

Entrepreneurial Da'wah: Inovasi Kewirausahaan sebagai Strategi Kemandirian Majelis Taklim

Istianah¹, Al Kahfi²

¹UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

²UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Correspondence Email : Istianah24@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRACT

Majlis taklim plays a vital role in community religious education, yet often faces challenges such as limited funding, reliance on donors, and weak modern management models. These conditions require innovative entrepreneurial planning to strengthen the institution's economic base and ensure sustainable da'wah. This study employs a qualitative method using literature review and descriptive analysis on Islamic entrepreneurship, da'wah management, and case studies of majlis taklim with sharia-based enterprises. The findings reveal that entrepreneurial innovation planning, supported by SWOT analysis, enables majlis taklim to design adaptive strategic visions. Innovative practices such as halal product businesses, sharia cooperatives, and digital platforms strengthen the independence of da'wah activities. Although constrained by limited human resources and low entrepreneurial literacy, development opportunities remain open through managerial capacity building and collaboration. Thus, entrepreneurial innovation serves as an effective strategy for majlis taklim to achieve independent and sustainable da'wah.

Keyword: majlis taklim, entrepreneurship, innovation, da'wah management, sustainability.

ABSTRAK

Majlis taklim memiliki peran penting dalam pembinaan keagamaan masyarakat, namun sering menghadapi kendala seperti keterbatasan dana, ketergantungan pada donatur, dan lemahnya model pengelolaan modern. Kondisi ini menuntut adanya perencanaan inovasi kewirausahaan untuk memperkuat basis ekonomi lembaga dan menjamin keberlanjutan dakwah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis deskriptif terhadap literatur manajemen dakwah, kewirausahaan Islam, serta studi kasus pada majlis taklim yang mengembangkan usaha berbasis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan inovasi kewirausahaan melalui analisis SWOT mampu membantu majlis taklim menyusun visi strategis yang adaptif. Bentuk inovasi seperti usaha produk halal, koperasi syariah, dan pemanfaatan teknologi digital terbukti memperkuat kemandirian dakwah. Meski terdapat kendala berupa keterbatasan SDM dan literasi kewirausahaan, peluang pengembangan tetap terbuka melalui penguatan kapasitas manajerial dan kolaborasi. Dengan demikian, inovasi kewirausahaan dapat menjadi strategi efektif bagi majlis taklim dalam membangun dakwah yang mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: majelis taklim, kewirausahaan, inovasi, manajemen dakwah, kemandirian.

PENDAHULUAN

Majelis taklim merupakan salah satu bentuk lembaga dakwah nonformal yang memiliki posisi strategis dalam kehidupan keagamaan masyarakat Indonesia (Zaini Dahlan, 2015). Keberadaannya yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat menjadikan majelis taklim sebagai ruang pembinaan spiritual yang fleksibel, inklusif, dan mengakar kuat di tingkat akar rumput. Selama ini, majelis taklim terutama dipahami sebagai wahana transmisi nilai-nilai keislaman, penguatan ukhuwah, serta peningkatan literasi keagamaan umat (Shodiqin, 2019).

Namun, pemaknaan tersebut secara tidak langsung melahirkan asumsi bahwa aktivitas majelis taklim seharusnya terpisah dari logika ekonomi dan praktik kewirausahaan, demi menjaga kesakralan dakwah (Huda, 2020). Asumsi ini menjadi problematis ketika dihadapkan pada realitas sosial-ekonomi umat yang terus berubah dan menuntut kapasitas adaptasi lembaga dakwah yang lebih besar.

Dinamika masyarakat kontemporer yang ditandai oleh ketidakpastian ekonomi, kompetisi sumber daya, serta meningkatnya tuntutan profesionalisme lembaga sosial-keagamaan telah menghadirkan tantangan serius bagi keberlanjutan majelis taklim (Muhtadi, 2025). Banyak majelis taklim masih menghadapi persoalan klasik berupa keterbatasan pendanaan, ketergantungan pada donasi eksternal, lemahnya perencanaan kelembagaan, serta minimnya kapasitas manajerial. Ketika dukungan finansial dari donatur melemah, program dakwah seringkali mengalami stagnasi atau bahkan terhenti.

Kondisi ini memunculkan kritik terhadap model pengelolaan dakwah yang terlalu bergantung pada pola tradisional dan belum sepenuhnya mempertimbangkan aspek keberlanjutan lembaga. Dengan demikian, persoalan ekonomi tidak lagi dapat diposisikan

sebagai isu sekunder dalam dakwah, melainkan sebagai bagian integral dari keberlangsungan misi keagamaan.

Dalam konteks tersebut, kewirausahaan mulai dipandang sebagai salah satu alternatif strategis untuk memperkuat kemandirian lembaga dakwah (Widyawati, 2025). Namun, keterlibatan majelis taklim dalam aktivitas kewirausahaan juga memunculkan perdebatan normatif.

Di satu sisi, kewirausahaan dianggap mampu menopang keberlangsungan dakwah secara mandiri dan memberdayakan jamaah secara ekonomi. Di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa orientasi ekonomi akan menggeser dakwah menjadi aktivitas pragmatis yang berorientasi pada keuntungan dan berpotensi mengaburkan nilai keikhlasan serta spiritualitas. Ketegangan inilah yang menjadikan relasi antara dakwah dan kewirausahaan bersifat debatable. Persoalan utamanya bukan terletak pada ada atau tidaknya aktivitas ekonomi, melainkan pada bagaimana aktivitas tersebut dirancang, dikelola, dan diposisikan dalam kerangka nilai-nilai dakwah.

Sejumlah penelitian terdahulu yang penulis kumpulkan telah banyak mengkaji praktik kewirausahaan pada lembaga dakwah, termasuk majelis taklim, terutama dalam konteks pemberdayaan ekonomi umat dan penguatan kemandirian jamaah (Hidayah et al., 2025; Lukman, Saeful, Yusuf Zaenal Abidin, 2024; Munandar, 2024; Risli et al., 2025).

Kajian-kajian tersebut umumnya menyoroti bentuk usaha yang dijalankan, seperti koperasi syariah, usaha mikro produktif, dan produksi barang halal, serta dampaknya terhadap kesejahteraan jamaah. Meskipun demikian, fokus penelitian lebih banyak diarahkan pada aspek praktik dan hasil ekonomi, sementara dimensi perencanaan inovasi kewirausahaan dalam kerangka

manajemen dakwah belum mendapatkan perhatian yang memadai. Akibatnya, kewirausahaan sering diposisikan sebagai respons praktis terhadap keterbatasan dana, bukan sebagai bagian dari desain strategis dakwah yang dirancang secara sadar dan berkelanjutan.

Ketiadaan perencanaan inovasi kewirausahaan yang sistematis berpotensi menimbulkan dua risiko utama. Pertama, aktivitas kewirausahaan majelis taklim berjalan secara sporadis dan tidak terarah, sehingga gagal memberikan kontribusi signifikan terhadap kemandirian lembaga. Kedua, aktivitas ekonomi berkembang tanpa kendali normatif yang jelas dan berisiko menjauh dari visi serta nilai dakwah.

Oleh karena itu, perencanaan menjadi titik krusial yang mempertemukan rasionalitas manajerial dan idealisme dakwah. Dalam perspektif ini, pendekatan manajemen strategis seperti analisis SWOT tidak semata dipahami sebagai instrumen bisnis, melainkan sebagai alat dakwah untuk membaca potensi, tantangan, dan kebutuhan umat secara lebih objektif dan bertanggung jawab.

Berdasarkan celah kajian tersebut, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada upaya memposisikan **perencanaan inovasi kewirausahaan sebagai bagian integral dari manajemen dakwah majelis taklim**, bukan sekadar aktivitas ekonomi pendukung. Penelitian ini berangkat dari argumentasi bahwa inovasi kewirausahaan yang dirancang secara strategis tidak bertentangan dengan dakwah, melainkan justru dapat memperkuat posisi majelis taklim sebagai agen transformasi sosial dan spiritual.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka, penelitian ini mengkaji konsep *entrepreneurial da'wah* sebagai paradigma alternatif dalam pengelolaan majelis taklim. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana perencanaan inovasi

kewirausahaan dapat diselaraskan dengan visi dakwah, nilai-nilai syariah, dan kebutuhan jamaah, sehingga mampu memperkaya diskursus manajemen dakwah kontemporer sekaligus menawarkan perspektif kritis terhadap relasi antara dakwah dan kewirausahaan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Fokus penelitian diarahkan pada analisis perencanaan inovasi kewirausahaan dalam majelis taklim sebagai lembaga dakwah berbasis komunitas. Penelitian ini tidak dimaksudkan sebagai penelitian lapangan, melainkan sebagai kajian konseptual yang bertumpu pada telaah literatur ilmiah secara sistematis.

Sumber data penelitian diperoleh melalui studi pustaka (*library research*) dengan menelaah buku, artikel jurnal bereputasi, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema manajemen dakwah, kewirausahaan Islam, inovasi lembaga dakwah, serta kemandirian majelis taklim. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan laporan dan publikasi ilmiah yang mendokumentasikan praktik kewirausahaan pada majelis taklim sebagai bahan ilustrasi konseptual.

Contoh praktik kewirausahaan pada beberapa majelis taklim seperti pengembangan koperasi jamaah, usaha produk halal, dan pemanfaatan platform digital disajikan sebagai ilustrasi berbasis sumber sekunder, bukan sebagai hasil studi kasus lapangan. Dengan demikian, data yang digunakan sepenuhnya berasal dari dokumen dan publikasi yang telah tersedia, tanpa melibatkan observasi langsung, wawancara, atau pengumpulan data empiris primer.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif-kualitatif, yang dilakukan melalui tahapan pengorganisasian data pustaka, kategorisasi tema, serta identifikasi pola perencanaan strategis dan bentuk inovasi kewirausahaan dalam konteks majelis taklim. Analisis difokuskan pada keterkaitan antara perencanaan inovasi kewirausahaan, prinsip manajemen dakwah, dan upaya mewujudkan kemandirian lembaga dakwah.

Untuk menjaga validitas dan keandalan analisis, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber literatur dengan membandingkan berbagai perspektif dan temuan dari penulis serta sumber yang berbeda. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan kritis mengenai relevansi perencanaan inovasi kewirausahaan sebagai strategi kemandirian majelis taklim dalam kerangka manajemen dakwah kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Strategis Berbasis Kewirausahaan dalam Mewujudkan Kemandirian Majelis Taklim

Perencanaan strategis merupakan fondasi utama dalam mewujudkan kemandirian dakwah pada majelis taklim. Setiap lembaga dakwah perlu memiliki arah yang jelas melalui visi, misi, dan target dakwah yang terukur. Visi yang dirumuskan majelis taklim tidak hanya menggambarkan cita-cita keagamaan, tetapi juga orientasi pada kemandirian ekonomi yang menopang keberlangsungan program. Misi yang dirancang pun harus menekankan keterpaduan antara penguatan spiritual jamaah dengan pemberdayaan sosial-ekonomi (Cecep Castrawijaya, 2025).

Dengan demikian, target dakwah tidak hanya mencakup peningkatan kualitas ibadah, tetapi juga kesejahteraan jamaah dan keberlanjutan lembaga.

Kemandirian majelis taklim menuntut adanya integrasi yang erat antara tujuan dakwah dan tujuan kewirausahaan. Dakwah tidak bisa berjalan optimal apabila masih sepenuhnya bergantung pada donasi atau sumber eksternal yang fluktuatif (Tharaba & Noviyanti, 2022).

Melalui integrasi ini, kegiatan kewirausahaan diposisikan bukan sekadar usaha ekonomi, tetapi sebagai bagian dari strategi dakwah. Misalnya, usaha berbasis produk halal atau koperasi syariah tidak hanya menghasilkan dana, tetapi juga menjadi sarana edukasi jamaah tentang ekonomi Islam. (Ginda, 2019) menunjukkan bahwa koperasi syariah di lingkup majlis taklim mampu menjadi instrumen efektif untuk memperkuat solidaritas jamaah sekaligus memperkuat basis ekonomi lembaga. Hal ini mempertegas bahwa dakwah dan kewirausahaan dapat berjalan selaras bila dikelola secara sistematis.

Dalam menyusun arah strategis, majelis taklim dapat memanfaatkan pendekatan manajemen modern, salah satunya melalui analisis SWOT (Wulaningsih & Widyastuti, 2024). Pendekatan ini membantu lembaga mengenali kekuatan internal, kelemahan yang perlu diatasi, peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi. Misalnya, kekuatan berupa kepercayaan jamaah dan jaringan sosial yang luas dapat dioptimalkan untuk mengembangkan usaha bersama. Sebaliknya, kelemahan seperti keterbatasan literasi kewirausahaan jamaah perlu diatasi melalui pelatihan dan pembinaan.

Penelitian Ririn Widyastuti Wulaningsih (2024) menegaskan bahwa penerapan perencanaan berbasis SWOT di majelis taklim membuka peluang untuk

merancang program kewirausahaan yang realistis dan kontekstual sesuai kondisi jamaah.

Lebih jauh, perencanaan strategis berbasis kewirausahaan ini sejalan dengan paradigma dakwah kontemporer yang menuntut profesionalitas dan adaptabilitas. Majelis taklim yang mampu memadukan aspek spiritual, sosial, dan ekonomi tidak hanya menjadi pusat pembinaan agama, tetapi juga agen pemberdayaan masyarakat (Faiz et al., 2023).

Dengan demikian, strategi perencanaan tidak boleh berhenti pada tataran dokumen, tetapi harus diwujudkan dalam bentuk program nyata yang melibatkan jamaah secara aktif. Hal ini akan menciptakan majelis taklim yang mandiri, relevan, dan mampu menjawab tantangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah.

Selain itu, keberhasilan perencanaan strategis majelis taklim sangat ditentukan oleh partisipasi aktif jamaah. Perencanaan yang hanya disusun oleh pengurus tanpa melibatkan jamaah cenderung tidak berdaya guna karena minim dukungan sosial (Musrupah et al., 2019).

Oleh karena itu, model *participatory planning* menjadi penting, di mana jamaah ikut terlibat dalam proses identifikasi kebutuhan, perumusan program, hingga evaluasi kegiatan. Keterlibatan ini tidak hanya menumbuhkan rasa memiliki terhadap program kewirausahaan, tetapi juga memperkuat komitmen kolektif dalam menjalankan dakwah yang mandiri. Dengan demikian, strategi yang dibangun bukan hanya milik pengurus, melainkan menjadi agenda bersama yang memperkuat ikatan sosial dan spiritual dalam majelis taklim.

Selanjutnya, perencanaan strategis juga perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan (*sustainability*). Artinya,

program kewirausahaan yang dirancang majelis taklim harus memperhatikan kesinambungan jangka panjang, baik dari segi finansial maupun sumber daya manusia (Aswari, 2024). Misalnya, usaha berbasis produk halal atau koperasi syariah sebaiknya tidak hanya dikelola sebagai proyek sesaat, tetapi dikembangkan dengan sistem manajemen yang profesional, pencatatan keuangan yang transparan, serta regenerasi kader yang mampu melanjutkan kepemimpinan. Seperti diungkapkan oleh (Suryana, et, 2021), keberlanjutan lembaga dakwah sangat dipengaruhi oleh konsistensi perencanaan yang mengintegrasikan aspek manajemen, sumber daya, dan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, majelis taklim harus mengedepankan strategi yang tidak hanya responsif terhadap kebutuhan saat ini, tetapi juga adaptif terhadap perubahan sosial dan ekonomi di masa depan.

Inovasi Kewirausahaan sebagai Pilar Penguatan Ekonomi Majelis Taklim

Inovasi kewirausahaan menjadi salah satu kunci utama dalam memperkuat basis ekonomi majelis taklim. Selama ini, banyak majelis taklim yang hanya mengandalkan sumber dana dari donasi jamaah atau bantuan eksternal yang sifatnya tidak stabil. Kondisi tersebut seringkali menghambat keberlanjutan program dakwah, terutama ketika dana yang tersedia tidak mencukupi. Oleh karena itu, pengembangan inovasi kewirausahaan perlu dipandang sebagai pilar penting untuk menopang operasional lembaga. Inovasi ini bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan strategi dakwah yang dirancang untuk memperkuat kemandirian, meningkatkan keterlibatan jamaah, dan menciptakan keberlanjutan lembaga.

Bentuk inovasi kewirausahaan yang dapat dikembangkan oleh majelis taklim sangat beragam. Pertama, usaha produk halal, seperti makanan, minuman, atau busana muslim yang sesuai syariah,

dapat menjadi sumber pendanaan sekaligus sarana dakwah. Kedua, pengembangan UMKM berbasis jamaah memungkinkan partisipasi aktif anggota majelis taklim dalam usaha kecil yang produktif. Ketiga, koperasi syariah menjadi instrumen ekonomi yang efektif karena tidak hanya menggerakkan dana, tetapi juga membangun solidaritas sosial antarjamaah. Keempat, pemanfaatan teknologi melalui digitalpreneurship, seperti pemasaran online, toko daring, hingga crowdfunding syariah, membuka peluang lebih luas untuk menjangkau pasar global (Munandar, 2024). Inovasi-inovasi ini terbukti mampu memperkuat kemandirian lembaga jika dikelola secara sistematis (Wisnuadhi, et al., 2020)

Inovasi kewirausahaan memiliki peran strategis dalam menopang biaya operasional dakwah. Ketergantungan pada donasi dapat menimbulkan ketidakpastian, sementara usaha mandiri memberikan kepastian pendanaan yang lebih berkelanjutan. Dengan adanya sumber ekonomi internal, majelis taklim dapat menyelenggarakan kegiatan rutin seperti pengajian, pelatihan, hingga pemberdayaan masyarakat tanpa harus menunggu bantuan eksternal. lembaga dakwah yang mengembangkan inovasi ekonomi berbasis koperasi syariah lebih stabil dalam pendanaan dibandingkan lembaga yang hanya bergantung pada donasi (Hidayat et al., 2024)

Sebagai contoh konkret berdasarkan literatur dan observasi peneliti, Majelis Taklim Nurunnajah di Jakarta Selatan berhasil mengembangkan model kewirausahaan yang berbasis UMKM. ada beberapa anggota majelis taklim yang membuat cincau organik, dimana cincau tersebut dijadikan minuman condol untuk jual serta adanya kantin jajan. Selain itu para jamaah juga memanfaatkan limbah galon untuk dijadikan pot sebagai media untuk menanam tanaman. Usaha tersebut tidak hanya memberikan tambahan dana bagi

keberlangsungan dakwah, tetapi juga meningkatkan pemberdayaan ekonomi jamaah, khususnya kaum ibu. Selain itu, majelis taklim ini juga memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk secara lebih luas, sehingga jamaah tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen dan agen pemasaran. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa majelis taklim mampu bertransformasi menjadi pusat pemberdayaan umat, bukan hanya dalam aspek spiritual tetapi juga dalam bidang ekonomi.

Dari pengalaman tersebut dapat ditarik pelajaran penting bahwa inovasi kewirausahaan pada majlis taklim memiliki potensi besar dalam menciptakan entrepreneurial dakwah. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan inovasi ini antara lain: (Nugraha dkk., 2024).

1. Kesesuaian dengan syariah, sehingga usaha yang dijalankan tetap berada dalam koridor hukum Islam.
2. Partisipasi jamaah, agar usaha menjadi milik bersama dan menumbuhkan rasa memiliki.
3. Manajemen profesional, termasuk pencatatan keuangan, pemasaran, dan evaluasi berkala.

Pemanfaatan teknologi digital, sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, inovasi kewirausahaan dapat menjadi pilar penguatan ekonomi majelis taklim sekaligus instrumen dakwah yang relevan di era kontemporer. Seperti ditegaskan oleh (Hidayat et al., 2024), lembaga dakwah yang mampu mengintegrasikan inovasi kewirausahaan dengan misi dakwah akan lebih adaptif, mandiri, dan berkelanjutan. Artinya, majelis taklim tidak hanya berperan sebagai pusat pembinaan keagamaan, tetapi juga sebagai motor penggerak kemandirian umat.

Lebih jauh, inovasi kewirausahaan yang diterapkan oleh majelis taklim bukan hanya berfungsi sebagai strategi ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk pendidikan sosial dan spiritual bagi jamaah. Melalui aktivitas usaha bersama, jamaah diajarkan nilai-nilai kerja keras, kejujuran, kebersamaan, dan tanggung jawab nilai yang sejalan dengan prinsip syariah. Dengan demikian, kewirausahaan di majelis taklim tidak semata menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga membangun etos kerja Islami yang menjadi teladan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan konsep spiritual entrepreneurship yang dijelaskan oleh, (Fauzia, 2019) yakni praktik kewirausahaan yang menekankan keseimbangan antara orientasi profit dengan nilai-nilai spiritualitas Islam.

Selain itu, penguatan ekonomi melalui kewirausahaan majelis taklim memiliki dimensi sosiologis yang penting. Majelis taklim bukan hanya tempat belajar agama, tetapi juga wadah solidaritas sosial yang mampu mengatasi persoalan ekonomi jamaah secara kolektif. Misalnya, keberadaan kantin jajan atau UMKM berbasis jamaah dapat menjadi solusi terhadap masalah ekonomi rumah tangga, sekaligus menumbuhkan kemandirian perempuan dalam mengelola usaha. Dampak ini menunjukkan bahwa majelis taklim dapat bertransformasi menjadi pusat community empowerment yang menyentuh aspek spiritual, sosial, dan ekonomi secara terpadu. Dengan demikian, majelis taklim bukan hanya menjalankan perannya sebagai lembaga dakwah, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial ekonomi umat di tengah tantangan modernitas.

Sinergi Nilai-Nilai Syariah dengan Praktik Manajemen Dakwah Kontemporer

Sinergi antara nilai-nilai syariah dengan praktik manajemen dakwah kontemporer menjadi fondasi penting dalam pengembangan inovasi

kewirausahaan di majelis taklim. Prinsip syariah tidak sekadar menjadi aturan normatif, tetapi juga pedoman praktis yang mengarahkan setiap bentuk usaha agar tetap berada dalam koridor halal dan thayyib. Hal ini terlihat dalam pemilihan jenis usaha yang sesuai dengan etika Islam, mulai dari penghindaran riba, gharar (ketidakjelasan), hingga maysir (spekulasi berlebihan). Dengan demikian, setiap bentuk kewirausahaan yang dijalankan majelis taklim tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga menjaga kesucian nilai dakwah yang diperjuangkan.

Lebih jauh, integrasi nilai keadilan dan keberkahan menjadi aspek yang membedakan kewirausahaan syariah dengan model bisnis konvensional. Majelis taklim yang membangun usaha dalam kerangka syariah tidak hanya memikirkan keuntungan lembaga, tetapi juga memberikan manfaat bagi jamaah dan masyarakat sekitar. Misalnya, melalui kantin jajan atau usaha mikro berbasis jamaah, majelis taklim menciptakan pemerataan ekonomi serta memperkuat solidaritas sosial. (Qurtubi, 2023), menjelaskan penerapan prinsip keadilan dalam bisnis syariah mampu meningkatkan kepercayaan dan partisipasi anggota, sehingga usaha menjadi lebih berkelanjutan. Dalam konteks ini, keberkahan menjadi tujuan utama, di mana hasil usaha tidak sekadar mengalir dalam bentuk finansial, tetapi juga melahirkan manfaat spiritual dan sosial.

Konsep *entrepreneurial dakwah* kemudian menjadi kunci dalam menjawab tantangan kontemporer. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai penyampaian pesan agama secara verbal, tetapi juga diwujudkan melalui praktik ekonomi yang menghidupkan nilai Islam. Majelis taklim yang mengembangkan usaha digital, produk halal, atau jasa berbasis syariah sesungguhnya sedang melakukan dakwah dalam bentuk nyata. Mereka

menampilkan Islam sebagai sistem hidup yang solutif, relevan, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, *entrepreneurial dakwah* bukanlah penyimpangan dari visi dakwah, melainkan penguatan strategi agar pesan Islam mampu menembus berbagai lini kehidupan umat.(Sucipto, 2016)

Namun, implementasi sinergi ini tentu memerlukan perencanaan yang matang agar tidak terjadi reduksi nilai. Manajemen dakwah kontemporer menuntut profesionalitas dalam tata kelola, sementara syariah menekankan pada keikhlasan dan integritas moral. Keduanya harus dipadukan secara seimbang. Misalnya, dalam penyusunan laporan keuangan, majelis taklim perlu mengedepankan prinsip transparansi dan akuntabilitas, yang sejalan dengan konsep hisbah dalam Islam. Begitu pula dalam pengelolaan sumber daya manusia, nilai keadilan dan musyawarah harus diintegrasikan dengan pendekatan manajerial modern, sehingga tercipta suasana kerja yang produktif sekaligus bernilai ibadah.

Dengan adanya sinergi ini, majelis taklim berpotensi menjadi pionir dalam menghadirkan model lembaga dakwah yang mandiri dan berkelanjutan. Mereka bukan hanya tempat pembinaan spiritual, tetapi juga motor penggerak ekonomi berbasis nilai Islam yang menebar maslahat. Kehadiran majelis taklim yang menggabungkan nilai syariah dan praktik manajemen modern dapat menjadi rujukan bagi lembaga dakwah lain, sekaligus memperkuat posisi Islam sebagai agama yang kompatibel dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan prinsip dasarnya.

Tantangan dan Prospek Pengembangan Kewirausahaan Majelis Taklim di Era Digital

Perkembangan era digital telah membawa perubahan signifikan dalam hampir seluruh aspek kehidupan,

termasuk dalam bidang dakwah dan kewirausahaan. Majelis taklim, sebagai salah satu lembaga dakwah berbasis komunitas, tidak dapat menutup mata terhadap perubahan ini. Jika sebelumnya aktivitas majelis taklim hanya berpusat pada kegiatan pengajian dan pembinaan spiritual, kini tuntutan zaman mendorong lembaga ini untuk lebih adaptif dan kreatif, termasuk dalam hal pengelolaan ekonomi. Kehadiran teknologi digital memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan dakwah sekaligus mengembangkan usaha ekonomi jamaah. Namun, di sisi lain, majelis taklim juga dihadapkan pada beragam tantangan, baik dari faktor internal maupun eksternal.

Dalam konteks ini, kewirausahaan yang dijalankan majelis taklim bukan semata-mata dimaknai sebagai upaya mencari keuntungan finansial, melainkan sebagai bagian dari strategi dakwah yang berorientasi pada kemandirian dan keberlanjutan. Penerapan prinsip *entrepreneurial dakwah* di era digital memungkinkan majelis taklim mengelola usaha berbasis syariah yang tidak hanya memberi dampak ekonomi, tetapi juga memperkuat nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial jamaah. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, menggali peluang pemanfaatan teknologi, serta merumuskan strategi keberlanjutan agar kewirausahaan majelis taklim benar-benar dapat menjadi pilar penguatan dakwah di tengah masyarakat modern.

1. Tantangan internal

- a. Keterbatasan SDM. Banyak pengurus maupun jamaah majelis taklim berasal dari latar belakang pendidikan yang sederhana. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan literasi digital maupun keterampilan kewirausahaan. Akibatnya, program inovasi ekonomi sering terhambat karena kurangnya tenaga penggerak yang

profesional. Dalam praktiknya, masih sedikit majelis taklim yang memiliki tim khusus untuk mengelola usaha secara berkelanjutan. Padahal, sumber daya manusia yang terlatih menjadi kunci dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

- b. Manajemen yang tradisional. Kebanyakan majelis taklim masih mengelola kegiatan dengan cara konvensional, misalnya pencatatan keuangan sederhana, perencanaan tidak terstruktur, dan evaluasi program yang tidak terukur. Pola manajemen seperti ini membuat usaha sulit berkembang, karena tidak ada standar operasional yang jelas. Dalam jangka panjang, kelemahan ini bisa menyebabkan usaha kewirausahaan berhenti di tengah jalan.
- c. Mindset jamaah. Tidak semua jamaah terbuka dengan gagasan bahwa kewirausahaan adalah bagian dari dakwah. Sebagian menganggap dakwah cukup difokuskan pada ceramah, pengajian, atau kegiatan ritual. Padahal, dalam perspektif dakwah kontemporer, pemberdayaan ekonomi jamaah juga merupakan bentuk dakwah bil hal. Perubahan mindset ini membutuhkan waktu, edukasi, dan pendekatan persuasif dari para pengurus.

2. Tantangan eksternal

- a. Persaingan pasar. Produk UMKM berbasis majelis taklim sering bersaing dengan produk sejenis di pasaran yang dikelola secara lebih profesional. Misalnya, usaha makanan halal yang dijalankan jamaah harus bersaing dengan brand besar yang sudah memiliki jaringan distribusi kuat. Tanpa inovasi dan diferensiasi, produk

majelis taklim cenderung sulit bertahan.

- b. Regulasi dan perizinan. Setiap usaha perlu memenuhi persyaratan legal, mulai dari izin usaha hingga sertifikasi halal. Sayangnya, banyak majelis taklim yang belum memahami regulasi ini. Ketidaksiapan administrasi membuat mereka sulit masuk ke pasar yang lebih luas, terutama jika ingin bekerja sama dengan marketplace besar atau jaringan retail modern.
- c. Perkembangan teknologi. Perubahan teknologi digital berlangsung sangat cepat, mulai dari tren e-commerce, media sosial, hingga artificial intelligence. Banyak majelis taklim belum mampu beradaptasi dengan perkembangan ini. Akibatnya, mereka tertinggal dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi, pemasaran, maupun penggalangan dana.

3. Prospek Pemanfaatan Teknologi Digital

Meskipun menghadapi tantangan, era digital juga membuka peluang besar bagi majelis taklim untuk mengembangkan kewirausahaan. Beberapa prospek yang menjanjikan antara lain:

- a. Platform marketplace. Marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, hingga marketplace syariah (misalnya SalamMall atau Evermos) memungkinkan produk jamaah dipasarkan secara luas tanpa harus membuka toko fisik. Hal ini dapat menjadi solusi keterbatasan modal, karena biaya pemasaran relatif lebih murah. Produk-produk halal seperti makanan, busana muslim, atau kerajinan tangan dapat dipasarkan dengan branding “produk dakwah”

yang memiliki nilai tambah spiritual.

- b. Media sosial sebagai sarana branding. Media sosial tidak hanya berfungsi untuk komunikasi, tetapi juga sebagai alat branding dan promosi produk. Majelis taklim dapat memanfaatkan Instagram, TikTok, YouTube, atau Facebook untuk menampilkan konten kreatif yang menggabungkan pesan dakwah dengan pemasaran produk. Misalnya, konten video yang mengajarkan cara hidup Islami sekaligus memperkenalkan produk halal jamaah. Strategi ini efektif dalam menarik generasi muda dan memperluas jangkauan pasar.
- c. Crowdfunding syariah. Pendanaan menjadi salah satu kendala terbesar dalam pengembangan kewirausahaan. Namun, kehadiran platform crowdfunding syariah memberikan peluang baru. Majelis taklim dapat menggalang dana dari jamaah atau masyarakat luas secara transparan dan sesuai syariah. Dana tersebut kemudian dikelola untuk mengembangkan usaha kolektif, seperti koperasi syariah atau bisnis produk halal.
- d. Digitalpreneurship jamaah. Generasi muda jamaah yang akrab dengan teknologi digital dapat diarahkan untuk mengembangkan usaha berbasis online. Contohnya, membuka toko daring, menjadi reseller produk halal, atau membangun konten kreatif berbasis dakwah. Model ini bukan hanya memberi pemasukan tambahan, tetapi juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan jamaah muda majelis taklim.

4. Strategi Keberlanjutan

Agar kewirausahaan majelis taklim tidak berhenti sebagai proyek jangka pendek, diperlukan strategi keberlanjutan yang matang. Beberapa strategi utama yang dapat ditempuh antara lain:

- a. Capacity building. Majelis taklim perlu menyelenggarakan pelatihan intensif bagi jamaah maupun pengurus dalam bidang manajemen usaha, literasi keuangan, pemasaran digital, dan kewirausahaan syariah. Hal ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan perguruan tinggi, lembaga pelatihan, maupun instansi pemerintah. Semakin banyak jamaah yang memiliki kapasitas kewirausahaan, semakin besar peluang majelis taklim mencapai kemandirian ekonomi.
- b. Inkubasi bisnis jamaah. Majelis taklim bisa membentuk unit inkubator bisnis yang berfungsi sebagai wadah pembinaan usaha jamaah. Inkubator ini memberikan pendampingan mulai dari perencanaan usaha, produksi, pemasaran, hingga evaluasi. Dengan adanya pendampingan terstruktur, usaha jamaah bisa lebih terarah dan berkelanjutan.
- c. Kolaborasi dengan lembaga lain. Kemandirian tidak berarti berdiri sendiri. Majelis taklim perlu menjalin sinergi dengan berbagai pihak, seperti lembaga keuangan syariah, pemerintah daerah, komunitas UMKM, dan perusahaan yang peduli pada pemberdayaan masyarakat. Kolaborasi ini dapat membuka akses modal, pasar, dan teknologi yang sebelumnya sulit dijangkau majelis taklim.

Penguatan nilai syariah. Keberlanjutan kewirausahaan majelis taklim sangat ditentukan oleh komitmen pada nilai syariah. Setiap praktik usaha harus mengedepankan kejujuran, transparansi, dan keadilan. Nilai keberkahan harus ditempatkan di atas keuntungan semata. Dengan pendekatan ini, jamaah akan lebih percaya dan bersedia mendukung usaha majelis taklim dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kewirausahaan tidak dapat dipisahkan dari upaya penguatan kemandirian majelis taklim dalam konteks dakwah kontemporer. Perencanaan inovasi kewirausahaan yang dirancang secara strategis menjadi jembatan antara idealisme dakwah dan tuntutan keberlanjutan lembaga. Melalui perencanaan yang terarah, majelis taklim tidak hanya berfungsi sebagai pusat pembinaan spiritual, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan sosial dan ekonomi jamaah. Integrasi antara visi dakwah, nilai-nilai syariah, dan pendekatan manajerial modern memungkinkan aktivitas kewirausahaan dijalankan secara proporsional, sehingga tidak menggeser substansi dakwah, melainkan justru memperkuat relevansinya di tengah dinamika masyarakat.

Lebih lanjut, pengembangan kewirausahaan majelis taklim memerlukan komitmen kolektif, profesionalitas pengelolaan, serta keberpihakan pada nilai keberlanjutan. Keterlibatan aktif jamaah, penguatan kapasitas sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam memastikan agar inovasi kewirausahaan tidak berhenti sebagai program sesaat, melainkan berkembang sebagai strategi jangka panjang.

Dengan demikian, majelis taklim berpotensi tampil sebagai model lembaga dakwah yang adaptif, mandiri, dan berdaya saing, sekaligus mampu meneguhkan dakwah sebagai praksis sosial yang menghadirkan manfaat spiritual dan ekonomi secara berimbang bagi umat.

Penelitian ini masih bersifat konseptual dengan fokus pada studi pustaka dan analisis deskriptif. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi lapangan secara lebih mendalam pada majelis taklim yang telah mengembangkan model kewirausahaan berbasis syariah. Penelitian empiris dengan pendekatan studi kasus, wawancara mendalam, dan observasi partisipatif akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik terbaik, tantangan nyata, serta strategi implementatif yang bisa direplikasi oleh majelis taklim di berbagai daerah. Selain itu, perlu juga dilakukan kajian komparatif antar lembaga dakwah untuk menemukan model kewirausahaan yang paling sesuai dengan konteks sosial budaya masyarakat Indonesia.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Al Kahfi, Cecep Castrawijaya, F. A. (2025). Utilizing Fear Of Missing Out As A Da'wah Strategy To Enhance Gen Z Entrepreneurship In The Halal Lifestyle Ecosystem. *Likuid: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 5(2), 65–85. <https://doi.org/10.15575/likuid.v5i2.49388>
- Aswari, N. N. (2024). Perencanaan Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah. *Journal Of Da ' Wah*, 3(2), 101–113.
- Bambang Wisnuadhi, Et, A. (2020). Edukasi Konsep Dan Produk Koperasi Syariah Pada Kelompok Pengajian Masjid Al-Hikmah Desa Tanimulya Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung Barat. *Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 4.
- Faiz, A., Thoha, K., & Mujahidin, A. (2023). Faith-Based Social Entrepreneurship : Improving Mosque ' S Socio-Economic Values In Emerging Country. *Shirkah : Journal Of Economics And Business*, 8(3), 268–283.
- Fauzia, I. Y. (2019). *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*.
- Ginda, G. (2019). Sosialisasi Koperasi Majelis Taklim Dalam Pemberdayaan Komunitas Muslimah Sebagai Pemutus Mata Rantai Rentenir Di Perumahan Sederhana Tampan Ginda Gindatitle. *Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat*, 4.
- Hidayah, N., Rasjidi, R., & Munawar, S. (2025). Strategi Pemberdayaan Perempuan Melalui Program Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Locus : Penelitian & Pengabdian*, 4(4), 1445–1466. <https://doi.org/10.58344/Locus.V4i4.3993>
- Hidayat, T., Hudiwasono, K., Rahmi, R. F., Rahmi, R. F., Ningrum, C., & Basdiati, B. (2024). The Mosque As A Source Of Community Prosperity: Lessons From The Jogokariyan Mosque. *Journal Of Islamic Economics And Philanthropy*, 7(1), 13–27. <https://doi.org/10.21111/Jiep.V7i1.12328>
- Huda, I. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Multikultural Di Majelis Taklim An Najach Magelang. *Inferensi J. Penelit. Sos. Keagamaan*, 13(2), 253–278.
- Lukman, Saeful, Yusuf Zaenal Abidin, And A. S. (2024). Peranan Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.
- Muhtadi, Et Al. (2025). *Dakwah Dan Kehidupan Sosial: Perspektif Sosiologi Dan Psikologi Kontemporer*. Star Digital Publishing.
- Mulyawan Safwandy Nugraha Dkk. (2024). *Kewirausahaan Dalam Islam: Teori, Praktik, Dan Implementasi*.
- Munandar, A. (2024). Kontribusi Majelis Taklim Sebagai Penggerak Ekonomi Desa Di Sukadamai , Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 287–295.
- Musaropah, U., Delimanugari, D., & Suprianto, A. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Industri Kreatif Bagi Jamaah Wanita Majelis Taklim Di Desa Kepek. *Jurnal Nuansa Akademik*, 4(2), 79–90.
- Qurtubi, D. T. I. Dan D. (2023). *Kewirausahaan Syariah*.
- Risli, R. I., Rambe, A., Hidayat, H. A., Nabila, S., Husna, M., Harahap, B., & Agustina, A. (2025). Inovasi Pemberdayaan Ekonomi Jamaah Melalui Majelis Taklim Kampung Qurani. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(4), 690–695.

- Saeful Lukman, Y. Z. A., & Shodiqin, A. (2019). Peranan Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 1–16.
- Sucipto, H. (2016). *Dakwah Entrepreneurship A La Jk*.
- Suryana, Et, A. (2021). Tata Kelola Koperasi Syari'ah Untuk Keberlanjutan Usaha. *Journal Inovasi Masyarakat*, 1.
- Tharaba, M. F., & Noviyanti, S. F. (2022). Entrepreneurship Development Communities Based On Mosque : Educational Management Review. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 06(01), 185–194.
- Widyawati, H. M. (2025). *Inovasi Dan Kewirausahaan Di Era Disruptif*. Pt Mafy Media Literasi Indonesia.
- Wulaningsih, Ririn Widyastuti, Et Al. (2024). Inovasi Bisnis Koperasi Konsumen Berbasis Syariah Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (SteI) Jakarta. *Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14.
- Zaini Dahlan. (2015). Peran Dan Kedudukan Majelis Taklim Di Indonesia. *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 2(2).