

Dynamics of Financial Management of Missionary Institutions in the Context of Innovation and Entrepreneurship in a Disruptive Era

Ibnu Apriani¹, Cecep Castrawijaya²

¹²Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

ABSTRAK

Lembaga dakwah berperan strategis dalam pemberdayaan spiritual dan sosial masyarakat Muslim, tetapi disrupsi digital melalui digitalisasi, fintech, dan perubahan pola donasi, menuntut inovasi pengelolaan keuangan dan pendanaan. Artikel ini menganalisis strategi keuangan lembaga dakwah berbasis inovasi dan kewirausahaan sosial melalui studi literatur kualitatif dan analisis komparatif terhadap sumber sekunder. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-wallet, crowdfunding, dan blockchain meningkatkan efisiensi, transparansi, serta perluasan basis donatur. Diversifikasi dana lewat social enterprise, koperasi syariah, dan wakaf produktif memperkuat kemandirian finansial, meski terkendala SDM profesional, risiko siber, dan kebutuhan tata kelola digital yang akuntabel. Rekomendasi disusun dalam lima pilar roadmap: penguatan kapasitas internal, inovasi produk digital, diversifikasi pendanaan, kolaborasi lintas sektor, serta pembaruan tata kelola dan regulasi berbasis prinsip syariah.

ABSTRACT

Da'wah institutions play a strategic role in the spiritual and social empowerment of Muslim communities, but digital disruption through digitalization, fintech, and changes in donation patterns, demands innovation in financial management and funding. This article analyzes the financial strategies of innovation and social entrepreneurship-based missionary institutions through qualitative literature studies and comparative analysis of secondary sources. The study results show that the use of e-wallets, crowdfunding, and blockchain increases efficiency, transparency, and expands the donor base. Diversification of funds through social enterprises, sharia cooperatives, and productive waqf strengthens financial independence, even though it is constrained by professional human resources, cyber risks, and the need for accountable digital governance. Recommendations are organized into five pillars of the roadmap: strengthening internal capacity, digital product innovation, funding diversification, cross-sector collaboration, and updating governance and regulations based on sharia principles.



Correspondence Email:

ibnuapriani2@gmail.com

Keywords: Islamic
Propagation Finance,
Innovation, Social
Entrepreneurship, Disruptive

PENDAHULUAN

Lembaga dakwah memiliki peran strategis dalam pemberdayaan spiritual dan sosial masyarakat Muslim. Di samping fungsi dakwah, lembaga-lembaga ini seringkali mengelola berbagai program sosial-ekonomi seperti bantuan kemanusiaan, pendidikan, dan program pemberdayaan. Tradisionalnya, pembiayaan lembaga dakwah bergantung pada donasi, sedekah, infak, dan wakaf yang ditransaksikan secara tatap muka atau melalui mekanisme konvensional (Ahmad, 2010). Secara tradisional, sumber pembiayaan lembaga dakwah banyak bergantung pada sumbangan, infak, wakaf, dan zakat, sehingga praktik akuntansi dan pelaporan keuangan yang baik menjadi krusial untuk menjaga akuntabilitas dan kepercayaan publik (Shulthoni et al, 2018). Namun, sejak masuknya era disruptif, ditandai oleh percepatan digitalisasi, munculnya fintech, platform crowdfunding, dan berubahnya pola sumbangan, model pembiayaan lama dinilai tidak lagi memadai tanpa ada inovasi yang sistematis (Nugroho, 2019). Perubahan teknologi dan munculnya era disruptif yang ditandai dengan digitalisasi, platform fintech, dan pemanfaatan data besar mendorong organisasi nirlaba termasuk lembaga dakwah untuk meninjau ulang model penggalangan dana, distribusi, dan pemantauan programnya (Cipriano, 2025).

Era disruptif ini menawarkan peluang sekaligus risiko: peluang berupa akses ke sumber dana baru dan efisiensi operasional; risiko berupa ketergantungan pada platform pihak ketiga dan tantangan tata kelola data (Schwab, 2017). Kehadiran solusi fintech dan crowdfunding berbasis digital membuka peluang baru bagi pengumpulan zakat dan donasi yang lebih mudah dan transparan, namun juga memperkenalkan risiko operasional dan kebutuhan pengaturan baru yang harus diantisipasi oleh lembaga (Wanda, 2025).

Selain itu, integrasi pendekatan kewirausahaan sosial (social entrepreneurship) memungkinkan lembaga dakwah menciptakan unit-unit usaha yang menghasilkan pendapatan mandiri untuk mendukung misi sosialnya, sehingga mengurangi ketergantungan pada donasi semata (Punuh, 2024). Transformasi model pendanaan dan diversifikasi usaha menuntut peningkatan tata kelola, transparansi, dan praktik manajemen keuangan yang profesional untuk memitigasi risiko penyalahgunaan dana dan mempertahankan legitimasi lembaga di mata publik dan pemangku kepentingan (Kamaruddin et al, 2023). Namun, adopsi teknologi dan inovasi di kalangan lembaga dakwah menghadapi hambatan seperti keterbatasan kapasitas SDM, infrastruktur digital yang belum merata, dan tantangan kepatuhan regulasi – yang semuanya mempengaruhi efektifitas pengelolaan keuangan baru (Godefroid, 2024). Literatur tentang pengelolaan keuangan organisasi keagamaan yang menggabungkan aspek inovasi digital dan strategi kewirausahaan masih berkembang, sehingga terdapat kebutuhan penelitian yang mengkaji dinamika ini secara kontekstual – termasuk bagaimana model-model inovatif dapat dipadukan dengan prinsip-prinsip akuntabilitas dan nilai-nilai dakwah.

Studi yang menelaah dinamika pengelolaan keuangan lembaga dakwah dalam bingkai inovasi dan kewirausahaan pada era disruptif menjadi penting untuk merumuskan praktik manajerial, model bisnis sosial, dan kebijakan tata kelola yang

adaptif serta berkelanjutan. Studi ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi literatur (*desk study*) dan analisis komparatif. Sumber data meliputi: buku, artikel jurnal, laporan tahunan lembaga zakat/filantropi, laporan bank dan lembaga keuangan syariah, serta artikel terpercaya di media yang membahas inovasi filantropi digital. Analisis dilakukan melalui tahapan: identifikasi tema, sintesis tematik, dan penyusunan rekomendasi berbasis praktik terbaik. Pendekatan ini dipilih karena fokus kajian adalah konsep dan strategi, bukan pengukuran kuantitatif eksperimental (Creswell, 2014). Untuk memperkuat relevansi praktis, penelitian juga menyertakan analisis komparatif praktik lembaga dakwah di Indonesia yang mempublikasikan annual report, sehingga aspek praktik dan kebijakan dapat dikaji secara lebih konkret.

Rumusan masalah yang diangkat dalam artikel ini adalah: (1) bagaimana strategi keuangan lembaga dakwah yang inovatif dalam menghadapi era disruptif; (2) bagaimana kewirausahaan sosial dapat diintegrasikan ke dalam aktivitas dakwah untuk menghasilkan pendanaan berkelanjutan; dan (3) apa implikasi tata kelola dan regulasi yang perlu disesuaikan. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan kerangka strategi keuangan lembaga dakwah berbasis inovasi dan kewirausahaan yang praktis dan dapat diadaptasi oleh berbagai skala lembaga dakwah di Indonesia.

LANDASAN TEORETIS

Kajian tentang keuangan lembaga dakwah sering berkaitan dengan literatur filantropi Islam: manajemen zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) (Beik, 2015). Selain itu, literature tentang kewirausahaan sosial dan inovasi organisasi menjadi rujukan penting untuk memahami bagaimana lembaga dakwah dapat mengembangkan unit usaha yang berorientasi misi sosial (Dees, 2001). Kerangka teori yang digunakan menggabungkan teori pengelolaan keuangan organisasi nirlaba, teori inovasi organisasi, dan teori kewirausahaan sosial. Beberapa studi empiris di Indonesia menunjukkan bahwa lembaga dakwah yang berhasil mengembangkan usaha produktif dan mengadopsi teknologi digital cenderung lebih tahan guncangan finansial (Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, 2018-2022). Temuan-temuan ini konsisten dengan kajian internasional yang menunjukkan bahwa digitalisasi filantropi meningkatkan jangkauan donor dan efisiensi distribusi bantuan (World Bank, 2020).

Konsep inovasi secara klasik dijelaskan oleh Joseph A. Schumpeter (1942) melalui teori *creative destruction*, yakni proses di mana inovasi secara terus-menerus menggantikan sistem, struktur, dan cara kerja lama dengan cara yang baru dan lebih efisien. Dalam konteks organisasi keagamaan, termasuk lembaga dakwah, *creative destruction* dapat dimaknai sebagai transformasi paradigma dalam pengelolaan keuangan dari sistem manual dan tradisional menuju sistem digital dan transparan. Inovasi ini tidak hanya bersifat teknologi, tetapi juga mencakup inovasi manajerial, sosial, dan kelembagaan yang memungkinkan peningkatan efektivitas dan efisiensi layanan publik berbasis nilai-nilai Islam.

Selanjutnya, teori *open innovation* yang dikemukakan oleh Chesbrough (2003) menekankan pentingnya kolaborasi lintas organisasi dan pemanfaatan ide eksternal untuk mendorong inovasi internal yang berkelanjutan. Dalam konteks lembaga

dakwah, pendekatan *open innovation* dapat diwujudkan melalui kolaborasi dengan startup fintech syariah, komunitas digital Muslim, maupun lembaga sosial lainnya untuk mengembangkan sistem pengelolaan keuangan yang adaptif terhadap era disruptif.

Pengelolaan keuangan organisasi nirlaba menekankan prinsip akuntabilitas, transparansi, dan efisiensi dalam pemanfaatan dana publik. Menurut Anthony dan Young (2003), sistem pengelolaan keuangan nirlaba harus mampu menunjukkan hubungan langsung antara penggunaan dana dan pencapaian tujuan sosial organisasi. Dalam lembaga dakwah, hal ini mencakup pelaporan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, keterbukaan terhadap publik, serta kemampuan merancang anggaran berbasis kinerja dakwah. Model *financial sustainability* dalam lembaga keagamaan juga menuntut adanya diversifikasi sumber pendapatan dan pengelolaan aset produktif agar kegiatan dakwah tidak bergantung sepenuhnya pada donasi. Literatur modern menekankan pentingnya digitalisasi keuangan dan governance system yang kuat untuk menjawab tantangan era disruptif.

Konsep kewirausahaan menurut Peter F. Drucker (1985) berfokus pada kemampuan individu atau organisasi menciptakan nilai melalui peluang inovatif yang terukur dan berorientasi hasil. Dalam perspektif lembaga dakwah, nilai yang diciptakan bukan hanya keuntungan finansial tetapi juga peningkatan kesejahteraan spiritual dan sosial masyarakat. Dees (1998) memperkenalkan istilah *social entrepreneurship* sebagai kombinasi antara misi sosial dan pendekatan bisnis yang berkelanjutan, di mana wirausahawan sosial bertindak sebagai agen perubahan. Muhammad Yunus (2010) menegaskan bahwa kewirausahaan sosial dapat menjadi mekanisme efektif dalam mengatasi kemiskinan dan ketimpangan ekonomi dengan memanfaatkan inovasi bisnis yang berpihak pada masyarakat.

Konsep ini relevan bagi lembaga dakwah yang ingin memperkuat kemandirian keuangannya melalui unit usaha berbasis nilai Islam, seperti bisnis halal, layanan edukasi, atau platform sosial digital. Integrasi prinsip *social entrepreneurship* dengan pengelolaan keuangan lembaga dakwah akan menghasilkan model organisasi yang tidak hanya berorientasi ibadah, tetapi juga produktif dan berdaya saing. Dalam era disruptif, lembaga dakwah perlu memadukan ketiga dimensi tersebut yaitu inovasi, kewirausahaan, dan manajemen keuangan sebagai strategi keberlanjutan organisasi. Pendekatan *integrative management* menekankan sinergi antara efisiensi keuangan, kreativitas inovatif, dan komitmen terhadap misi sosial.

Model integrasi ini sejalan dengan teori *dynamic capabilities* (Teece et al, 1997), yang menjelaskan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan sumber daya dan kompetensi dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat. Dengan demikian, lembaga dakwah yang mampu membangun kapasitas dinamis melalui inovasi terbuka dan kewirausahaan sosial akan lebih adaptif terhadap tantangan era disruptif dan mampu mempertahankan keberlanjutan dakwahnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konteks Era Disruptif dan Implikasinya bagi Lembaga Dakwah

Era disruptif ditandai oleh percepatan teknologi informasi, transformasi ekonomi digital, dan perubahan perilaku publik dalam berinteraksi dan bertransaksi (Kotler, 2017). Bagi lembaga dakwah, implikasi utama meliputi: perubahan cara jamaah berpartisipasi (*online giving*), kebutuhan transparansi yang semakin tinggi, dan munculnya aktor baru seperti platform crowdfunding religius.

Transformasi ini mengharuskan lembaga dakwah: (a) mengadopsi teknologi untuk penggalangan dan penyaluran dana; (b) menata ulang mekanisme akuntabilitas agar dapat dipantau publik secara real-time; dan (c) mengembangkan produk serta layanan yang relevan dengan ekosistem digital (mis. wakaf produktif berbasis aplikasi, marketplace sosial, dsb.) (Christensen, 2016).

Digitalisasi Keuangan Dakwah

Digitalisasi keuangan lembaga dakwah mencakup penggunaan e-wallet, payment gateway, crowdfunding platforms, serta pencatatan digital berbasis cloud. Keuntungan utama adalah kemudahan akses donasi, penurunan biaya transaksi, serta peningkatan transparansi (Schueffel, 2016). Namun, digitalisasi juga menimbulkan tantangan: keamanan siber, perlindungan data jamaah, dan kebutuhan akan tata kelola digital yang profesional.

Implementasi teknologi blockchain telah dieksplorasi oleh beberapa lembaga sebagai sarana meningkatkan transparansi aliran dana dan wakaf produktif. Teknologi ini memungkinkan pencatatan transaksi yang tidak mudah diubah (*immutable ledger*), namun adopsinya memerlukan kapabilitas teknis dan biaya awal yang tidak kecil (Nakamoto, 2008).

Model Bisnis dan Diversifikasi Sumber Dana

Diversifikasi sumber dana adalah strategi penting untuk meningkatkan kemandirian lembaga dakwah. Diversifikasi dapat dilakukan melalui: unit usaha syariah (koperasi, toko sosial, lembaga pelatihan), produk wakaf produktif, layanan konsultasi, dan kerjasama dengan sektor swasta (Huda, 2016).

Contoh model bisnis yang efektif adalah pengembangan social enterprise yang dikelola oleh lembaga dakwah, dimana keuntungan usaha dialokasikan untuk kegiatan dakwah dan program sosial. Model ini menyeimbangkan antara tujuan misi dan kebutuhan finansial.

Kewirausahaan Sosial dalam Lembaga Dakwah

Kewirausahaan sosial menekankan penciptaan nilai sosial melalui kegiatan ekonomi. Bagi lembaga dakwah, kewirausahaan sosial dapat menjadi mekanisme pemberdayaan jamaah, pelatihan keterampilan, serta sumber pendanaan berkelanjutan (Yunus, 2016). Program pelatihan wirausaha bagi kelompok rentan, pengembangan UMKM berbasis komunitas masjid, serta inkubasi bisnis syariah adalah contoh penerapan kewirausahaan sosial.

Keberhasilan kewirausahaan sosial bergantung pada kapabilitas manajerial, akses pasar, dukungan modal kerja, serta integrasi nilai-nilai syariah dalam tata kelola usaha (Porter, 2008).

Studi Kasus: Transformasi Keuangan pada Beberapa Lembaga Dakwah di Indonesia

Untuk menggambarkan praktik, analisis berikut memeriksa tiga lembaga dakwah/filantropi besar di Indonesia yang telah menerapkan inovasi keuangan dan kewirausahaan: Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, dan Baznas (sebagai contoh institusi zakat negara). Analisis didasarkan pada laporan tahunan, publikasi resmi, dan studi kasus yang dipublikasikan oleh masing-masing lembaga (*Annual Report Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, Baznas*).

Dompot Dhuafa mengembangkan unit usaha yang menghasilkan pendapatan sosial, seperti bisnis layanan kesehatan dan pendidikan, serta mengelola wakaf produktif. Pendekatan ini telah membantu DD menstabilkan pendanaan program jangka panjang (Dompot Dhuafa, 2019-2022). Rumah Zakat memanfaatkan platform digital untuk penggalangan dana mikro dan pengelolaan program pemberdayaan. Mereka juga mengembangkan marketplace bagi produk peserta program pemberdayaan, sehingga membuka akses pasar untuk UMKM binaan (Rumah Zakat, 2018-2022).

Baznas Mengimplementasikan sistem penyaluran zakat elektronik dan melakukan kolaborasi dengan perbankan syariah untuk memfasilitasi program wakaf uang dan wakaf produktif. Pendekatan kelembagaan ini memperlihatkan pergeseran tata kelola dari model donor-driven ke model yang lebih strategis dan berbasis data (BAZNAS, 2022). Dari studi kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa: (1) penggabungan unit usaha dengan program dakwah meningkatkan kesinambungan program; (2) platform digital memperluas jangkauan dan membawa efisiensi; (3) tata kelola profesional serta audit independen meningkatkan kepercayaan publik (Hafidhuddin, 2013).

Tantangan dan Hambatan Operasional

Beberapa tantangan nyata yang dihadapi lembaga dakwah dalam proses transformasi keuangan antara lain: Keterbatasan SDM profesional yang memahami keuangan syariah dan teknologi digital, Regulasi yang belum sepenuhnya mengakomodasi inovasi keuangan berbasis syariah, termasuk aspek perpajakan dan pengawasan, Risiko reputasi dan keamanan siber jika mekanisme digital tidak memadai, Resistensi internal terhadap perubahan budaya organisasi. Tantangan-tantangan ini memerlukan strategi manajemen perubahan yang komprehensif serta investasi dalam penguatan kapasitas internal (Zubaedi, 2012).

Transparansi, Etika, dan Strategi Pengembangan Inovasi Keuangan Lembaga Dakwah

Transparansi dan akuntabilitas merupakan prasyarat utama agar inovasi finansial dapat diterima publik. Mekanisme yang dapat diterapkan mencakup audit keuangan berkala, pelaporan digital real-time, penggunaan kontrak wakaf yang

terdokumentasi, serta pemanfaatan teknologi untuk melacak aliran dana. Pada saat yang sama, etika penggalangan dana dan penggunaan bahasa komunikasi digital perlu dijaga agar tidak membentuk ekspektasi donor yang tidak realistis; prinsip-prinsip syariah harus senantiasa menjadi panduan utama dalam tata kelola keuangan dan usaha lembaga dakwah.

Berdasarkan analisis, roadmap kemandirian keuangan lembaga dakwah dapat ditempuh melalui: penguatan kapasitas internal (pelatihan manajemen keuangan syariah dan teknologi digital, serta rekrutmen staf profesional di bidang keuangan, audit, dan pengembangan usaha); digitalisasi dan inovasi produk (pengembangan aplikasi donasi/wakaf yang mudah diakses, eksplorasi blockchain untuk transparansi); diversifikasi pendanaan (unit usaha sosial/koperasi, wakaf produktif terstruktur); kolaborasi dan jejaring (kemitraan dengan fintech syariah, perbankan, sektor swasta, serta jejaring akademik untuk riset dan evaluasi); dan penguatan tata kelola serta regulasi (standar akuntabilitas, audit eksternal, advokasi kebijakan). Pengembangan inovasi ini juga membutuhkan peran aktif pemerintah, regulator, dan sektor keuangan melalui insentif wakaf produktif, aturan jelas crowdfunding syariah, serta perlindungan data platform donasi, disertai pedoman tata kelola yang aman bagi lembaga filantropi

SIMPULAN

Transformasi keuangan lembaga dakwah di era disruptif menjadi keniscayaan jika lembaga ingin bertahan dan berkembang. Digitalisasi, diversifikasi sumber pendanaan, serta pengembangan kewirausahaan sosial adalah pilar utama menuju kemandirian finansial. Namun, keberhasilan transformasi memerlukan pembaruan kapasitas, tata kelola yang kuat, dan dukungan kebijakan yang memadai. Dengan implementasi strategis, lembaga dakwah dapat meningkatkan skala dampak sosialnya sambil menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Saran praktis yang diajukan mencakup: memperkuat literasi digital bagi pengurus, membentuk unit kewirausahaan yang profesional, memperkuat tata kelola dan audit, serta mendorong kolaborasi lintas-sektor untuk mengakselerasi inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2010). *Filantropi Islam dan Tata Kelola*. Jakarta:Pustaka.
- Antonio, M.S. (2001). *Bank syariah: dari teori ke praktik*. Gema insani.
- Anthony, R.N, & Young, D.W. (2003). *Management control in nonprofit organizations*. McGraw-Hill.
- Al-Faruqi, I.R. (1982). *Islamization of Knowledge*. Herndon:IIIT.
- Bank Indonesia. (2021). *Ekonomi dan Keuangan Syariah di era digital*. Jakarta:BI.
- Baznas. (2020). *Laporan dan Kebijakan Pengelolaan zakat*.
- Beik, I.S. (2015). *Manajemen zakat dan wakaf di era modern*. Kencana.
- Christensen, C. M. 92016). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business Review Press.

- Cipriano, Michele, Stefano Za. (2025) Exploring the discourse on digital transformation in nonprofit organizations. *Information & Management*. 62(6). <https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104165>.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
- Dees, J. G. (2001). *The Meaning of social entrepreneurship*. Stanford University.
- Dompot Dhuafa. (2019-2022). *Laporan Tahunan*.
- Drucker, P. F. (2006). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper Business.
- Fauzia, A. (2017). *Filantropi Islam: Sejarah dan Kontestasi*. Gramedia.
- Godefroid, M.E, Plauttfaut, R, & Niehaves, B. (2024). Identifying key barriers to nonprofit organizations adoption of technology innovations. *Nonprofit Management and Leadership*. 35(1). 237-259. <https://doi.org/10.1002/nml.21609>.
- Hafidhuiddin, D. (2013). *Manajemen Dakwah*. Gema Insani.
- Hasan, Z. (2011). Shariah Governance and Ethics in Islamic Finance. *Journal of Islamic Studies*.
- Hasan, Z. (2014). *Islamic Finance: Principles and Practice*. Edinburgh University Press.
- Hendarto, R. (2018). *Wakaf Produktif dan Kemandirian Ekonomi*. Rajawali Press.
- Huda, N. (2016). *Ekonomi Pembangunan Islam*. Kencana.
- Huda, N., & Sawarjuwono, T. (2017). Pengelolaan keuangan organisasi zakat berbasis akuntabilitas dan transparansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(3), 511-526.
- IFQ Journal. (2019). *Special Issue: Philanthropy and Technology*.
- Kamaruddin, M. I. H, Muhamed, N. A, Radzi, R. M. et al. (2023). Financial management practices in islamic donation-based crowdfunding (DCF) platforms in Malaysia. *Futur Bus J*, 9(32). <https://doi.org/10/1186/s43093-023-00210-7>.
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Moving form traditional to digital*. Wiley.
- Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A Peer-to-Peer electronic cash system*.
- Nugroho, A. (2019). Digitalisasi filantropi islam di indonesia. *jurnal ekonomi syariah*, 3(2), 45-67.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2020). *Akuntansi syariah di indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- OECD. (2020). *Digital disruption in financial services*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage*. Free Press.

- Punuh, W. A. M, & Hani, S. (2024). Religious organizations development through social entrepreneurship activity: opportunities and challenges from stakeholders perspective. *Proceeding of the international conference on Multidisciplinary research for sustainable innovation*, 1(Augustus), 322-330. <https://doi.org/10.31098/icmrsi.v1i813>.
- Rifai, A. (2020). Literasi keuangan syariah di era digital, *Jurnal Keuangan Islam*.
- Rumah Zakat. (2018-2022). Annual Reports.
- Sari, D. (2021). Crowdfunding syariah di indonesia. *Jurnal ekonomi islam*.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Schueffel, P. (2016). Taming the fintech disruption. *Technology innovation management review*.
- Schwab, K. (2017). The fourth industrial revolution. *World economic forum*.
- Shulthoni, M, et al. (2018). Waqf fundraising management; a proposal for a sustainable finance of the waqf institutions. *Journal of islamic monetary economics and finance*, 3(may), 153-78. <https://doi.org/10.21098/jimf.v3i0.776>.
- Teece, D.J. et al. (1997). Dynamic Capabilities and strategic management. *strategic management journal*, 18(7), 509-533.
- Wanda, S. (2025). Fintech-based crowdfunding system for zakat collection: an innovation in social funding in the digital era. *indonesian conference of zakat - proceedings*, 524-535. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2024.922>.
- World bank. (2020). *Digital financial inclusion*. Washington: world bank.
- Yunus, M. (2010). *Building social business*. Public Affairs.
- Zubaedi. (2012). *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Kencana.