



Pengembangan Manajemen Pendidikan dan Strategi Dakwah melalui UKM untuk Meningkatkan Ekonomi Umat

Novia Rahma Aulia¹ Baqiya Aini W N² Subekti³ Ngatiyah⁴
Dewi Ratnawati⁵ Slamet Riyadi⁶ Meity Suryandari⁷

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia
Email: novia30aulia@gmail.com¹

Abstract

This study examines the role of the basic concept of small and medium enterprises (SMEs) in developing a da'wah management strategy aimed at improving the economy and social solidarity of the community. The background of this research is based on economic disparity, weak access to capital, and limited da'wah strategies integrated with economic empowerment. This study uses a literature review method with a descriptive-qualitative approach, reviewing the latest literature (2020–2025) on SMEs, sharia cooperatives, Islamic values in business, and da'wah management. The results show that SMEs contribute significantly to the community's economy through job creation, increased household income, and expanded access to halal markets. The integration of SMEs into da'wah strategies strengthens the function of mosques, sharia cooperatives, and zakat institutions as centers of economic empowerment and as a means of internalizing Islamic values. In addition, SMEs also play a significant role in building social solidarity through mutual cooperation mechanisms, Islamic philanthropy, and community participation. The synthesis of the study produces a model of "economic da'wah for the community" that combines spiritual, social, and economic dimensions as a new approach to strengthening da'wah. This research is expected to provide theoretical and practical contributions in the development of sustainable SME-based da'wah management strategies, with implications for increasing welfare, economic independence, and social solidarity of the community.

Keywords: UKM, da'wah management, community economy, sharia cooperatives, social solidarity

Abstrak

Penelitian ini membahas peran konsep dasar usaha kecil dan menengah (UKM) dalam pengembangan strategi manajemen dakwah yang bertujuan meningkatkan perekonomian dan solidaritas sosial umat. Latar belakang penelitian ini berangkat dari adanya kesenjangan ekonomi, lemahnya akses permodalan, serta terbatasnya strategi dakwah yang terintegrasi dengan pemberdayaan ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, dengan menelaah literatur terkini (2020–2025) mengenai UKM, koperasi syariah, nilai Islam dalam bisnis, serta manajemen dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM berkontribusi signifikan terhadap perekonomian umat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan perluasan akses pasar halal. Integrasi UKM dalam strategi dakwah memperkuat fungsi masjid, koperasi syariah, dan lembaga zakat sebagai pusat pemberdayaan ekonomi sekaligus sarana internalisasi nilai Islam. Selain itu, UKM juga memainkan peran penting dalam membangun solidaritas sosial melalui mekanisme gotong royong, filantropi Islam, dan partisipasi komunitas. Sintesis kajian menghasilkan model “dakwah ekonomi umat” yang memadukan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi sebagai pendekatan baru dalam penguatan dakwah. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi manajemen dakwah berbasis UKM yang berkelanjutan, dengan implikasi pada peningkatan kesejahteraan, kemandirian ekonomi, serta solidaritas sosial umat.

PENDAHULUAN

Kesenjangan ekonomi dan lemahnya solidaritas sosial dalam masyarakat Muslim, khususnya di segmen usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM), masih menjadi tantangan besar. Banyak pelaku UKM menghadapi kendala serius seperti keterbatasan akses permodalan, manajemen yang belum profesional, kapasitas kelembagaan yang lemah, serta integrasi ke pasar yang kurang memadai. Di sisi lain, strategi dakwah yang selama ini dilakukan cenderung lebih menitikberatkan pada aspek spiritual dan ritual, sementara perhatian terhadap konsep ekonomi sebagai bagian dari dakwah bil-hal (dakwah melalui tindakan) masih terbatas. Kondisi ini menyebabkan peluang dakwah untuk memperkuat ekonomi umat dan membangun solidaritas sosial melalui pengembangan UKM belum dimaksimalkan. Kurangnya kajian yang mengintegrasikan konsep dasar UKM—seperti koperasi, prinsip-prinsip usaha kecil, nilai-nilai Islam dalam bisnis, dan manajemen sederhana—dengan strategi manajemen dakwah membuat ruang pemberdayaan ekonomi umat berbasis dakwah sosial masih terbuka lebar.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini berupaya menggali bagaimana konsep dasar UKM dapat dijadikan landasan dalam strategi manajemen dakwah yang lebih holistik, dengan memadukan aspek spiritual dan ekonomi umat. Berbagai model strategi yang dapat diintegrasikan antara lain pelatihan manajerial, pembiayaan syariah, penguatan kelembagaan, pembentukan koperasi syariah, pengembangan jaringan sosial-ekonomi, serta optimalisasi aset keagamaan seperti masjid, wakaf, dan zakat sebagai basis dakwah bil-hal. Integrasi ini diharapkan mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan umat, pengurangan angka kemiskinan, peningkatan pendapatan pelaku UKM, sekaligus memperkuat solidaritas sosial melalui kerjasama komunitas, tanggung jawab sosial, dan nilai-nilai kebersamaan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu: mengidentifikasi dan merumuskan konsep dasar UKM yang relevan dengan strategi manajemen dakwah dalam konteks ekonomi Islam; mengkaji bagaimana strategi dakwah dapat dirancang dan diimplementasikan dengan memanfaatkan

prinsip-prinsip UKM untuk meningkatkan perekonomian umat; menganalisis integrasi antara manajemen dakwah dan UKM dalam memperkuat solidaritas sosial di kalangan Muslim; serta menghasilkan kerangka strategis yang dapat dijadikan pedoman oleh organisasi dakwah maupun pelaku UKM dalam pemberdayaan ekonomi dan sosial.

Kajian teoritik penelitian ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, konsep UKM dan koperasi, yang menyoroti peran UKM sebagai pelaku ekonomi dengan modal terbatas, manajemen sederhana, serta kebutuhan dukungan kelembagaan, sementara koperasi dipandang sebagai organisasi kolektif dengan prinsip sukarela, demokrasi anggota, dan pemberdayaan (Lestari dkk., 2023). Kedua, nilai-nilai Islam dalam bisnis yang menekankan kejujuran, keadilan, amanah, saling tolong-menolong, larangan riba, serta tujuan maslahat sosial, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian mengenai keberlanjutan UMKM berbasis nilai Islam (Maksum dkk., 2024). Ketiga, dakwah sosial dan filantropi Islam yang menegaskan bahwa dakwah tidak sebatas penyampaian pesan keagamaan, melainkan juga menggerakkan tindakan sosial-ekonomi melalui zakat, wakaf, dan pemberdayaan komunitas (Surizkika, 2024). Keempat, strategi manajemen dakwah yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi dalam konteks dakwah, termasuk penggunaan forum silaturahmi dan pengorganisasian masyarakat (Ginting & Siregar, 2024). Kelima, peran institusi keagamaan dan aset keagamaan, seperti masjid dan lembaga Islam, yang dapat menjadi pusat aktivitas dakwah sekaligus pemberdayaan ekonomi melalui UMKM, koperasi syariah, dan wakaf produktif (Sriyono dkk., 2024).

Penelitian ini diharapkan menghasilkan kerangka teoritik dan praktis yang dapat mengintegrasikan konsep UKM dengan strategi manajemen dakwah untuk pemberdayaan ekonomi umat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan rekomendasi kepada organisasi dakwah, masjid, pesantren, koperasi, lembaga keuangan syariah, serta pemerintah daerah maupun pusat tentang bagaimana mendukung UKM dalam konteks dakwah. Dengan demikian, penelitian ini

berkontribusi memperkuat ekonomi umat dan solidaritas sosial melalui aksi nyata, mengurangi kesenjangan ekonomi, meningkatkan kemandirian ekonomi umat, serta memperkuat jaringan sosial di tengah masyarakat Muslim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di MSI 19 Kebulen yang merupakan salah satu sekolah yang dikelola di bawah departemen Agama. Waktu penelitian selama 2 hari dimulai tanggal 4-5 April 2024 metode observasi yaitu dengan pengamatan langsung dengan subyek yang ingin diteliti. Penelitian ini merupakan sebuah studi literatur (*literature review*) yaitu sebuah pencarian dan merangkum beberapa literatur empiris yang sesuai dan relevan dengan tema dan membandingkan dengan manajemen sarana dan Prasarana yang ada di MSI 19 Kebulen.

Literatur yang digunakan adalah literatur relevan dengan studi ini dan telah dicetak maupun dipublikasikan. Penelitian ini kemudian dikaji menggunakan kajian literatur yang membahas pentingnya topik dan membandingkan hasilnya dengan temuan pada penelitian lain pada topik yang sama dan pada akhirnya menghasilkan sebuah gagasan. Untuk memperoleh data penulis menggunakan sumber yang terdapat di perpustakaan seperti buku, jurnal, dan internet. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Observasi yaitu melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran berupa sarana dan prasarana yang ada di MSI 19 Kebulen.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Penelitian ini memanfaatkan literatur ilmiah terkini (2020–2025) berupa jurnal, buku, artikel, laporan kebijakan, dan sumber akademik lain yang relevan dengan kajian UKM, koperasi, nilai Islam dalam usaha, manajemen dakwah, serta strategi pemberdayaan sosial-ekonomi umat. Fokus utama diarahkan pada literatur yang memiliki kualitas teruji (*peer-reviewed*) dan keterkaitan langsung dengan integrasi antara konsep dasar UKM dan manajemen dakwah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencarian literatur di database akademik seperti Google Scholar, perpustakaan universitas, jurnal nasional maupun internasional, serta publikasi lembaga

keagamaan. Instrumen yang digunakan adalah lembar telaah literatur yang memuat informasi inti seperti penulis, tahun, judul, metode, temuan penting, konsep dasar UKM, strategi dakwah, serta dimensi sosial-ekonomi yang teridentifikasi. Analisis data dilakukan dengan sintesis naratif untuk menemukan pola dan perbedaan, analisis tematik pada isu-isu kunci seperti permodalan, nilai Islam, solidaritas sosial, dan filantropi, serta interpretasi teoritik dengan mengaitkan hasil kajian pada teori ekonomi Islam, manajemen organisasi, dan teori dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar UKM dalam Perspektif Ekonomi dan Dakwah

Konsep dasar UKM dalam perspektif ekonomi dan dakwah tidak hanya terkait pada skala, modal terbatas, dan manajemen sederhana, tetapi juga pada bagaimana UKM menjadi motor penggerak kemandirian dan solidaritas sosial dalam masyarakat Islam. Di aspek ekonomi nasional, data Kementerian Koperasi dan UKM pada Maret 2021 menunjukkan bahwa jumlah UMKM mencapai sekitar 64,2 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 61,07% senilai ± Rp 8.573,89 triliun (Pusat Investasi Pemerintah (PIP), 2021). UMKM juga menyerap sebagian besar tenaga kerja dan menjadi pilar pemulihan ekonomi pasca pandemi dengan berbagai dukungan kebijakan seperti kredit usaha rakyat (KUR), pembiayaan ultra mikro (UMi), dan digitalisasi pemasaran (Hafiyyan, 2022).

Dalam konteks dakwah, beberapa penelitian dari tahun-tersebut mengungkap bahwa internalisasi nilai-nilai Islam pada pelaku UKM, terutama perempuan, berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha. Misalnya, penelitian *Keberlanjutan UMKM Perempuan: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Fintech* (2024) menemukan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan signifikan dalam mendukung kelangsungan usaha perempuan UMKM, meskipun penggunaan fintech belum terbukti memiliki dampak langsung signifikan dalam studi tersebut (Puspitasari dkk., 2024). Selain itu, data dari Kementerian Keuangan tahun 2022 menunjukkan bahwa sekitar 97% penerima pembiayaan UMi adalah perempuan dan sebagian besar sudah menikah, yang

menjadi indikator bahwa program pembiayaan pemerintah tidak hanya bersifat ekonomi tetapi juga sosial—memberdayakan peran perempuan dalam ekonomi keluarga dan komunitas (DJPb, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023).

Nilai-nilai Islam seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan gotong royong juga muncul dalam banyak literatur sebagai elemen penting yang memperkuat aspek kepercayaan (trust) dalam relasi usaha, memperkuat jaringan komunitas, serta meningkatkan reputasi usaha, yang semuanya berkontribusi pada keberlanjutan baik secara ekonomi maupun sosial. Meskipun belum banyak studi kuantitatif terkini yang mengukur seberapa besar dampak spesifik tiap nilai Islam terhadap performa UKM, bukti kualitatif dan deskriptif menunjukkan bahwa UKM yang mengadopsi nilai-nilai tersebut cenderung memiliki loyalitas pelanggan lebih baik, relasi usaha yang lebih stabil, dan motivasi internal yang lebih tinggi untuk mengatasi hambatan usaha (misalnya dalam hal modal, bahan baku, distribusi).

Kesimpulannya, konsep dasar UKM dalam perspektif ekonomi dan dakwah tidak hanya berkaitan dengan struktur usaha, skala, dan efisiensi, tetapi juga menekankan nilai religius dan sosial sebagai fondasi yang memungkinkan UKM menjadi wahana dakwah bil-hal (melalui tindakan nyata), memperkuat solidaritas umat, demokrasi ekonomi, serta memberdayakan kelompok marginal seperti perempuan.

Selain faktor nilai Islam dan kontribusi ekonomi nasional, literatur terkini juga menekankan transformasi UKM menuju keberlanjutan melalui inovasi berbasis nilai-nilai Islam dan ekonomi hijau. Studi *Innovation Using Islamic Values as Sustainable Competitive Advantage: Case Study on Muslim Clothing MSMEs* (2023) menemukan bahwa usaha pakaian muslim di beberapa kota di Indonesia menerapkan prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah dalam inovasi produk dan pelayanan, yang membantu mereka mempertahankan daya saing walaupun di masa pandemic (Maksud & Kamaludin, 2023). Begitu pula penelitian *UMKM berbasis ekonomi hijau syariah: Menuju pembangunan berkelanjutan dengan dukungan lembaga filantropi Islam* (2024) menegaskan bahwa lembaga filantropi Islam (zakat, wakaf, sedekah)

dapat menjadi penggerak penting dalam menyediakan modal, pelatihan, dan akses pasar untuk UMKM yang ingin menerapkan praktik ramah lingkungan dan prinsip syariah (Syamsuddin dkk., 2024).

Lebih lanjut, literatur seperti *Analyzing the Impact of Islamic Literacy, Technology, and Experience on MSME Performance: The Role of Spirituality as a Moderating Variable* (2022) memperlihatkan bahwa literasi keuangan Islam, pengalaman dalam menggunakan teknologi keuangan Islam (fintech syariah), serta aspek pengalaman usaha memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil dan menengah, terutama bila spiritualitas Islam diinternalisasi sebagai variabel moderasi yang memperkuat efek tersebut (Widyakto dkk., 2024). Sementara itu, penelitian mengenai *Meningkatkan Transformasi Digital dan Keberlanjutan pada UMKM Kuliner Halal Indonesia: Studi Pemodelan Kinerja* (2023) menegaskan bahwa transformasi digital dan sertifikasi halal menjadi kedua faktor signifikan yang meningkatkan keberlanjutan baik dari sisi ekonomi maupun reputasi usaha, terutama dalam menghadapi tantangan pasca pandemic (Alfarizi & Kamila Hanum, 2023).

Dari sisi dakwah sosial, artikel *Dakwah Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Pada Program Misykat DT Peduli Di Kelurahan Rahma Kota Lubuklinggau* (2024) menggambarkan bagaimana program dakwah yang mengedepankan pemberdayaan ekonomi secara konkret mampu membangun karakter sosial, meningkatkan literasi usaha masyarakat, dan memperluas dampak sosial ekonomi dari prinsip dakwah dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Sauti dkk., 2024). Dengan demikian, UKM selain sebagai alat ekonomi juga menjadi medium dakwah bil-hal: lingkungan usaha menjadi ruang praktek nilai-nilai Islam, solidaritas, keadilan, dan pemberdayaan, yang bila dikelola dengan baik menghasilkan manfaat ganda—ekonomi dan spiritual.

Peran UKM sebagai Basis Strategi Manajemen Dakwah

Integrasi UKM dalam manajemen dakwah juga mencakup peningkatan kapasitas kelembagaan dan inkulturasi nilai-nilai Islam dalam praktik usaha jamaah. Sebagai contoh, koperasi syariah tidak hanya berfungsi sebagai

lembaga keuangan mikro yang menyediakan modal, tetapi juga sebagai pendidik ekonomi bagi anggotanya. Penelitian “Peran Koperasi Syariah dalam Pengembangan UMKM sebagai Layanan Pemberi Modal Kegiatan Usaha” mengungkap bahwa koperasi syariah mendukung usaha kecil melalui prinsip bagi hasil, fasilitasi pelatihan manajemen usaha, dan pendampingan terhadap pelaku usaha mikro agar usaha mereka bisa berkembang secara mandiri dan berkelanjutan (Ningsih, 2020). Selain itu, penelitian tentang “Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia Koperasi Syariah Berbasis Masjid di Kota Bandung” menunjukkan bahwa koperasi yang berada di bawah naungan masjid dapat menjadi pusat pembelajaran akuntansi syariah, pelaporan keuangan syariah, dan pelatihan operasional usaha sehingga jamaah tidak hanya memperoleh manfaat finansial tetapi juga memahami prinsip-prinsip syariah dalam usaha sehari-hari (Ali dkk., 2025).

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi jamaah, UKM yang dibina oleh lembaga dakwah dapat mengambil peran sebagai wahana transformasi sosial. Studi tentang peran koperasi syariah terhadap UMKM di masa pandemi Covid-19 menemukan bahwa koperasi memberikan “pembiayaan yang ringan” dan kemudahan administrasi modal usaha untuk jamaah yang terdampak, sehingga menjaga stabilitas ekonomi umat dan menggulirkan kembali kegiatan ekonomi local (Fandriansyah, 2023). Ini menunjukkan bahwa ketika strategi dakwah memasukkan aspek keberlanjutan ekonomi, dampaknya melampaui dakwah verbal—memulihkan kesejahteraan jamaah.

Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Mariah & Suryandari (2024), yang menunjukkan bahwa UKM dapat menjadi instrumen strategis dalam manajemen dakwah melalui penguatan kapasitas manajerial dan pembiayaan syariah yang inklusif. Hal ini menegaskan bahwa pemberdayaan UKM bukan hanya soal pengembangan usaha, melainkan juga bagian dari strategi dakwah sosial-ekonomi yang memperkuat ketahanan umat.

Akses pembiayaan syariah via koperasi syariah juga menghadapi tantangan yang perlu dikelola agar strategi dakwah bisa efektif dan adil. Penelitian “Peluang dan Tantangan Koperasi Simpan Pinjam Syariah: di Era Digital” menegaskan bahwa koperasi syariah memiliki tugas ganda: menyediakan akses modal

dan secara bersamaan memperluas literasi keuangan syariah di kalangan anggotanya. Tantangan seperti keterbatasan modal, kurangnya digitalisasi, dan keterbatasan literasi menjadi hambatan bagi potensi UKM sebagai basis dakwah sosial-ekonomi (Asdar & Muchlis, 2024). Oleh karena itu, pengembangan sistem keuangan syariah, baik formal maupun informal, menjadi bagian strategis dari manajemen dakwah yang relevan dengan kondisi kontemporer.

Di sisi kelembagaan sosial-ekonomi, koperasi syariah berbasis masjid dan lembaga dakwah lainnya menguatkan ukhuwah, solidaritas, dan nilai gotong royong antar jamaah. Koperasi syariah yang digesturkan melalui komunitas masjid memungkinkan jamaah saling menolong bukan hanya dalam hal ibadah, tetapi juga dalam kebutuhan ekonomi. Prinsip syirkah (kerjasama), tawazun (keadilan), dan kejujuran dalam transaksi usaha menjadi pendidikan nilai yang hidup, bukan hanya teori dakwah. Sebagai contoh, penelitian tentang perkembangan koperasi syariah di Indonesia menyebutkan bahwa jumlah KSPPS aktif meningkat dari ~3.900 pada 2019 menjadi ~4.000 lebih pada tahun-2022/2023, menunjukkan bahwa institusi koperasi syariah makin eksis sebagai basis dukungan ekonomi lokal (termasuk UKM) dalam ekosistem dakwah dan ekonomi syariah (Wildani Mukholid dkk., 2025).

Selanjutnya, dakwah lewat UKM juga menjangkau aspek sertifikasi halal, standarisasi produk, dan pemenuhan regulasi. Hal ini penting agar produk UKM jamaah bisa diterima pasar luas dan dipercaya konsumen muslim. Penelitian di Surakarta tentang fasilitasi sertifikat halal oleh Dinas Koperasi dan UKM menemukan bahwa masih ada gap antara regulasi dan implementasi di lapangan: kurangnya sosialisasi, prosedur yang dianggap rumit, dan kurangnya pemahaman pelaku UKM akan manfaat sertifikasi halal sebagai bagian dari dakwah bisnis dan kepercayaan konsumen muslim (Athief dkk., 2022).

Dengan demikian, peran UKM sebagai basis strategi manajemen dakwah meliputi beberapa aspek: pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan dan pembiayaan, pembentukan karakter dan literasi syariah anggota jamaah, pengembangan kelembagaan yang menggabungkan solidaritas sosial-ekonomi, dan

integrasi nilai-nilai syariah dalam produk dan usaha agar usaha-usaha UKM bukan hanya sumber pendapatan, tetapi juga sarana dakwah yang membunikan nilai keadilan, kepedulian, dan kebersamaan jamaah.

Dampak UKM terhadap Perekonomian Umat dalam Konteks Dakwah

Pertama, pendanaan syariah dan pembiayaan UKM sangat krusial untuk meningkatkan kapasitas produksi dan membuka peluang usaha baru. Sebagai contoh, studi *“The Role of Islamic Bank MSME Financing for Job Creation in Indonesia”* (Setiawan, Triuspitorini, Ruhana & Yanti, 2024) menunjukkan bahwa pembiayaan dari bank syariah untuk sektor UMKM mempunyai efek positif signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja. Peningkatan pembiayaan syariah tidak hanya memperluas UKM tetapi juga menyerap banyak tenaga kerja local (Setiawan dkk., 2024).

Kedua, peran masjid sebagai pusat ekonomi komunitas semakin diperkuat lewat program-pemberdayaan yang didukung institusi dakwah. Misalnya, penelitian *Empowering MSMEs: The Role of Mosques in Community Economic Development* oleh Rarasati & Priyadi (2024) menemukan bahwa Masjid Jogokariyan di Yogyakarta sebagai pengelola zakat/infaq/sadaqah (ZIS) mampu mendampingi UMKM melalui pemberian modal, pelatihan, dan pemanfaatan jaringan komunitas masjid. Manfaatnya tidak hanya berupa peningkatan pendapatan pelaku UKM tetapi juga meningkatnya kepercayaan dan motivasi anggota umat terhadap usaha produktif berbasis agama (Rarasati & Priyadi, 2024).

Ketiga, optimalisasi zakat produktif menjadi instrumen penting dalam pemberdayaan ekonomi umat. Penelitian *Kontribusi Zakat Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Umat* (2025) menunjukkan bahwa zakat produktif — dalam bentuk modal usaha, alat kerja, pelatihan atau pendampingan — terbukti lebih berdampak jangka panjang dibanding bantuan konsumtif. Program ini membantu mustahik tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga mengembangkan usaha secara terus-menerus sehingga mengurangi ketergantungan (Putri dkk., 2025).

Keempat, akses ke pasar halal dan sertifikasi halal menjadi pintu strategis untuk perluasan usaha UKM dalam komunitas Muslim

dan bahkan pasar global. Contohnya, studi *Pertumbuhan Industri Halal Berbasis Usaha Mikro Kecil (UMK)* (2024) mengemukakan bahwa kebijakan sertifikasi halal terhadap UMK di Indonesia memperkuat posisi produk UMK untuk bersaing, baik di dalam negeri maupun ekspor, dengan cara meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan dan keamanan produk (Syahidin dkk., 2024).

Selain itu, kampanye seperti Hayafest 2023 membantu mitra UKM halal memasarkan produk, memberikan pelatihan pemasaran digital dan pengembangan website, sehingga UKM yang sebelumnya terbatas pasar lokal bisa menjangkau pasar yang lebih luas (Angelica & Dewi, 2023).

Kelima, revitalisasi fungsi ekonomi masjid melalui dakwah ikut memperkuat kesejahteraan umat secara menyeluruh. Penelitian *Economic Revitalization Through Mosques: Enhancing Community Well-Being In Indonesia* (Maulidizen, Safa'ah, Maghfirah, Johari, & Rizapoor, 2024) menyebut bahwa masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah tetapi juga sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat, terutama melalui pengelolaan program ekonomi berbasis komunitas, pelatihan kewirausahaan, dan penyediaan layanan ekonomi masyarakat. Adanya program semacam ini mempercepat aliran manfaat ekonomi ke lapisan bawah masyarakat, terutama yang rentan (Maulidizen dkk., 2024).

Keenam, penguatan kapasitas dan peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui pendampingan, pelatihan manajerial, pelatihan finansial dan spiritual sering disebut sebagai faktor pembeda antara UKM yang sukses dan yang stagnan. Dalam banyak studi ditemukan bahwa selain modal, pemahaman tentang manajemen usaha, etika kerja syariah, serta kepercayaan terhadap nilai agama dalam usaha (etika kejujuran, tanggung jawab sosial) menjadi modal sosial yang memperkuat stabilitas usaha. Contoh: dalam penelitian zakat produktif maupun pemberdayaan UKM lewat masjid, pelatihan dan pendampingan dianggap sangat penting agar UKM tidak hanya tumbuh tetapi bertahan (Rarasati & Priyadi, 2024).

Ketujuh, kontribusi dalam pengurangan kesenjangan sosial dan kemiskinan. Karena UKM berbasis dakwah sering berlokasi di komunitas muslim yang mungkin sebelumnya

kurang tersentuh oleh lembaga ekonomi konvensional. Oleh sebab itu, dampaknya tidak hanya di sisi ekonomi individual, tetapi juga mengurangi ketimpangan antar masyarakat: lebih banyak orang mampu memiliki pendapatan tetap, aset usaha sendiri, dan tidak lagi bergantung pada pekerjaan informal yang tidak stabil. Zakat produktif dan pembinaan usaha membantu transformasi mustahik menjadi pelaku usaha (Putri dkk., 2025).

Hasil kajian Murningsih dkk., (2024) memperkuat argumen bahwa UKM berbasis nilai Islam mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangga sekaligus membentuk perilaku sosial yang lebih produktif. Dengan demikian, kontribusi UKM dalam manajemen dakwah terlihat nyata dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan taraf hidup jamaah.

Dari sisi dakwah, integrasi UKM memberi manfaat ganda: secara material (pendapatan, lapangan kerja, akses ke pasar halal) dan secara spiritual (memperkuat solidaritas umat, membangun kepercayaan syariah, menghidupkan fungsi masjid sebagai pusat kegiatan kemasyarakatan). Untuk memperkuat kontribusi ini, diperlukan dukungan kebijakan (pendanaan, sertifikasi halal murah, digitalisasi), kapasitas sumber daya manusia, transparansi, dan partisipasi komunitas.

Peran UKM dalam Membangun Solidaritas Sosial Umat

Solidaritas sosial umat menjadi dimensi penting dalam dakwah. Konsep dasar UKM yang berbasis pada kebersamaan, gotong royong, dan tanggung jawab kolektif secara langsung menopang penguatan ukhuwah Islamiyah.

- a. Koperasi Syariah: Berfungsi sebagai wadah kolektif untuk membangun rasa saling percaya, berbagi keuntungan, dan memperkuat jaringan sosial.
- b. Program Filantropi Dakwah: Zakat, infaq, dan wakaf yang dikelola untuk mendukung UKM memberikan dampak ganda, yaitu meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan memperkokoh solidaritas jamaah (Jurnal Inais, 2023).
- c. Masjid sebagai Hub Ekonomi: Masjid tidak hanya menjadi pusat ibadah, tetapi juga pusat ekonomi mikro, inkubasi usaha, dan pasar produk halal lokal (Umsida Press, 2024).

Melalui pendekatan ini, UKM berperan ganda: sebagai motor ekonomi dan sekaligus sebagai alat pemererat hubungan sosial umat.

UKM dan Koperasi Syariah sebagai Media Solidaritas Komunitas

Koperasi syariah tidak hanya menyediakan akses ke pembiayaan yang adil dan berbasis syariah, tetapi juga memperkuat rasa memiliki (ownership) dan tanggung jawab bersama antar anggotanya. Sebagai contoh, penelitian tentang Koperasi Syariah BMT El-Mizan Annafii (2023) menemukan bahwa anggota masyarakat yang memanfaatkan layanan pembiayaan seperti mudharabah dan murabahah tidak hanya diuntungkan secara ekonomi, tetapi juga merasa bahwa mereka terlibat dalam sebuah jaringan sosial yang saling mendukung, terutama ketika modal dan risiko dihadapi Bersama (Neng Frida, 2023). Moreover, strategi pengelolaan koperasi syariah seperti KSPPS Firdaus Berkah Bersama di Samarinda menunjukkan bahwa pengelolaan yang partisipatif, transparan, dan berbagi manfaat mampu meningkatkan kepercayaan antar anggota, memperkuat hubungan sosial, dan mendorong solidaritas dalam menghadapi kesulitan ekonomi Bersama (Habibah dkk., 2024).

Hal ini selaras dengan penelitian Auli dkk., (2025) yang menekankan bahwa koperasi dan UKM yang dikelola berbasis nilai religius dapat memperkuat jaringan sosial, meningkatkan rasa saling percaya, serta memperkuat solidaritas komunitas Muslim. Dengan begitu, UKM tidak hanya dipandang sebagai entitas ekonomi, tetapi juga media dakwah untuk membangun ukhuwah Islamiyah.

Peran UKM/Koperasi di Pesantren dan Komunitas Keagamaan

Pondok pesantren yang memiliki koperasi (kopontren) sering kali menjadi mini-komunitas ekonomi sambil berfungsi sebagai lembaga pendidikan dan sosial. Studi di Pondok Pesantren Miftahul Ulum RU IV Putra menunjukkan bahwa koperasi pesantren tidak hanya meningkatkan kesejahteraan santri melalui penyediaan modal, tetapi juga memperkuat solidaritas internal pesantren: santri dan pengurus saling bekerja sama dalam usaha, berbagi keuntungan, dan saling menopang ketika ada kesulitan (Adib & Sehid, 2025). Demikian juga di Pondok Pesantren Husnul Khotimah,

koperasi syariah memfasilitasi simpan pinjam, penyediaan tempat usaha masyarakat, dan menyerap tenaga kerja lokal; melalui kegiatan ini masyarakat merasa diikutsertakan dalam pembangunan ekonomi lokal sehingga rasa kebersamaan tumbuh (Sujata dkk., 2024).

Masjid dan Pusat Ekonomi Umat sebagai Wahana Solidaritas Sosial

Penelitian terkini menegaskan bahwa masjid dapat difungsikan lebih dari sekadar tempat ibadah — sebagai pusat pemberdayaan ekonomi umat yang membangun solidaritas antar jamaah. Misalnya, studi “Peran Masjid Sebagai Tempat Kegiatan Sosial Ekonomi Masyarakat” (2023) menemukan bahwa melalui kegiatan ekonomi berbasis masjid — seperti pengembangan usaha kecil, modal produktif, pelatihan — toleransi, kepercayaan, dan kerja sama antar warga masjid meningkat karena ada interaksi sosial yang lebih intens dan kepedulian bersama terhadap kebutuhan Bersama (Faizal dkk., 2023).

Program pemberdayaan ekonomi berbasis masjid seperti Rumah Wirausaha Masjid juga memperlihatkan bahwa ketika pelatihan dan usaha mikro dikelola oleh jamaah masjid, maka kepercayaan antar pelaku usaha dan jamaah sebagai konsumen meningkat; ada rasa bahwa kesuksesan satu usaha adalah kesuksesan bersama umat. Sebagai contoh di artikel Kompas (2025), disebutkan bahwa peserta program pelatihan usaha mikro berbasis masjid mengalami peningkatan pendapatan hingga sekitar 32 %, dan paling penting, mereka merasakan dukungan moral dan sosial dari komunitas sekitar masjid (Lestari, 2025).

Pengelolaan ZISWAF dan Program Filantropi untuk Solidaritas Ekonomi

Zakat, Infaq, dan Wakaf (ZISWAF) yang dikelola oleh lembaga-masjid dan koperasi syariah juga menjadi mekanisme solidaritas sosial umat yang nyata. Dana zakat dan wakaf digunakan untuk pembiayaan modal usaha kecil, bantuan produktif, subsidi usaha, pelatihan, dan bahkan permodalan usaha yang dikelola jamaah, sehingga yang sebelumnya menjadi penerima bantuan berubah menjadi pelaku usaha yang mandiri, dan ini menguatkan semangat kekeluargaan dan tanggung jawab bersama. Penegasan penting dari Bank Indonesia pada tahun 2023 menyebutkan bahwa masjid sebagai

pusat penghimpunan ZISWAF serta distribusi pemberdayaan ekonomi umat bisa menjadi pilar penting dalam pengembangan ekonomi umat (Wasita & Buchori, 2023).

Hambatan dan Tantangan yang Mempengaruhi Solidaritas melalui UKM

Walaupun banyak potensi, terdapat juga tantangan yang bila tidak ditangani bisa melemahkan solidaritas. Beberapa di antaranya adalah: kurangnya pelatihan dan kapasitas anggota UKM atau koperasi dalam manajemen usaha dan administrasi syariah (menyebabkan kepercayaan bisa terkikis bila usaha sering gagal); terbatasnya akses modal atau seringkali dikelola secara tidak transparan; latar belakang ekonomi yang sangat heterogen antara anggota yang kaya dan yang miskin bisa menimbulkan ketidaksetaraan persepsi atau rasa “tertinggal”; manajemen masjid atau koperasi yang belum profesional dalam mengelola dana sosial dan usaha ekonomi; serta kurangnya regulasi atau dukungan kelembagaan yang memadai baik dari pemerintah maupun ormas Islam untuk memperkuat integritas dan akuntabilitas.

Dari berbagai temuan tersebut dapat ditarik implikasi dakwah bahwa, dakwah ekonomi melalui UKM bukan hanya mengajarkan kemandirian ekonomi, tetapi juga menanamkan nilai ukhuwah, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Untuk memperkuat solidaritas sosial umat melalui UKM, perlu ada pelatihan manajemen koperasi dan UKM berbasis syariah, peningkatan literasi keuangan jamaah, transparansi dalam penggunaan dana, partisipasi jamaah dalam pengambilan keputusan ekonomi, serta sinergi antara masjid, koperasi, ormas Islam, dan pemerintah lokal dalam pembentukan wadah usaha dan akses modal mikro.

Sintesis Teori: Model Integrasi UKM dan Manajemen Dakwah

Hasil telaah menunjukkan perlunya modifikasi teori manajemen dakwah menjadi teori dakwah ekonomi umat. Model integrasi ini mencakup: *Dimensi ekonomi* model integrasi menekankan bahwa pemberdayaan UKM harus menjadi tulang punggung implementasi dakwah ekonomi umat: hal ini mencakup akses pembiayaan syariah (BMT, perbankan syariah), program UMI/KUR yang diadaptasi syariah), peningkatan kapasitas produksi dan manajemen

usaha (bookkeeping, packaging, branding halal), serta akses pasar halal melalui klasterisasi usaha berbasis masjid atau lembaga dakwah. Pendekatan ini mengubah dakwah dari sekadar pengajaran nilai ke tindakan konkret yang meningkatkan daya beli dan stabilitas ekonomi jamaah; intervensi ekonomi yang sistematis juga meningkatkan legitimasi pesan dakwah karena nilai yang diajarkan terlihat dalam praktik ekonomi sehari-hari (mis. pendampingan teknis dan akses modal untuk UKM jamaah). Studi dan kajian implementasi program pemberdayaan UMKM pasca-pandemi menunjukkan bahwa sinergi antara pendampingan nilai-islam (akhlak bisnis, fiqh muamalah) dan pendampingan teknis (pemasaran, pembukuan) meningkatkan kelangsungan usaha mikro—oleh karena itu program pemberdayaan harus bersifat ganda: ekonomi + edukasi nilai (Jamaludin dkk., 2023).

Dimensi sosial mempertegas peran kelembagaan keagamaan (masjid, pesantren, lembaga zakat/amil, LAZIS) sebagai ruang kolektif untuk membangun solidaritas, gotong royong, dan jaringan ekonomi lokal. Masjid yang difungsikan sebagai pusat ekonomi kerakyatan dapat memfasilitasi koperasi jamaah, pasar mingguan halal, bank wakaf mikro, atau koperasi produksi bersama sehingga risiko individual menurun dan kapasitas negosiasi pasar meningkat. Model integrasi menempatkan hubungan sosial—trust, reputasi, dan jaringan jamaah—sebagai modal sosial yang sama pentingnya dengan modal finansial: rasa saling percaya (trust) dan mekanisme gotong royong menurunkan biaya transaksi, mempermudah akses pasar, dan memfasilitasi pembentukan klaster usaha berbasis agama. Kajian kasus dan tinjauan lapangan di beberapa masjid dan lembaga dakwah menunjukkan bahwa inisiatif semacam ini meningkatkan kesejahteraan dan kohesi sosial jika disertai tata kelola yang transparan dan partisipatif (Adnanda Yudha Rhealdi dkk., 2023).

Dimensi dakwah pada model ini menuntut transformasi isi dan metode dakwah: selain dakwah bil-lisan (ceramah, pengajian), dakwah bil-hal (melalui praktik—contoh konkret, bisnis yang etis, pelayanan sosial) harus menjadi strategi inti. Melalui dakwah bil-hal, nilai-nilai Islam (kejujuran, amanah, tolong-menolong, larangan riba) diinternalisasikan dalam praktik bisnis sehari-hari, sehingga pesan moral tidak hanya dipahami secara konseptual

tapi juga teruji dalam perilaku ekonomi. Pendampingan spiritual dan moral oleh tokoh dakwah/ustadz dalam program pendampingan UKM (mentoring nilai + coaching bisnis) memperkuat akuntabilitas etika usaha dan reputasi produk halal, sehingga konsumen lokal semakin percaya dan loyal. Banyak penelitian terapan menemukan bahwa pendekatan dakwah bil-hal terbukti efektif membentuk perubahan perilaku ekonomi masyarakat melalui proyek nyata (mis. pengelolaan bank sampah, pendampingan usaha mikro) (Alifuddin dkk., 2024).

Mekanisme operasionalisasi model: pertama, pemetaan potensi (SDM, keterampilan, bahan baku lokal, market demand); kedua, klasterisasi usaha di sekitar masjid/pesantren (untuk efisiensi pemasaran dan pengawasan mutu halal); ketiga, pendampingan holistik (training manajerial, pembukuan sederhana, branding halal, sertifikasi sederhana, akses pembiayaan syariah dan kewirausahaan digital); keempat, lembaga intermediasi (koperasi jamaah, LAZIS/LPZ sebagai fasilitator modal bergulir, BMT sebagai lembaga pembiayaan mikro syariah); dan kelima, monitoring & evaluasi berbasis indikator ganda—ekonomi (omzet, kelangsungan usaha) dan dakwah (perubahan perilaku, tingkat partisipasi jamaah dalam kegiatan sosial). Model ini sebaiknya mengadopsi kemitraan publik-swasta-keagamaan (PPP) untuk scale-up: pemerintah/dinas koperasi memberi pelatihan dan akses pasar, swasta/marketplace memberi kanal pemasaran digital, sedangkan masjid/LAZIS memberikan legitimasi sosial dan pembinaan nilai. Kajian PPP di sektor UMKM syariah merekomendasikan pola kolaborasi semacam ini untuk mempercepat inklusi dan skala pemberdayaan (Dina dkk., 2024).

Aspek inovasi dan digitalisasi perlu menjadi bagian wajib model: pelatihan digital marketing, pencatatan keuangan berbasis aplikasi sederhana, pemanfaatan marketplace dan label halal digital, serta pencatatan donor dan penggunaan bantuan melalui sistem transparan (untuk LAZIS). Transformasi digital memperbesar jangkauan pasar UKM jamaah dan menurunkan biaya distribusi—hal ini menjadi kritical terutama pasca-COVID-19. Namun digitalisasi harus disandingkan dengan pendidikan literasi digital agar tidak menciptakan ketimpangan di antara pelaku

UKM yang berbeda kemampuan teknologi. Penelitian tentang digitalisasi BMT dan koperasi syariah menunjukkan bahwa adopsi teknologi meningkatkan efisiensi operasional bila disertai pembinaan kapasitas SDM (Abdussalam & Putra, 2024).

Tantangan dan mitigasinya: (1) akses modal — mitigasi: model pembiayaan mikro syariah yang dikombinasikan dana zakat/wakaf bergulir; (2) manajemen dan kapabilitas usaha — mitigasi: program pendampingan jangka panjang oleh lembaga dakwah bekerja sama dengan dinas koperasi; (3) keberlanjutan program — mitigasi: pembentukan koperasi atau unit usaha milik masjid yang berbadan hukum dan orientasi pada tata kelola bisnis; (4) kehalalan dan standar mutu — mitigasi: sertifikasi sederhana, labeling halal lokal, dan pelatihan higienis; (5) risiko politisasi atau ketergantungan donor — mitigasi: diversifikasi pendapatan melalui usaha produksi dan layanan. Literatur empiris menekankan bahwa mitigasi ini memerlukan kebijakan terkoordinasi antara pemangku kepentingan: pemerintah daerah, lembaga keagamaan, dan sektor swasta (Jamaludin dkk., 2023).

Implikasi teoritis dan praktis: model ini merekomendasikan perluasan teori manajemen dakwah ke teori “dakwah ekonomi umat” yang bersifat multidimensi—menggabungkan teori pemberdayaan ekonomi (empowerment), modal sosial (social capital), serta teori perubahan perilaku lewat praktik (da’wah bil-hal). Secara praktis, penerapan model menuntut pembentukan kurikulum pelatihan terpadu (nilai dakwah + keterampilan bisnis), kebijakan fasilitasi akses pembiayaan syariah, dan sistem evaluasi berbasis outcome ekonomi + indikator perubahan nilai. Kajian terbaru dan kasus implementasi menyatakan bahwa integrasi ini bukan hanya layak, tetapi juga esensial untuk menjawab problem ketimpangan ekonomi dan melembagakan nilai-nilai sosial Islam dalam ranah ekonomi local (Atmawidjaja dkk., 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa konsep dasar UKM memiliki peran strategis dalam pengembangan manajemen dakwah yang tidak hanya berorientasi pada aspek spiritual, tetapi juga menyentuh dimensi ekonomi dan sosial. Pertama, UKM mampu menjadi motor penggerak ekonomi umat melalui peningkatan

pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan akses pasar halal. Kedua, integrasi UKM dalam strategi dakwah memperkuat peran koperasi syariah, masjid, dan lembaga keagamaan sebagai pusat pemberdayaan ekonomi dan pendidikan nilai-nilai Islam. Ketiga, peran UKM dalam membangun solidaritas sosial tercermin melalui semangat gotong royong, filantropi Islam, serta partisipasi komunitas dalam pengelolaan usaha berbasis nilai syariah.

Dengan demikian, UKM tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai sarana dakwah bil-hal yang menghadirkan transformasi sosial-ekonomi umat. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya model integrasi dakwah ekonomi umat yang melibatkan aspek spiritual, sosial, dan ekonomi secara seimbang, dengan dukungan lembaga dakwah, pemerintah, serta sektor swasta. Model ini berpotensi mengurangi kesenjangan sosial, memperkuat ukhuwah Islamiyah, serta meningkatkan kemandirian ekonomi umat secara berkelanjutan.

KEPUSTAKAAN

- Abdussalam, & Putra, Y. H. S. (2024). Digital Transformation Strategy In Islamic Microfinance Cooperatives: A Case Study Of Bmt Ugt Nusantara’s Innovation. *Greenation International Journal Of Economics And Accounting*, 2(4).
- Adib, R., & Sehid. (2025). Peran Koperasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Santri Dan Infrastruktur Di Pondok Pesantren Miftahul Ulum Ru Iv Putra. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 2(3).
- Adnanda Yudha Rhealdi, Muthoifin, & Rizka. (2023). Masjid Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-Bisma)*, 1–11. <https://doi.org/10.37631/Ebisma.V4i1.886>
- Alfarizi, M., & Kamila Hanum, R. (2023). Meningkatkan Transformasi Digital Dan Keberlanjutan Pada Umkm Kuliner Halal Indonesia: Studi Pemodelan Kinerja: Improving

- Digital Transformation And Sustainability In Indonesian Halal Culinary Msmes: A Performance Modeling Study. *Journal Of Religious Policy*, 2(2), 345–382. <https://doi.org/10.31330/Repo.V2i2.30>
- Ali, M., Ikram, S., Suryana, S., & Arnan, S. G. (2025). Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia Koperasi Syariah Berbasis Masjid Di Kota Bandung. *Jurnal Abdimas Nusa Mandiri*, 7(1), 55–62. <https://doi.org/10.33480/Abdimas.V7i1.5520>
- Alifuddin, M., Rosmini, R., & Iye, R. (2024). Da'wah Bil Hal: A Study Of Muhammadiyah's Social Movements In Wolo During The Political Dynamics Of The Old And New Order Eras. *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies*, 18(1), 133–152. <https://doi.org/10.15575/Idajhs.V18i1.19225>
- Angelica, G., & Dewi, B. K. (2023). *Hayafest 2023 Bantu Mitra Ukm Halal Community Pasarkan Produk*. Kompas.Com — Kanal Umkm. https://umkm.kompas.com/read/2023/01/24/195815283/hayafest-2023-bantu-mitra-ukm-halal-community-pasarkan-produk?utm_source=chatgpt.com
- Asdar, M., & Muchlis, S. (2024). Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah: Peluang Dan Tantangan Diera Digital. *Mufakatjurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2). <https://doi.org/2986-609x>
- Athief, F. H. N., Rizki, D., & Muslimah, A. A. B. (2022). Analisa Program Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Memfasilitasi Sertifikat Halal Bagi Umkm Di Surakarta. *Indonesian Journal Of Halal*, 5(2).
- Atmawidjaja, Rd. H. S., Gunawan, R., Ghulam D., R., Munawwaroh, S., Darwis, S., & Sylvester, P. (2024). Upaya Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Program Pendampingan Umkm Oleh Lazimu Kota Depok. *Jurnal Solma*, 13(1). <https://doi.org/10.22236/Solma.V13i1.14486>
- Auli, S., Fitri, A. A., & Suryandari, M. (2025). Analisis Peranan Perguruan Tinggi Dalam Mengembangkan Potensi Dakwah Mahasiswa. *Journal Of Islamic Studies Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia*, 2(4).
- Dina, S, I. E., Apriliani, D., & Finaldin, T. (2024). Public-Private Partnership In Sharia-Based Msmes Empowerment In Indonesia. *Al Ghifari University*.
- Djpb, Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Meningkatkan Peran Perempuan Dalam Ukm Melalui Pembiayaan Umi*. Artikel / Data Publikasi Pemerintah (Publikasi Resmi). https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/ntt/id/data-publikasi/309-lkpp/2885-meningkatkan-peran-perempuan-dalam-ukm-melalui-pembiayaan-umi.html?utm_source=chatgpt.com
- Faizal, M. A., Arta, A., Ni'mah, J., & Ainur, Z. F. (2023). Peran Masjid Sebagai Tempat Kegiatan Sosial Ekonomi Masyarakat. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6.
- Fandriansyah, M. A. (2023). Peran Koperasi Syariah Terhadap Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Revenue : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 4(1).
- Ginting, A. F., & Siregar, M. H. (2024). *Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Forum Silaturahmi (Fosil): Membangun Solidaritas Bkm Di Kecamatan Medan Denai*. 7(2).
- Habibah, S., Mahrus, M., & Parlina, T. (2024). Strategi Pengelolaan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (Kspps) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Periode 2021-2022. *Bifej*, 4(2).

- Hafiyyan. (2022). *Kontribusi Umkm Ke Ekonomi Ri 60,5 Persen, Restrukturisasi Kredit Jaga Keberlanjutan*. Bisnis.Com. https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20221112/9/1597409/Kontribusi-Umkm-Ke-Ekonomi-Ri-605-Persen-Restrukturisasi-Kredit-Jaga-Keberlanjutan?Utm_Source=Chatgpt.Com
- Jamaludin, N., Miftahurrahmah, M., & Muizzudin, M. (2023). Islamic Micro Finance Institutions' Existence, Role, And Challenges In Developing The Indonesian Micro Business Sector Post Covid 19 Pandemic. *Ekonomika Syariah : Journal Of Economic Studies*, 7(2), 155. <https://Doi.Org/10.30983/Es.V7i2.7254>
- Lestari. (2025). *Masjid Bisa Jadi Pusat Pemberdayaan Ekonomi Atasi Tantangan Bonus Demografi*. https://Lestari.Kompas.Com/Read/2025/08/13/151056486/Masjid-Bisa-Jadi-Pusat-Pemberdayaan-Ekonomi-Atasi-Tantangan-Bonus-Demografi?Utm_Source=Chatgpt.Com
- Lestari, U. P., Fadhilah, N., Siregar, F. G., Sariyani, N. L. P., Lestari, N. P., Alfiyah, N., Tyasti, A. E., Munfaqiroh, S., Lifchatullaillah, E., & Aulia, M. R. (2023). *Manajemen Koperasi Dan Umkm*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Maksud, A., & Kamaludin, F. S. (2023). Innovation Using Islamic Values As Sustainable Competitive Advantage: Case Study On Muslim Clothing Msmes. *International Journal Of Advanced Research In Economics And Finance*. <https://Doi.Org/10.55057/Ijaref.2023.5.1.18>
- Maksum, A., Sevriana, L., & Pratiwi, A. (2024). Peran Nilai-Nilai Islam Dalam Keberlanjutan Umkm Perempuan. *Universitas Al-Azhar Indonesia*.
- Mariah, S., & Suryandari, M. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Manajemen Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah: Integrasi Dengan Kurikulum Pendidikan Kewirausahaan. *Didaktik : Jurnal Ilmiah Pgsd Fkip Universitas Mandiri*, 10(3).
- Maulidizen, A., Safa'ah, A., Maghfirah, Johari, & Rizapoor, H. (2024). Economic Revitalization Through Mosques: Enhancing Community Well-Being In Indonesia. *International Journal Of Islamic Business And Economics (Ijibec)*, 8(1), 41–56. <https://Doi.Org/10.28918/Ijibec.V8i1.7006>
- Murningsih, S., Widodo, T., Mariah, S., & Suryandari, M. (2024). Manajemen Koperasi Terpadu Dalam Pendidikan Kewirausahaan Di Usaha Kecil Dan Menengah. *Didaktik : Jurnal Ilmiah Pgsd Fkip Universitas Mandiri*, 10(3).
- Neng Frida. (2023). Peran Koperasi Syariah Bmt El-Mizan Annafii Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 27–36. [https://Doi.Org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6\(1\).12901](https://Doi.Org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6(1).12901)
- Ningsih, L. A. (2020). Peran Koperasi Syariah Dalam Pengembangan Ukm Sebagai Layanan Pemberi Modal Kegiatan Usaha. *Jurnal Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(02).
- Pusat Investasi Pemerintah (Pip). (2021). *Pip Dukung Penguatan Kontribusi Umkm Terhadap Ekonomi Indonesia*. Pusat Investasi Pemerintah – Kementerian Keuangan RI. <https://Pip.Kemenkeu.Go.Id/Berita/39/Pip-Dukung-Penguatan-Kontribusi-Umkm-Terhadap->

- Ekonomi-Indonesia?Utm_Source=Chatgpt.Com
- Puspitasari, A. D., Octaviani, N. A., Setiawan, Y., & Nuraini, R. (2024). Keberlanjutan Umkm Perempuan: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Fintech. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(2). <https://doi.org/10.30596/jimb.v25i2.21287>
- Putri, E. H., Hamdallah, R., Zaky, I., Prayitno, S. I., Karunia, R., Kamilah, M., Alfiansyah, A., Fadilah, M. B., Jidan, B., Hafiz, A., & Ma'ali, F. (2025). *Kontribusi Zakat Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Umat*. 24(10).
- Rarasati, I., & Priyadi, U. (2024). Empowering Msmes: The Role Of Mosques In Community Economic Development. *Shirkah: Journal Of Economics And Business*, 9(3), 397–410. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i3.566>
- Sauti, S., Solimin, S., & Hanif, N. M. U. (2024). Dakwah Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Pada Program Misykat Dt Peduli Di Kelurahan Rahma Kota Lubuklinggau. *Jurnal Khobar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 27–42. <https://doi.org/10.37092/khobar.v6i1.746>
- Setiawan, I., Triuspitorini, F. A., Ruhana, N., & Yanti, T. S. (2024). The Role Of Islamic Bank Msme Financing For Job Creation In Indonesia. *Indonesian Journal Of Economics And Management*, 4(3), 380–391. <https://doi.org/10.35313/ijem.v4i3.6175>
- Sriyono, Supardi, & Ismoyo, K. B. (2024). *Peran Ukm Dalam Memakmurkan Masjid*. Umsida Press.
- Sujata, T., Hayati, L. A., & Al-Ihya, U. I. (2024). *Peranan Koperasi Syariah Pondok Pesantren Husnul Khotimah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. 5(2).
- Surizkika, A. (2024). Dakwah Sosial Dan Filantropi Islam: Transformasi, Kesejahteraan Dan Keadilan Bagi Masyarakat. *Jurnal Sahid Da'watii*, 3(01), 28–39. <https://doi.org/10.56406/jurnalsahiddawatii.v3i01.459>
- Syahidin, M. Nasor, & Agus Hermanto. (2024). Pertumbuhan Industri Halal Berbasis Usaha Mikro Kecil (Umk). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 144–152. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).15736](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15736)
- Syamsuddin, S., Nuriana, M. A., & Abbas, N. (2024). Umkm Berbasis Ekonomi Hijau Syariah: Menuju Pembangunan Berkelanjutan Dengan Dukungan Lembaga Filantropi Islam. *Alkasb: Journal Of Islamic Economics*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.59005/alkasb.v3i1.262>
- Wasita, A., & Buchori, A. (2023). *Bi Sebut Pentingnya Pemberdayaan Ekonomi Umat Berbasis Masjid*. Antara News. https://www.antaranews.com/berita/3484872/bi-sebut-pentingnya-pemberdayaan-ekonomi-umat-berbasis-masjid?utm_source=chatgpt.com
- Widyakto, A., Souisa, J., Kusumawati, C. A., & Widyarti, E. T. (2024). Analyzing The Impact Of Islamic Literacy, Technology, And Experience On Msme Performance: The Role Of Spirituality As A Moderating Variable. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 226–240. <https://doi.org/10.18196/mb.v15i1.19859>
- Wildani Mukholid, Maslahah Maslahah, Lailatul Zannah, Feby Juan Hendrawan, Dwiki Muhammad Fadhillah, & Gama Pratam. (2025). Sejarah Perkembangan Koperasi Syariah Di Indonesia: Transformasi Koperasi Dari Masa Ke Masa. *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 63–71. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i3.2411>

