



Volume 1, No 2, Januari (2024)	DOI: <a href="https://doi.org/10.59585/jimad">https://doi.org/10.59585/jimad</a>	Page: 72– 76
-----------------------------------	---	-----------------

## Analisis Lingkungan Lembaga Dakwah Dalam Inovasi dan Kewirausahaan Di Era Disruptif

Muhammad Ronaydi<sup>1</sup>, Cecep Castrawijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Corresponding Author: Muhammad Ronaydi; Email: [muhammadronaydi29@gmail.com](mailto:muhammadronaydi29@gmail.com)

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Analisis Lingkungan, Lembaga Dakwah, Era Disruptif

*Received :* ...

*Revised :* ...

*Accepted :* ...

### ABSTRACT

Penelitian ini dilakukan Untuk Mengetahui dan mengidentifikasi lingkungan Lembaga dakwah dalam inovasi dan Kewirausahaan di Era Disruptif, Menganalisis suatu strategi dan situasi bertujuan untuk mempertimbangkan keadaan baik situasi internal perusahaan maupun lingkungan eksternal, yang langsung mempengaruhi peluang dan pilihan strategi. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan Studi Kepustakaan ( Library Research ), ditemukan hasil bahwasanya Dalam melakukan analisis lingkungan lembaga dakwah dalam konteks inovasi dan kewirausahaan di era disruptif, beberapa poin kunci yang dapat disimpulkan yaitu Memahami lingkungan eksternal dan internal secara mendalam. Memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan bijak. Budaya organisasi yang mendukung inovasi penting. Mengembangkan kemitraan strategis untuk mendukung inovasi. Mengelola risiko dengan cermat. Investasi dalam pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. Melakukan evaluasi berkelanjutan untuk penyesuaian strategi.

### PENDAHULUAN

Era Disruptif sekarang ini telah memasuki babak baru dalam merubah tatanan kehidupan masyarakat global, yakni babak baru dari suatu era masyarakat yang semakin universal dan modern. Sekarang ini, masyarakat dunia dapat saling berinteraksi dengan bebas satu sama lain tanpa dibatasi oleh gerak, ruang, dan waktu. Menurut Peter Drucker, globalisasi merupakan era masyarakat pengetahuan dengan sumber daya utama masyarakat bukan lagi bertumpu pada alam, namun pada pengetahuan. “That its primary resource will be knowledge”. Masyarakat berubah dari masyarakat tunggal yang berenergi politik, menjadi



masyarakat keberagaman yang berenergi ekonomi. Semua institusi pemerintah atau swasta dari negara-negara di dunia membuat kompetisi global sebagai sasaran strategi mereka (Anwar, 2014).

Dalam konteks persaingan global yang semakin terbuka seperti sekarang ini, banyak tantangan yang harus di hadapi oleh masyarakat sekarang. Setiap negara-negara yang harus bersaing dengan menonjolkan keunggulan sumber daya masing-masing. Sumber-sumber ekonomi dapat diberdayakan apabila sumber daya manusia memiliki keterampilan kreatif dan inovatif. Menurut Rhenal Kasali “ wirausaha dapat bertahan karena mandiri, tahan banting, fleksibel dalam bergerak serta efisien karena berbasiskan sumber daya lokal,” Wirausaha yang identik dengan kepemimpinan selaras dengan fitrah manusia sebagai khalifah (Kasali, 2012).

Mengingat pentingnya kewirausahaan maka jiwa wirausaha perlu ditanamkan sedini mungkin. Hal ini sejalan dengan apa yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW. Mengutip catatan Riawan Amin yang dituliskan dalam buku Rasulullah's Business School karya Ustadz Rich, PHD dan Prof. Laode, PH.D. Nabi Muhammad SAW menempa diri menjadi seorang yang bermental wirausaha yang memiliki semangat kemandirian, kreatif, dan kemampuan mengambil resiko. Sejak umur 12 tahun, bersama pamannya, Abu Thalib melakukan perjalanan ke Syam, negeri yang kini mencakup Syiria, Jordan dan Lebanon. Pada usia 17 tahun, Nabi Muhammad SAW telah diserahi wewenang penuh untuk mengurus seluruh bisnis pamannya. Dari rentan usia 17 tahun hingga 20 tahun adalah masa sulit dalam perjalanan bisnisnya karena beliau harus mandiri dan bersaing dengan pemain-pemain senior dalam perdagangan regional (UNISSULA, 2012).



Inovasi memiliki peran penting dalam mengembangkan sejumlah ide baru, sebelum ditransformasikan menjadi produk, inovasi sebelumnya harus dievaluasi untuk dikaji apakah produk tersebut akan berhasil di pasar, untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat dengan menggunakan strategi pemasaran Segmentation, Targeting, Positioning (Amir, 2014). Pada era modern saat ini perusahaan sedang gencar-gencarnya menggunakan ide kreatif yang akan dijadikan suatu inovasi bisnis, ada dua macam jenis inovasi yang sering digunakan oleh perusahaan lama ataupun perusahaan startup pada saat ini yaitu, sustaining innovation (inovasi yang memnyempurnakan inovasi yang sudah ada sebelumnya) dan disruptive innovation (inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu tersebut) (Kasali, 2017).

Menganalisis suatu strategi dan situasi bertujuan untuk mempertimbangkan keadaan baik situasi internal perusahaan maupun lingkungan eksternal, yang langsung mempengaruhi peluang dan pilihan strategi. Berangkat dari latar belakang di atas, penulis mencoba untuk melakukan Analisis lingkungan Lembaga Dakwah dalam Inovasi dan Kewirausahaan di Era Disruptif, Analisis difokuskan pada faktor internal dan eksternal Lembaga dakwah di era disruptif.

Analisis lingkungan lembaga dakwah dalam konteks inovasi dan kewirausahaan di era disruptif memerlukan pemahaman mendalam tentang perubahan signifikan dalam masyarakat dan teknologi. Era disruptif, ditandai oleh percepatan perubahan dan adopsi teknologi, telah memberikan dampak besar pada berbagai sektor kehidupan, termasuk lembaga dakwah. Dalam konteks ini, lembaga dakwah perlu menghadapi tantangan baru dan memanfaatkan peluang yang muncul. Pertama-tama, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan akses yang lebih besar kepada masyarakat untuk mendapatkan



informasi dan pemahaman agama. Lembaga dakwah perlu menyadari potensi ini dan memanfaatkannya untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan cara yang lebih efektif dan inovatif.

Disamping itu, adopsi model bisnis yang inovatif dan kewirausahaan dalam lembaga dakwah juga menjadi relevan. Sumber pendanaan tradisional mungkin mengalami perubahan, dan lembaga dakwah perlu mencari sumber pendapatan baru yang berkelanjutan. Pemanfaatan media sosial, platform digital, dan teknologi lainnya dapat menjadi sarana untuk mengembangkan model bisnis baru. Namun, dalam menghadapi inovasi dan kewirausahaan, lembaga dakwah juga perlu mempertimbangkan dampak sosial dan budaya. Penting untuk memastikan bahwa inovasi tersebut tetap sejalan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip agama serta dapat diterima oleh masyarakat target.

Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti perubahan regulasi, tuntutan masyarakat, dan perkembangan global juga dapat mempengaruhi lingkungan lembaga dakwah. Oleh karena itu, analisis lingkungan yang komprehensif perlu dilakukan untuk memahami secara mendalam semua aspek yang dapat memengaruhi lembaga dakwah dalam menghadapi era disruptif ini. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap lingkungan ini, lembaga dakwah dapat mengembangkan strategi yang tepat, mengintegrasikan inovasi dan kewirausahaan, serta memastikan keberlanjutan dan relevansi mereka di tengah dinamika perubahan yang terus menerus.

Pertama-tama, kita perlu mengakui bahwa akses lebih besar terhadap informasi, terutama melalui teknologi informasi dan komunikasi, telah mengubah cara masyarakat mendapatkan dan menyebarkan informasi agama. Lembaga dakwah perlu memanfaatkan perkembangan ini untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan-pesan dakwah. Penggunaan platform digital, media sosial,



dan konten multimedia dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung berinteraksi lebih intensif dengan dunia digital. Namun, tantangan seiringan dengan peluang ini adalah adanya informasi yang tidak terverifikasi dan potensial untuk munculnya pemahaman yang keliru terhadap ajaran agama. Oleh karena itu, lembaga dakwah juga perlu meningkatkan upaya untuk menyaring, memoderasi, dan menyediakan konten yang berkualitas tinggi agar pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan jelas dan benar. Di samping itu, lembaga dakwah perlu mengadopsi sikap kewirausahaan dalam menjawab tantangan finansial yang mungkin muncul. Model bisnis konvensional mungkin tidak lagi memadai, dan lembaga dakwah harus mempertimbangkan diversifikasi pendapatan. Inovasi dalam pengumpulan dana, kemitraan dengan sektor swasta, atau bahkan pengembangan produk dan layanan berbasis teknologi dapat menjadi langkah-langkah kewirausahaan yang diperlukan. Namun, dalam proses mencari solusi inovatif, lembaga dakwah harus tetap memegang teguh nilai-nilai agama dan memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika Islam. Keselarasan antara inovasi dan nilai-nilai agama akan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

Penting juga untuk memperhitungkan dinamika lingkungan eksternal seperti perubahan regulasi, tuntutan masyarakat, dan perubahan geopolitik yang dapat mempengaruhi keberlanjutan lembaga dakwah. Analisis mendalam terhadap lingkungan eksternal ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang ancaman dan peluang yang mungkin muncul di masa depan. Dengan demikian, analisis lingkungan lembaga dakwah dalam konteks inovasi dan kewirausahaan di era disruptif tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam terhadap dinamika sosial, budaya, ekonomi,



dan politik. Hanya melalui pendekatan holistik seperti ini lembaga dakwah dapat merumuskan strategi yang kokoh, relevan, dan responsif terhadap tuntutan zaman.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif secara analisis, dengan metode studi kepustakaan (Library Reserch). Deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi yang akan diteliti. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Lexi, 2007). Studi kepustakaan (Library research) tahapan yang dilakukan adalah dengan menghimpun sumber kepustakaan, baik itu primer maupun sekunder (Darmalaksana, 2020). Sebagai kajian teks yang digunakan sebagai data primer adalah jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan data sekunder yang diperoleh biasanya dari kamus, ensiklopedia dan review jurnal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Tinjauan tentang Analisis Lingkungan**

Menurut Hubeis dan Najib bahwa akibat menggejalanya reformasi informasi dan globalisasi, lingkungan kini mengalami perubahan yang luar biasa dan intensitasnya kini semakin sering serta sukar sekali diramalkan (Hubeis & Najib, 2014). Akibatnya, persaingan menjadi semakin sengit dan permasalahan yang dihadapi organisasi semakin hari menjadi semakin rumit. Untuk itu, sebelum berbagai proses lain dalam manajemen strategik dilakukan, analisis lingkungan perusahaan yang merupakan hal yang pertama untuk dilakukan. Yang dimaksud dengan analisis adalah penelusuran kondisi eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan sampai pada pangkalnya.



Dengan demikian perusahaan akan dapat mewaspadaikan dan memahami implikasi-implikasi perubahan untuk kemudian dapat bersaing secara lebih efektif.

Dasar pemikiran mengapa analisis lingkungan ini harus dilakukan adalah general system theory. Menurut teori ini, organisasi dewasa ini lebih merupakan sistem yang terbuka. Oleh karena itu organisasi sangat dipengaruhi dan berinteraksi secara konstan dengan lingkungan yang melingkupinya. Dengan demikian tugas utama yang paling penting bagi manajemen perusahaan adalah memastikan bahwa pengaruh tersebut dapat disalurkan melalui arah yang positif dan dapat memberikan kontribusi optimal terhadap keberhasilan dan pencapaian daya saing organisasi secara keseluruhan.

## B. Lembaga Dakwah

Lembaga Dakwah adalah semua organisasi yang bersifat keagamaan, baik berupa sifatnya lokal, berlevel daerah, provinsi bahkan nasional. Lembaga dakwah adalah sebuah wadah yang menjadi sarana individu maupun sekelompok orang dalam sharing ilmu agama Islam, yang dimana sebuah organisasi yang sengaja dibangun oleh sekelompok orang yang bertujuan untuk mendapatkan dan berbagi pengetahuan tentang agama. Dalam hal ini lembaga dakwah pun memiliki struktur nya tersendiri dan metode-metode yang yang digunakan, karena setiap lembaga dakwah pasti memiliki metode dan struktur yang berbeda. Ada beberapa yang digunakan dalam satu lembaga namun tidak digunakan pada lembaga lain (Fadilah, 2022).

## C. Inovasi di Era Disruptif

Inovasi adalah proses menciptakan ide, produk, atau layanan baru yang membawa nilai tambah. Di era disruptif, inovasi berarti mengidentifikasi



peluang baru dan mengembangkan solusi yang memecahkan masalah dengan cara yang lebih efisien, efektif, atau unik daripada sebelumnya. Inovasi tidak hanya mencakup produk, tetapi juga model bisnis, proses operasional, dan cara mendekati pasar (Wahyudi, 2019).

Di era disruptif, teknologi memainkan peran penting dalam memicu inovasi. Perubahan teknologi seperti kecerdasan buatan, internet of things, dan komputasi awan memungkinkan pengembangan produk dan layanan yang revolusioner. Selain itu, pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan dan kemampuan merespons perubahan pasar dengan cepat juga merupakan bagian integral dari inovasi di era disruptif.

#### D. Kewirausahaan di Era Disruptif

Kewirausahaan di era disruptif melibatkan penggunaan inovasi untuk menciptakan peluang bisnis yang baru. Kewirausahaan tidak hanya merujuk pada mendirikan bisnis baru, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan mengadaptasi bisnis yang sudah ada untuk memenuhi tuntutan pasar yang berubah dengan cepat. Kewirausahaan di era disruptif melibatkan sikap proaktif terhadap risiko dan ketidakpastian. Ini melibatkan kreativitas dalam mengidentifikasi peluang, kepemimpinan dalam mengambil risiko yang terukur, dan kemampuan untuk mengelola sumber daya dengan efisien. Kewirausahaan juga melibatkan pembangunan jaringan, kolaborasi, dan kemitraan strategis untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan daya saing (Saragih, 2017).

Dalam konteks era disruptif, kewirausahaan sering kali terkait dengan pengembangan bisnis berbasis teknologi yang memanfaatkan inovasi untuk mengubah cara orang hidup, bekerja, dan berinteraksi. Kewirausahaan di era



disruptif mendorong para pengusaha untuk terus belajar, beradaptasi, dan menciptakan nilai tambah yang inovatif untuk pasar yang terus berkembang.

## E. Analisis lingkungan Lembaga Dakwah dalam Inovasi dan Kewirausahaan di Era Disruptif

### 1. Analisis Lingkungan Internal

Lembaga atau Perusahaan memiliki lingkungan internal masing-masing. Lingkungan internal tersebut yang nantinya akan memunculkan kelemahan dan juga kekuatan dari Lembaga/perusahaan. Apa saja yang termasuk ke dalam lingkungan internal seharusnya lebih mudah diidentifikasi karena berada di dalam perusahaan. Lingkungan internal terbagi menjadi beberapa bagian diantaranya ialah (Yulianti, 2014) :

- a. Kemampuan Organisasi: Menilai kapasitas internal lembaga dakwah dalam hal sumber daya manusia, keuangan, infrastruktur, dan keterampilan yang mendukung inovasi dan kewirausahaan.
- b. Budaya Organisasi: Mengidentifikasi nilai-nilai, norma, dan budaya lembaga yang dapat mendukung atau menghambat proses inovasi dan kewirausahaan.
- c. Keterlibatan Stakeholder: Memahami persepsi dan harapan stakeholder seperti anggota komunitas, donor, dan pemerintah terhadap lembaga dakwah.
- d. Manajemen Risiko: Mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin muncul selama proses inovasi dan kewirausahaan serta merencanakan strategi untuk mengelolanya.

Adapun tahapan proses analisis internal menurut Nilasari (2014) antara lain: (a) melakukan indentifikasi faktorfaktor internal yang strategis, (b) melakukan perbandingan informasi masa lalu dengan standar perusahaan, dan



(c) profil perusahaan selanjutnya akan menjadi input dalam perumusan strategi (Yulianti, 2014).

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal perlu dianalisis sehingga dapat diantisipasi pengaruhnya terhadap perusahaan. Selain pengaruh yang buruk, peluang juga banyak bermunculan di 108 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal memang sulit untuk dikendalikan karena melibatkan pihak-pihak lain yang tidak berhubungan langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu analisis lingkungan eksternal sangat diperlukan oleh perusahaan khususnya dalam proses perumusan strategi. Faktor lingkungan eksternal dapat subjektif karena setiap manajerial dapat memandang pada faktor-faktor luar yang berbeda. Faktor yang dianalisis merupakan faktor luar yang memang berpengaruh dalam perkembangan perusahaan, diantaranya ialah (Albab & Yuniarto, 2022) :

- a. Perubahan Teknologi: Evaluasi dampak teknologi terbaru seperti internet, media sosial, dan kecerdasan buatan dalam menyebabkan disrupsi dan menciptakan peluang baru untuk dakwah dan kewirausahaan.
- b. Perubahan Sosial dan Budaya: Memahami perubahan nilai, norma, dan perilaku masyarakat yang dapat mempengaruhi cara dakwah disampaikan dan produk/jasa apa yang diminati.
- c. Persaingan: Menganalisis pesaing tradisional dan pesaing baru yang mungkin muncul dari sektor swasta atau non-profit dalam konteks dakwah dan kewirausahaan.



d. Peraturan dan Kebijakan: Menilai regulasi pemerintah terkait lembaga dakwah dan kewirausahaan serta memahami implikasinya terhadap inovasi dan operasional lembaga.

Perubahan Ekonomi: Memantau kondisi ekonomi global dan lokal yang dapat mempengaruhi pendanaan, konsumsi, dan dukungan masyarakat terhadap lembaga dakwah.

## KESIMPULAN

Dalam melakukan analisis lingkungan lembaga dakwah dalam konteks inovasi dan kewirausahaan di era disruptif, beberapa poin kunci yang dapat disimpulkan yaitu Memahami lingkungan eksternal dan internal secara mendalam. Memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan bijak. Budaya organisasi yang mendukung inovasi penting. Mengembangkan kemitraan strategis untuk mendukung inovasi. Mengelola risiko dengan cermat. Investasi dalam pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. Melakukan evaluasi berkelanjutan untuk penyesuaian strategi.

## REFERENSI

- Albab, T. U., & Yuniarto, A. (2022). ANALISIS LINGKUNGAN DALAM PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 01(01), 41–50.
- Amir, M. F. (2014). *Kreativitas & Inovasi Dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Anwar, M. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Prenadamedia Group.
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gubung Djati Bandung, 1–6.



- Fadilah, N. (2022). Peran Lembaga Dakwah dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa di Jurusan Manajemen Dakwah. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 03(02), 390–399.
- Hubeis, M., & Najib, M. (2014). Manajemen strategik dalam pengembangan daya saing organisasi. *Elek Media Komputindo*.
- Kasali, R. (2012). *Wirausaha Muda Mandiri. Kisah Inspiratif Anak Muda Mengalahkan Rasa Takut dan Bersahabat dengan Ketidakpastian. Menjadi Wirausaha Tangguh*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lexi, M. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 03(02), 26–34.
- UNISSULA. (2012, February 10). *Lauching Buku : RASULULLAH'S BUSINESS SCHOOL*. Komunitas UNISSULA. <https://komunitasunissula.blogspot.com/2012/02/rasulullahs-business-school.html>
- Wahyudi, S. (2019). *TEORI INOVASI: SEBUAH TINJAUAN PUSTAKA*. *Jurnal Valuta*, 05(02), 93–101.
- Yulianti, D. (2014). *ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM PENCAPAIAN TUJUAN PERUSAHAAN (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung)*. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 16(2), 103–114. <https://doi.org/10.23960/sosiologi.v16i2.99>