirausahaan: Teori, Proses, dan Implementasinya*. PT Kimhsafi Alung Cipta.
- Sunarya, P. O. A., & Saefullah, A. (2011). *Kewirausahaan*. Penerbit Andi.
- Supriandi, S. (2022). *Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja Umkm Industri Kuliner Di Kota Sukabumi*. Nusa Putra.
- Wijatno, S. (2009). *Pengantar entrepreneurship*. Grasindo.