JIS: JOURNAL ISLAMIC STUDIES
Tahun 2026, Volume 4, Nomor 3, Bulan September-Desember: hlm. 866-882
e-ISSN: 2963-2072 | email: jurnalq17@gmail.com | Lisensi: CC-BY

URL: https://yptb.org/index.php/jis DOI: https://doi.org/10.71456/jis.v4i3.2754

MAQASHIDPRENEURSHIP: MODEL INOVASI KEWIRAUSAHAAN LEMBAGA DAKWAH BERBASIS MAQASHID SYARIAH UNTUK KEBERLANJUTAN SOSIAL

Imam Fatkhullah[1*], & Cecep Castrawijaya[2]
[*1&2]Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
e-mail : imam.fatkhullah25@mhs.uinjkt.ac.id[1*], cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id[2]

Submit Tgl: 12-September-2026 Diterima Tgl: 26-September-2026 Diterbitkan Tgl: 28-September-2026

Abstrak: Perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi menuntut lembaga dakwah untuk tidak hanya berorientasi pada pelaksanaan kegiatan dakwah, tetapi juga mampu membangun kemandirian ekonomi dan keberlanjutan sosial. Kewirausahaan menjadi salah satu strategi untuk menciptakan sumber daya secara mandiri, namun pengembangannya perlu diarahkan agar tidak bergeser dari tujuan dan nilai dakwah. Penelitian ini bertujuan menganalisis inovasi kewirausahaan lembaga dakwah berbasis Maqashid Syariah serta merumuskan model Maqashidpreneurship sebagai pendekatan untuk mendukung keberlanjutan sosial. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan studi kepustakaan melalui penelaahan buku, artikel ilmiah, penelitian terdahulu, dan dokumen akademik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai orientasi nilai, pedoman inovasi, serta instrumen evaluasi dalam pengembangan kewirausahaan lembaga dakwah. Integrasi perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta dengan inovasi kewirausahaan menghasilkan model yang menghubungkan orientasi nilai, inovasi, transformasi kelembagaan, penciptaan nilai ekonomi dan sosial, serta keberlanjutan misi dakwah. Maqashidpreneurship menawarkan kontribusi konseptual dan praktis dalam mengarahkan lembaga dakwah menuju kemandirian ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan sosial tanpa kehilangan orientasi dakwah.

Kata Kunci: Maqashidpreneurship; Maqashid Syariah; Kewirausahaan; Lembaga Dakwah; Keberlanjutan Sosial.

Abstract: *Write Social, economic, and technological changes require da'wah institutions to move beyond merely conducting da'wah activities toward building economic independence and social sustainability. Entrepreneurship has become one strategy for generating resources independently; however, its development needs to be directed so that it remains aligned with da'wah objectives and values. This study aims to analyze entrepreneurship innovation in da'wah institutions based on Maqashid Sharia and to formulate the Maqashidpreneurship model as an approach to supporting social sustainability. The study employs a qualitative method through library research by examining relevant books, scholarly articles, previous studies, and academic documents. The findings indicate that Maqashid Sharia can function as a value orientation, innovation guideline, and evaluation instrument in developing entrepreneurship within da'wah institutions. Integrating the protection of religion, life, intellect, lineage, and wealth with entrepreneurial innovation produces a model that connects value orientation, innovation, institutional transformation, economic and social value creation, and the sustainability of da'wah missions. Maqashidpreneurship offers conceptual and practical contributions by directing da'wah institutions toward economic independence, community empowerment, and social sustainability while maintaining their da'wah orientation.*

Keywords: *Maqashidpreneurship; Maqashid Sharia; Entrepreneurship; Da'wah Institutions; Social Sustainability.*

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

Cara mengutip Fatkhullah, I., & Castrawijaya, C. (2026). Maqashidpreneurship: Model Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah Berbasis Maqashid Syariah untuk Keberlanjutan Sosial. *JIS: Journal Islamic Studies, 4*(3), 866–882. https://doi.org/10.71456/jis.v4i3.2754

PENDAHULUAN

Perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang berlangsung secara cepat telah membawa konsekuensi signifikan terhadap keberadaan dan pengelolaan lembaga dakwah. Lembaga dakwah pada masa kontemporer tidak lagi hanya menghadapi persoalan bagaimana menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara efektif, tetapi juga dituntut untuk mempertahankan relevansi, kapasitas kelembagaan, serta keberlanjutan program di tengah perubahan lingkungan yang semakin kompleks. Perkembangan teknologi digital, kecerdasan buatan, perubahan pola komunikasi masyarakat, serta munculnya berbagai model ekonomi berbasis platform telah mengubah cara organisasi membangun relasi dengan masyarakat dan mengelola sumber dayanya. Dalam kondisi demikian, ketergantungan lembaga dakwah pada pola pendanaan konvensional, khususnya donasi dan bantuan eksternal, dapat menjadi persoalan ketika kebutuhan program sosial semakin meningkat sementara sumber daya keuangan bersifat fluktuatif. Karena itu, transformasi kelembagaan melalui pengembangan aktivitas kewirausahaan menjadi salah satu alternatif strategis untuk memperkuat kemandirian dan keberlanjutan lembaga dakwah (Fatkhullah et al., 2026).

Munculnya praktik kewirausahaan dalam lembaga dakwah juga memperkuat perkembangan konsep *dakwahpreneurship*, yaitu pendekatan yang mengintegrasikan misi dakwah dengan aktivitas kewirausahaan dan pemberdayaan sosial. Pendekatan ini memiliki arti penting karena memberikan peluang bagi lembaga dakwah untuk membangun kemandirian ekonomi tanpa harus sepenuhnya meninggalkan fungsi sosial dan spiritualnya. Namun demikian, perkembangan aktivitas kewirausahaan dalam organisasi keagamaan juga menghadirkan persoalan konseptual dan etis yang tidak sederhana. Ketika aktivitas bisnis berkembang secara semakin dominan, terdapat kemungkinan terjadinya pergeseran orientasi kelembagaan dari pencapaian misi sosial dan spiritual menuju kepentingan ekonomi. Fenomena tersebut dalam kajian organisasi sering dikaitkan dengan persoalan *mission drift*, yaitu kondisi ketika tujuan utama organisasi secara perlahan mengalami pergeseran akibat tekanan finansial, komersialisasi, atau perubahan orientasi manajerial. Dalam konteks lembaga dakwah, persoalan tersebut menjadi semakin penting karena aktivitas ekonomi harus tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam dan tidak boleh menggeser substansi dakwah sebagai misi utama organisasi. Kajian terbaru tentang inovasi kewirausahaan lembaga dakwah di era disrupsi secara khusus menempatkan Maqashid al-Shariah sebagai salah satu kerangka etis untuk menjaga keseimbangan antara peluang ekonomi, inovasi organisasi, dan keberlanjutan misi spiritual lembaga (Kholifah et al., 2024).

Persoalan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan lembaga dakwah tidak cukup diukur hanya melalui indikator pertumbuhan pendapatan atau kemampuan organisasi dalam membangun unit-unit bisnis. Pengukuran keberhasilan perlu diperluas pada kemampuan aktivitas kewirausahaan dalam menghasilkan kemaslahatan yang lebih luas. Dalam perspektif Islam, Maqashid Syariah menawarkan kerangka yang relevan untuk memahami orientasi tersebut. Maqashid Syariah secara umum menempatkan perlindungan dan pengembangan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*),

akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*) sebagai tujuan fundamental yang harus diwujudkan dalam kehidupan sosial (Fatkhullah & Zen, 2026). Dengan demikian, aktivitas kewirausahaan tidak semestinya hanya diarahkan pada akumulasi kekayaan, melainkan juga harus memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan manusia, pengembangan pengetahuan, keberlanjutan generasi, perlindungan nilai agama, serta pengelolaan ekonomi yang bertanggung jawab. Pendekatan semacam ini sejalan dengan perkembangan kajian *Islamic entrepreneurship* yang mulai menempatkan pencapaian lima dimensi Maqashid sebagai tujuan yang lebih komprehensif daripada sekadar keberlanjutan finansial.

Sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan dasar penting bagi pengembangan konsep kewirausahaan berbasis nilai Islam, tetapi masih menyisakan ruang untuk integrasi yang lebih spesifik dalam konteks lembaga dakwah. Amelia dan Castrawijaya (2025) dalam penelitian berjudul *"Strategi Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah di Era Disruptif (Studi Kasus: Dompet Dhuafa)"* memfokuskan kajiannya pada strategi inovasi kewirausahaan lembaga dakwah dalam menghadapi perubahan dan disrupsi, terutama melalui pengembangan model usaha dan adaptasi kelembagaan (Amelia & Castrawijaya, 2025). Namun, penelitian tersebut belum secara khusus menjadikan Maqashid Syariah sebagai kerangka normatif sekaligus operasional untuk mengarahkan dan mengevaluasi inovasi kewirausahaan. Sementara itu, Kausar Yasmeen (2024) melalui penelitian *"Framework for Islamic Social Entrepreneurship"* mengembangkan kerangka *Islamic Social Entrepreneurship* (ISE) dengan mensintesiskan prinsip-prinsip Islam dan konsep kewirausahaan sosial, menghasilkan 13 dimensi utama dan 39 subdimensi yang menekankan etika, tanggung jawab sosial, kolaborasi, inovasi, dan penciptaan dampak sosial berkelanjutan; meskipun demikian, kerangka tersebut masih berada pada ranah kewirausahaan sosial Islam secara umum dan belum diarahkan secara spesifik untuk manajemen lembaga dakwah serta keberlanjutan misi dakwah (Yasmeen, 2026). Selanjutnya, Muhammad Agus Setiawan, Sheema Haseena Armina, dan Syahrin Novika (2024) dalam penelitian *"The Typology of Islamic Social Entrepreneurship: Principles, and Characteristic from a Maqashid Shariah Perspective"* mengembangkan tipologi *Islamic Social Entrepreneurship* berdasarkan prinsip dan karakteristik Maqashid Syariah, sehingga memperkuat hubungan antara tujuan syariah, manfaat sosial, dan aktivitas kewirausahaan (Setiawan et al., 2024). Namun, penelitian ini lebih menekankan aspek tipologi, prinsip, dan karakteristik ISE dan belum merumuskan bagaimana Maqashid Syariah dapat diterjemahkan menjadi model inovasi kewirausahaan yang secara khusus dirancang untuk lembaga dakwah, mekanisme transformasi kelembagaan, penciptaan nilai ekonomi-sosial, dan keberlanjutan misi dakwah.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan konsep Maqashidpreneurship, yaitu model inovasi kewirausahaan lembaga dakwah yang menjadikan Maqashid Syariah sebagai orientasi dalam penciptaan nilai ekonomi, pengembangan inovasi, pengelolaan organisasi, dan pemberdayaan masyarakat. Dalam model ini, *hifz al-din* diarahkan untuk menjaga misi dan identitas dakwah, *hifz al-nafs* untuk meningkatkan kesejahteraan, *hifz al-'aql* untuk mendorong pendidikan dan inovasi, *hifz al-nasl* untuk membangun keberlanjutan sosial antargenerasi, dan *hifz al-mal* untuk memperkuat kemandirian ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi kewirausahaan lembaga dakwah, mengidentifikasi penerapan prinsip Maqashid Syariah dalam aktivitas tersebut, serta mengembangkan Maqashidpreneurship sebagai model inovasi kewirausahaan yang mendukung keberlanjutan sosial lembaga dakwah.

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kepustakaan *(library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menganalisis secara mendalam konsep inovasi kewirausahaan lembaga dakwah berbasis Maqashid Syariah dan relevansinya terhadap keberlanjutan sosial melalui berbagai sumber literatur. Data penelitian diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, buku, hasil penelitian terdahulu, prosiding, serta dokumen akademik yang relevan dengan tema inovasi kewirausahaan lembaga dakwah, dakwahpreneurship, *Islamic Social Entrepreneurship*, Maqashid Syariah, dan keberlanjutan sosial. Literatur yang digunakan diprioritaskan pada publikasi tahun 2020–2026, dengan tetap mempertimbangkan karya-karya konseptual yang menjadi rujukan utama dalam pembahasan Maqashid Syariah dan kewirausahaan Islam.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur dengan cara mengidentifikasi, menyeleksi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan sumber-sumber yang relevan. Data dianalisis secara deskriptif-analitis dan interpretatif melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema, sintesis, dan penarikan kesimpulan. Analisis diarahkan untuk menemukan pola, kesenjangan, serta hubungan konseptual antara inovasi kewirausahaan, Maqashid Syariah, dan keberlanjutan sosial. Hasil sintesis kemudian digunakan untuk merumuskan konsep Maqashidpreneurship sebagai model inovasi kewirausahaan lembaga dakwah yang mengintegrasikan lima tujuan Maqashid Syariah *(hifz al-din, hifz al-nafs, hifz al-'aql, hifz al-nasl, dan hifz al-mal)* dengan pengembangan inovasi ekonomi, kelembagaan, dan pemberdayaan sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Kewirausahaan pada Lembaga Dakwah

Transformasi kewirausahaan pada lembaga dakwah menunjukkan adanya pergeseran dari pola pengelolaan yang semata-mata bertumpu pada aktivitas dakwah dan sumber pendanaan konvensional menuju pengembangan aktivitas ekonomi yang lebih inovatif, produktif, dan berkelanjutan. Perubahan tersebut tidak berarti menggeser fungsi utama lembaga dakwah, melainkan memperluas instrumen kelembagaan agar misi dakwah dapat dijalankan secara lebih mandiri. Aswari dan Castrawijaya (2024) menjelaskan bahwa inovasi kewirausahaan lembaga dakwah dapat diarahkan pada pengembangan model bisnis yang sesuai dengan nilai Islam, diversifikasi sumber pendanaan, pemanfaatan teknologi digital, penguatan sumber daya manusia, serta pengembangan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga dapat menjadi instrumen penguatan kapasitas lembaga dakwah dan pemberdayaan umat (Aswari & Castrawijaya, 2024).

Dalam konteks era disrupsi, transformasi tersebut semakin penting karena lembaga dakwah berhadapan dengan perubahan perilaku masyarakat, perkembangan teknologi digital, serta munculnya berbagai model ekonomi baru. Lembaga dakwah dituntut mampu mengidentifikasi peluang, mengembangkan inovasi produk dan layanan, membangun kemitraan, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan dakwah dan dampak sosialnya. Azizah dan Castrawijaya (2025) menunjukkan bahwa inovasi kewirausahaan

dapat memanfaatkan digitalisasi dan kolaborasi sosial-ekonomi untuk memperluas dampak lembaga dakwah. Namun, transformasi tersebut juga menghadirkan persoalan ketika orientasi ekonomi berkembang lebih dominan dibandingkan misi spiritual dan sosial. Dalam kondisi demikian, kewirausahaan berpotensi mengalami mission drift, yaitu pergeseran orientasi lembaga dari tujuan dakwah menuju kepentingan komersial. Oleh karena itu, transformasi kewirausahaan lembaga dakwah membutuhkan mekanisme tata kelola dan kerangka nilai yang mampu menjaga keseimbangan antara keberlanjutan ekonomi dan keberlanjutan misi dakwah (Azizah & Castrawijaya, 2025).

Secara konseptual, transformasi tersebut memperlihatkan bahwa kewirausahaan lembaga dakwah memiliki karakter yang berbeda dari kewirausahaan konvensional. Orientasinya tidak berhenti pada penciptaan keuntungan (*profit creation*), tetapi juga diarahkan pada penciptaan nilai sosial (*social value creation*) dan nilai spiritual. Perspektif Islamic Social Entrepreneurship menempatkan Maqashid Syariah sebagai salah satu kerangka untuk memastikan bahwa aktivitas kewirausahaan menghasilkan manfaat ekonomi sekaligus manfaat sosial dan moral. Setiawan, Armina, dan Novika (2024), misalnya, menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan berbasis Maqashid dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk pelayanan dan pemberdayaan yang berkaitan dengan perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Kerangka tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan Islam seharusnya diukur secara lebih luas, bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan, tetapi juga berdasarkan kontribusinya terhadap kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat (Setiawan et al., 2024).

Temuan tersebut semakin diperkuat oleh penelitian Hasan (2026) yang menunjukkan bahwa inovasi berbasis Maqashid Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan pada startup Muslim di Indonesia. Hasil tersebut memberikan indikasi bahwa nilai-nilai Maqashid tidak hanya relevan sebagai prinsip normatif, tetapi juga dapat menjadi orientasi strategis dalam membangun inovasi dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks lembaga dakwah, perspektif ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menempatkan kewirausahaan sebagai instrumen untuk memperkuat kemandirian ekonomi, pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan kelembagaan, dan kesinambungan misi dakwah. Atas dasar itu, transformasi kewirausahaan lembaga dakwah tidak cukup hanya diarahkan pada kemampuan menciptakan unit usaha, tetapi perlu dibangun melalui integrasi antara inovasi kewirausahaan, nilai Maqashid Syariah, tata kelola kelembagaan, dan penciptaan dampak sosial. Integrasi inilah yang menjadi landasan konseptual bagi pengembangan model Maqashidpreneurship dalam penelitian ini (Hasan, 2026).

Maqashid Syariah sebagai Orientasi Inovasi Kewirausahaan

Maqashid Syariah dapat ditempatkan sebagai orientasi utama dalam pengembangan inovasi kewirausahaan karena memberikan arah mengenai tujuan yang hendak dicapai melalui aktivitas ekonomi, bukan sekadar menentukan batas halal dan haram suatu kegiatan. Dalam perspektif ini, kewirausahaan diarahkan pada penciptaan maslahah yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, moral, dan spiritual. Tarip (2024) melalui sintesis berbagai model kewirausahaan Islam menegaskan bahwa tujuan kewirausahaan Islam tidak seharusnya dibatasi pada keberlanjutan finansial, tetapi perlu diarahkan pada pencapaian lima tujuan

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

Maqashid, yaitu perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai orientasi yang membedakan inovasi kewirausahaan Islam dari inovasi bisnis konvensional, karena keberhasilan inovasi tidak hanya diukur berdasarkan keuntungan, pertumbuhan usaha, atau efisiensi, tetapi juga berdasarkan kontribusinya terhadap kemaslahatan manusia dan masyarakat (Tarip, 2024).

Dalam konteks lembaga dakwah, orientasi Maqashid menjadi semakin penting karena aktivitas kewirausahaan harus berjalan beriringan dengan misi keagamaan dan sosial lembaga. Hifz al-din dapat menjadi dasar untuk memastikan bahwa inovasi produk, layanan, maupun model bisnis tetap mempertahankan nilai dan identitas dakwah. Hifz al-nafs mengarahkan aktivitas kewirausahaan pada peningkatan kesejahteraan dan perlindungan kehidupan masyarakat, sedangkan hifz al-'aql mendorong pengembangan pendidikan, kreativitas, literasi, dan kapasitas inovasi. Selanjutnya, hifz al-nasl memberikan orientasi pada keberlanjutan manfaat bagi generasi berikutnya, sementara hifz al-mal mengarahkan lembaga pada pengelolaan sumber daya dan penciptaan kemandirian ekonomi yang bertanggung jawab (Pratama & Castrawijaya, 2024). Setiawan, Armina, dan Novika (2024) menunjukkan bahwa perspektif Maqashid dapat digunakan untuk membangun tipologi Islamic Social Entrepreneurship yang menghubungkan aktivitas kewirausahaan dengan perlindungan agama, jiwa, dan harta serta manfaat sosial yang lebih luas (Setiawan et al., 2024).

Dengan demikian, Maqashid Syariah tidak hanya berfungsi sebagai landasan normatif, tetapi dapat dikembangkan menjadi kerangka pengambilan keputusan inovasi. Setiap inovasi yang dikembangkan lembaga dakwah dapat diuji berdasarkan pertanyaan mengenai tujuan, manfaat, penerima manfaat, risiko, serta keberlanjutannya dalam perspektif lima Maqashid. Inovasi produk, misalnya, tidak cukup dinilai dari potensi keuntungan, tetapi juga dari keamanan, kemanfaatan, aksesibilitas, dan kesesuaiannya dengan nilai Islam (Fatkhullah & Zen, 2026). Oleh karena itu, inovasi digital tidak hanya diarahkan untuk memperluas pasar atau meningkatkan efisiensi, tetapi juga untuk memperluas akses dakwah, pendidikan, pemberdayaan, dan pelayanan sosial. Kerangka seperti ini sejalan dengan temuan penelitian mengenai Islamic Social Entrepreneurship yang menempatkan prinsip Islam sebagai pengarah praktik kewirausahaan yang etis, bertanggung jawab secara sosial, inovatif, kolaboratif, dan berorientasi pada dampak sosial jangka panjang (Yasmeen, 2026).

Orientasi Maqashid juga memiliki relevansi kuat terhadap keberlanjutan kewirausahaan. Penelitian Hasan (2026) terhadap 280 pendiri startup Muslim di Indonesia menemukan bahwa inovasi berbasis Maqashid Syariah berkaitan dengan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa nilai Maqashid dapat diterjemahkan ke dalam praktik inovasi yang memiliki konsekuensi nyata terhadap keberlanjutan organisasi (Hasan, 2026). Penelitian lain oleh Nurcahyo, Arismaya, dan Anis (2024) juga menunjukkan bahwa Maqashid Syariah berpengaruh positif terhadap strategi pemasaran dan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, dalam konteks lembaga dakwah, Maqashid Syariah dapat diposisikan sebagai kompas inovasi yang mengarahkan lembaga untuk menciptakan nilai ekonomi tanpa kehilangan orientasi dakwah dan sosial (Nurcahyo et al., 2024).

Berdasarkan sintesis tersebut, dapat dirumuskan bahwa orientasi Maqashid dalam inovasi kewirausahaan lembaga dakwah bekerja melalui tiga fungsi utama, yaitu fungsi pengarahan, fungsi penyaringan, dan fungsi evaluasi. Pertama, fungsi pengarahan berarti

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

Maqashid menentukan tujuan inovasi agar tidak berhenti pada penciptaan keuntungan, tetapi menghasilkan maslahah. Kedua, fungsi penyaringan berarti setiap gagasan bisnis, produk, teknologi, maupun model layanan perlu disesuaikan dengan prinsip perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Ketiga, fungsi evaluasi berarti keberhasilan inovasi dinilai berdasarkan manfaat ekonomi sekaligus dampak sosial, moral, dan keberlanjutannya. Dengan kerangka tersebut, Maqashid Syariah dapat menjadi fondasi konseptual bagi Maqashidpreneurship, yaitu model kewirausahaan lembaga dakwah yang menjadikan penciptaan nilai ekonomi sebagai sarana untuk memperkuat misi dakwah, kemandirian kelembagaan, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan sosial.

Integrasi Maqashid Syariah dan Inovasi Kewirausahaan

Integrasi Maqashid Syariah dan inovasi kewirausahaan merupakan upaya menghubungkan tujuan-tujuan syariah dengan proses penciptaan nilai ekonomi, sosial, dan kelembagaan. Dalam kerangka ini, Maqashid Syariah tidak ditempatkan hanya sebagai norma yang menentukan boleh atau tidaknya suatu aktivitas usaha, tetapi sebagai orientasi yang menentukan arah, tujuan, dan dampak inovasi. Penelitian mengenai Islamic Social Entrepreneurship menunjukkan bahwa kewirausahaan Islam memiliki karakter yang menekankan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan kesejahteraan sosial, dengan prinsip-prinsip Islam menjadi dasar bagi aktivitas yang etis, bertanggung jawab, inovatif, kolaboratif, dan menghasilkan dampak sosial jangka panjang (Yasmeen, 2026). Dengan demikian, inovasi kewirausahaan lembaga dakwah perlu diarahkan bukan hanya pada penciptaan pendapatan, tetapi pada penciptaan maslahah yang mendukung keberlanjutan lembaga dan masyarakat.

Integrasi tersebut dapat diterjemahkan melalui lima dimensi Maqashid Syariah yang menjadi orientasi dalam proses inovasi. Hifz al-din berfungsi memastikan bahwa inovasi produk, layanan, maupun model bisnis tetap mempertahankan identitas dan misi dakwah. Hifz al-nafs mengarahkan inovasi pada peningkatan kesejahteraan, perlindungan, dan kualitas kehidupan masyarakat. Hifz al-'aql mendorong pengembangan pendidikan, literasi, kreativitas, teknologi, dan kapasitas sumber daya manusia. Hifz al-nasl memberikan orientasi pada penciptaan manfaat yang berkelanjutan bagi generasi mendatang, sedangkan hifz al-mal mendorong pengelolaan sumber daya secara produktif, amanah, dan bertanggung jawab untuk memperkuat kemandirian ekonomi lembaga (Amiruddin et al., 2026). Penelitian Hasan (2026) memberikan dukungan empiris bahwa inovasi berbasis Maqashid Syariah berpengaruh positif terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan pada startup Muslim di Indonesia (Hasan, 2026).

Dalam konteks lembaga dakwah, integrasi tersebut berarti bahwa setiap inovasi kewirausahaan perlu melewati proses penilaian berbasis Maqashid. Inovasi produk tidak hanya dinilai berdasarkan kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga berdasarkan kemanfaatan, keamanan, keadilan, dan kesesuaiannya dengan nilai Islam. Inovasi layanan diarahkan untuk memperluas akses masyarakat terhadap pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan. Sementara itu, inovasi digital dapat digunakan untuk memperluas jangkauan dakwah sekaligus meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha dan pelayanan sosial. Penelitian mengenai integrasi Maqashid Syariah dengan keberlanjutan bisnis juga menunjukkan bahwa penerapan Maqashid dapat memperkuat strategi pemasaran dan keberlanjutan usaha,

meskipun efektivitas strategi tersebut tetap membutuhkan pengelolaan dan evaluasi yang berkelanjutan (Ningsih et al., 2025). Oleh karena itu, inovasi tidak dipahami sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai instrumen untuk merealisasikan tujuan-tujuan Maqashid.

Integrasi Maqashid Syariah dan inovasi juga menuntut perubahan pada tata kelola kewirausahaan lembaga dakwah. Orientasi profit perlu ditempatkan dalam kerangka yang lebih luas, yaitu profit, people dan purpose, sehingga keberhasilan usaha tidak hanya diukur melalui pertumbuhan pendapatan, tetapi juga melalui kontribusinya terhadap masyarakat dan keberlangsungan misi dakwah. Literatur terbaru mengenai kewirausahaan Islam menunjukkan bahwa nilai seperti kejujuran, integritas, kerja keras, dan kontribusi kepada masyarakat dapat menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha. Sementara itu, penelitian mengenai pengelolaan kewirausahaan berbasis Maqashid Syariah menegaskan perlunya menggeser orientasi kewirausahaan dari sekadar keuntungan dan pertumbuhan menuju kemaslahatan, keadilan ekonomi, serta manfaat bagi lingkungan sosial (Nindyaningtyas, 2022).

Berdasarkan sintesis tersebut, integrasi Maqashid Syariah dan inovasi kewirausahaan dapat dirumuskan melalui empat tahap, yaitu orientasi nilai, proses inovasi, penciptaan nilai, dan dampak keberlanjutan. Pada tahap pertama, lima Maqashid menjadi kompas dalam menentukan tujuan kewirausahaan. Pada tahap kedua, prinsip tersebut diterjemahkan ke dalam inovasi produk, layanan, teknologi, proses, dan model bisnis. Pada tahap ketiga, inovasi menghasilkan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial dan spiritual. Pada tahap keempat, nilai tersebut diharapkan menghasilkan kemandirian ekonomi, penguatan kelembagaan, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan sosial. Kerangka ini memperkuat argumentasi bahwa Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai filter sekaligus pengarah inovasi, sehingga lembaga dakwah dapat mengembangkan aktivitas kewirausahaan tanpa kehilangan orientasi utamanya (Yasmeen, 2026).

Atas dasar integrasi tersebut, Maqashidpreneurship dapat diposisikan sebagai pengembangan konseptual yang menggabungkan kekuatan dakwahpreneurship, Islamic Social Entrepreneurship, dan pendekatan Maqashid Syariah. Jika dakwahpreneurship menekankan hubungan antara dakwah dan aktivitas kewirausahaan, sedangkan Islamic Social Entrepreneurship menekankan penciptaan nilai sosial berdasarkan prinsip Islam, maka Maqashidpreneurship menambahkan kerangka tujuan yang sistematis untuk mengarahkan inovasi tersebut. Dengan demikian, Maqashidpreneurship tidak sekadar menawarkan lembaga dakwah untuk “berbisnis”, tetapi menawarkan cara bagaimana aktivitas bisnis dirancang, dikelola, dan dievaluasi berdasarkan kontribusinya terhadap agama, manusia, pengetahuan, generasi, dan kemandirian ekonomi. Inilah yang menjadi dasar bagi pembentukan model Maqashidpreneurship sebagai model inovasi kewirausahaan lembaga dakwah yang berorientasi pada keberlanjutan sosial.

Maqashidpreneurship sebagai Model Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah

Berdasarkan sintesis terhadap kajian mengenai kewirausahaan lembaga dakwah, *Islamic Social Entrepreneurship*, dan Maqashid Syariah, penelitian ini mengusulkan konsep Maqashidpreneurship sebagai model inovasi kewirausahaan yang secara khusus dikembangkan untuk lembaga dakwah. Konsep ini berangkat dari pemikiran bahwa kewirausahaan lembaga dakwah tidak cukup hanya diarahkan pada penciptaan pendapatan

dan kemandirian finansial, tetapi harus mampu menjaga kesinambungan misi dakwah sekaligus menghasilkan manfaat sosial. Penelitian mengenai inovasi kewirausahaan lembaga dakwah menunjukkan bahwa pengembangan model bisnis, diversifikasi sumber pendanaan, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan produk merupakan strategi penting untuk meningkatkan kemandirian lembaga. Sementara itu, kajian *Islamic Social Entrepreneurship* menunjukkan bahwa kewirausahaan Islam memiliki orientasi yang lebih luas karena mengintegrasikan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial, etika Islam, inovasi, kolaborasi, dan penciptaan dampak sosial yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Maqashidpreneurship diposisikan sebagai model integratif yang menjadikan Maqashid Syariah sebagai orientasi dalam menentukan arah, proses, dan dampak inovasi kewirausahaan lembaga dakwah (Yasmeen, 2026).

Secara konseptual, Maqashidpreneurship dapat didefinisikan sebagai model kewirausahaan lembaga dakwah yang mengintegrasikan nilai Maqashid Syariah, inovasi kewirausahaan, misi dakwah, dan penciptaan keberlanjutan sosial dalam satu kerangka pengelolaan kelembagaan. Model ini memiliki perbedaan dengan kewirausahaan konvensional yang cenderung menempatkan keuntungan dan pertumbuhan ekonomi sebagai indikator utama keberhasilan. Maqashidpreneurship juga memiliki karakter yang lebih spesifik dibandingkan dakwahpreneurship, karena tidak hanya menghubungkan aktivitas dakwah dengan kewirausahaan, tetapi menyediakan kerangka tujuan untuk menilai apakah aktivitas tersebut benar-benar menghasilkan maslahah. Demikian pula, dibandingkan Islamic Social Entrepreneurship yang memiliki cakupan luas pada berbagai bentuk usaha sosial berbasis Islam, Maqashidpreneurship diarahkan secara spesifik pada konteks lembaga dakwah. Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai kerangka normatif sekaligus evaluatif dalam mengarahkan aktivitas kewirausahaan agar mencapai keseimbangan antara aspek spiritual, sosial, dan ekonomi. Dengan demikian, Maqashidpreneurship menawarkan spesifikasi kelembagaan yang lebih kuat dengan menjadikan keberlanjutan misi dakwah sebagai bagian integral dari keberhasilan kewirausahaan (Yustanti et al., 2025).

Model Maqashidpreneurship dibangun melalui empat komponen utama, yaitu orientasi nilai, inovasi kewirausahaan, transformasi kelembagaan, dan dampak keberlanjutan. Komponen pertama adalah orientasi nilai yang bersumber dari lima tujuan utama Maqashid Syariah. Hifz al-din menjadi dasar untuk menjaga identitas dan misi dakwah; hifz al-nafs mengarahkan aktivitas pada peningkatan kesejahteraan masyarakat; hifz al-'aql mendorong pengembangan pengetahuan, pendidikan, kreativitas, dan literasi; hifz al-nasl mengarahkan lembaga untuk memikirkan keberlanjutan manfaat lintas generasi; sedangkan hifz al-mal menjadi dasar bagi pengelolaan sumber daya dan penguatan kemandirian ekonomi. Komponen kedua adalah inovasi kewirausahaan yang mencakup inovasi produk, jasa, teknologi digital, model bisnis, dan pola kolaborasi. Komponen ketiga berupa transformasi kelembagaan melalui profesionalisasi pengelolaan, penguatan sumber daya manusia, tata kelola, dan diversifikasi sumber pendanaan. Adapun komponen keempat adalah dampak yang diharapkan berupa kemandirian ekonomi, pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas layanan dakwah, dan keberlanjutan sosial (Ansari et al., 2026). Kerangka ini sejalan dengan penelitian Hasan (2026) yang menemukan bahwa inovasi berbasis Maqashid Syariah berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan pada usaha rintisan Muslim di Indonesia (Hasan, 2026)

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

Hubungan antarkomponen tersebut menunjukkan bahwa Maqashidpreneurship bukan sekadar aktivitas membuka unit usaha baru, tetapi merupakan proses transformasi cara lembaga dakwah menciptakan dan mengelola nilai. Pada tahap awal, Maqashid Syariah berfungsi sebagai value orientation yang menentukan tujuan dan batasan inovasi. Selanjutnya, orientasi tersebut diterjemahkan menjadi inovasi produk, layanan, teknologi, maupun model bisnis yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi kemudian dikelola melalui tata kelola kelembagaan yang profesional, transparan, amanah, dan berorientasi pada kemaslahatan. Hasil akhirnya bukan hanya peningkatan pendapatan lembaga, tetapi juga terciptanya nilai sosial berupa pemberdayaan masyarakat, perluasan akses layanan dakwah, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan keberlanjutan program. Pola tersebut penting karena penelitian terbaru tentang model bisnis lembaga dakwah menunjukkan bahwa transformasi digital dan pengembangan model bisnis baru memang dapat meningkatkan jangkauan serta keberlanjutan program, tetapi sekaligus menghadirkan risiko komersialisasi dakwah dan melemahnya otoritas serta nilai keagamaan (Amelia & Castrawijaya, 2025). Oleh sebab itu, Maqashidpreneurship menempatkan Maqashid sebagai mekanisme pengarah agar inovasi ekonomi tidak berkembang menjadi mission drift.

Dengan kerangka tersebut, keberhasilan Maqashidpreneurship dapat dinilai melalui keseimbangan antara *economic value, social value,* dan dakwah *value*. *Economic value* tercermin dalam kemampuan lembaga menghasilkan sumber pendapatan yang produktif, mengurangi ketergantungan pada donasi, dan meningkatkan kemandirian finansial. Social value terlihat dari kemampuan aktivitas usaha menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan, memberdayakan masyarakat, dan menghasilkan manfaat yang berkelanjutan. Sementara itu, dakwah value tercermin dari sejauh mana aktivitas kewirausahaan tetap memperkuat misi keagamaan, pendidikan, pelayanan umat, dan penyebaran nilai Islam. Dengan demikian, keuntungan ekonomi tidak diposisikan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai instrumen untuk memperkuat kapasitas lembaga dalam menjalankan misi sosial dan dakwah (Fattah & Sari, 2025). Perspektif ini konsisten dengan kerangka *Islamic Social Entrepreneurship* yang menekankan praktik kewirausahaan yang etis, bertanggung jawab secara sosial, inovatif, kolaboratif, dan berorientasi pada dampak sosial jangka panjang (Yasmeen, 2026).

Secara sederhana, Maqashidpreneurship dapat dirumuskan sebagai model inovasi kewirausahaan lembaga dakwah dengan alur: Maqashid Syariah, orientasi nilai, inovasi kewirausahaan, transformasi kelembagaan, penciptaan nilai ekonomi dan sosial, serta keberlanjutan misi dakwah. Model tersebut menjadi kontribusi konseptual penelitian karena mengintegrasikan tiga ranah yang selama ini cenderung dibahas secara terpisah, yaitu manajemen lembaga dakwah, kewirausahaan, dan Maqashid Syariah. Penelitian tentang lembaga dakwah sebelumnya telah menekankan pentingnya inovasi kewirausahaan, digitalisasi, pengembangan produk, dan diversifikasi sumber pendanaan, sedangkan penelitian tentang kewirausahaan Islam telah menunjukkan pentingnya Maqashid dalam menghasilkan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan sosial. Maqashidpreneurship kemudian menggabungkan kedua perspektif tersebut dengan menempatkan keberlanjutan sosial dan kesinambungan misi dakwah sebagai outcome utama. Oleh karena itu, model ini dapat menjadi kerangka konseptual bagi lembaga dakwah dalam mengembangkan kewirausahaan yang tidak kehilangan identitas keagamaannya, sekaligus mampu membangun kemandirian ekonomi dan menghasilkan dampak sosial yang berkelanjutan.

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

Maqashidpreneurship dan Keberlanjutan Sosial Lembaga Dakwah

Kemandirian ekonomi merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan lembaga dakwah, karena kesinambungan program dakwah dan sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya secara produktif. Ketergantungan yang terlalu besar pada donasi dapat membuat keberlangsungan program menjadi rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi dan kemampuan donatur. Penelitian terbaru mengenai transformasi lembaga dakwah menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya dan ketergantungan pada donasi mendorong lembaga untuk mengembangkan produk kewirausahaan, diversifikasi sumber pendanaan, dan inovasi pengelolaan kelembagaan. Dalam perspektif Maqashidpreneurship, kemandirian ekonomi tidak dimaknai sebagai tujuan komersial semata, tetapi sebagai instrumen untuk memperkuat kemampuan lembaga dalam menjalankan fungsi dakwah dan pelayanan sosial secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai integrasi Maqashid Syariah dalam keberlanjutan bisnis yang menunjukkan bahwa prinsip Maqashid dapat digunakan untuk menghubungkan kinerja ekonomi dengan tujuan keberlanjutan yang lebih luas (Washilla et al., 2026).

Pemberdayaan masyarakat menjadi dimensi kedua yang menunjukkan hubungan antara kewirausahaan dan keberlanjutan sosial. Lembaga dakwah yang mengembangkan kewirausahaan tidak cukup hanya menghasilkan pendapatan bagi organisasi, tetapi perlu menciptakan manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat. Kewirausahaan sosial memungkinkan lembaga mengubah sumber daya ekonomi menjadi program pemberdayaan, penciptaan lapangan kerja, peningkatan keterampilan, serta penguatan kapasitas ekonomi masyarakat. Penelitian Argantara et al. (2026) mengenai *Islamic Social Entrepreneurship* pada ekonomi pesantren menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial dapat digunakan sebagai model transformasi masyarakat yang berkelanjutan melalui integrasi nilai Islam, aktivitas ekonomi, dan pemberdayaan komunitas (Argantara et al., 2026). Temuan Nashrullah et al. (2026) juga menunjukkan bahwa institusionalisasi kewirausahaan sosial pada unit usaha pesantren dapat mendukung pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan melalui integrasi nilai Islam, kepemimpinan, kolaborasi pemangku kepentingan, strategi sosial-komersial, dan pembelajaran organisasi (Nashrullah et al., 2026). Dengan demikian, Maqashidpreneurship menempatkan masyarakat bukan hanya sebagai konsumen atau penerima manfaat, tetapi sebagai subjek pemberdayaan dan mitra dalam penciptaan nilai sosial.

Aspek berikutnya adalah penguatan sumber daya manusia dan kapasitas kelembagaan. Inovasi kewirausahaan tidak akan menghasilkan keberlanjutan apabila lembaga dakwah tidak memiliki sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha, melakukan inovasi, memanfaatkan teknologi, membangun jaringan, dan mempertanggungjawabkan pengelolaan sumber daya secara profesional. Karena itu, pengembangan kewirausahaan perlu disertai dengan peningkatan kompetensi pengelola, pembelajaran organisasi, pembagian peran yang jelas, serta tata kelola yang transparan dan akuntabel. Penelitian Nashrullah et al. (2026) menemukan bahwa visionary leadership, stakeholder collaboration, hybrid social-commercial strategies, dan organizational learning merupakan faktor penting dalam pelembagaan kewirausahaan sosial pada unit bisnis pesantren. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keberlanjutan kewirausahaan bukan hanya persoalan modal dan

produk, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan organisasi untuk belajar dan beradaptasi. Dalam konteks lembaga dakwah, penguatan kapasitas tersebut sekaligus dapat mempertemukan kompetensi keagamaan dengan kompetensi manajerial sehingga aktivitas kewirausahaan tetap memiliki orientasi dakwah (Nashrullah et al., 2026).

Selanjutnya, penciptaan nilai sosial secara berkelanjutan menjadi pembeda utama antara kewirausahaan lembaga dakwah dengan aktivitas bisnis yang berorientasi profit. Nilai sosial tercipta ketika aktivitas ekonomi mampu menghasilkan perubahan positif yang melampaui manfaat finansial lembaga, seperti peningkatan kesejahteraan, pendidikan, kesempatan kerja, pelayanan sosial, dan penguatan kohesi masyarakat. Zarkasyi, Cahyani, dan Sanrego (2026) menjelaskan bahwa social entrepreneurship dapat menjadi model dakwah berkelanjutan dengan menggeser orientasi filantropi dari sekadar pemberian bantuan menuju pemberdayaan yang menghasilkan nilai secara berkelanjutan. Perspektif tersebut memperkuat gagasan bahwa keberlanjutan sosial membutuhkan perubahan dari pola *charity-oriented* menuju *empowerment-oriented*, sehingga masyarakat secara bertahap memiliki kapasitas untuk mengembangkan kehidupannya secara mandiri. Dalam kerangka Maqashidpreneurship, penciptaan nilai sosial tersebut dapat dipandang sebagai manifestasi maslahah, karena keberhasilan kewirausahaan diukur berdasarkan kemampuan menciptakan manfaat yang luas, berkelanjutan, dan sesuai dengan tujuan syariah (Zarkasyi et al., 2026)

Pada akhirnya, seluruh dimensi tersebut bermuara pada keberlanjutan misi dakwah lintas generasi. Keberlanjutan lembaga dakwah tidak hanya berarti organisasi mampu bertahan secara finansial, tetapi juga mampu mempertahankan nilai, fungsi, jaringan sosial, dan misi dakwah dalam menghadapi perubahan zaman. Karena itu, aktivitas kewirausahaan harus ditempatkan sebagai sarana untuk memperkuat, bukan menggantikan, misi dakwah. Penelitian mengenai model bisnis baru lembaga dakwah menunjukkan bahwa digitalisasi, inovasi nilai, dan mekanisme monetisasi dapat memperluas jangkauan serta mendukung keberlanjutan program, tetapi sekaligus menghadirkan risiko komersialisasi dakwah dan melemahnya nilai keagamaan apabila tidak dikelola secara tepat. Di sinilah Maqashid Syariah berfungsi sebagai mekanisme penjaga arah (value safeguard): kemandirian ekonomi diarahkan oleh hifz al-mal, pemberdayaan dan kesejahteraan oleh hifz al-nafs, pendidikan dan peningkatan kapasitas oleh hifz al-'aql, keberlanjutan generasi oleh hifz al-nasl, dan kesinambungan identitas serta misi keagamaan oleh hifz al-din. Dengan demikian, Maqashidpreneurship dapat dipahami sebagai model yang menghubungkan kemandirian ekonomi, pemberdayaan masyarakat, penguatan kapasitas, penciptaan nilai sosial serta keberlanjutan misi dakwah, sehingga keberhasilan kewirausahaan lembaga dakwah tidak berhenti pada pertumbuhan ekonomi, tetapi menghasilkan keberlanjutan sosial dan dakwah dalam jangka panjang.

Posisi dan Kontribusi Model Maqashidpreneurship

Bagian Berdasarkan hasil sintesis literatur, Maqashidpreneurship dapat ditempatkan sebagai model yang mempertemukan tiga perspektif, yaitu dakwahpreneurship, *Islamic Social Entrepreneurship* (ISE), dan Maqashid Syariah. Dakwahpreneurship menekankan pemanfaatan aktivitas kewirausahaan sebagai instrumen pendukung misi dakwah, sedangkan ISE memperluas orientasi kewirausahaan dengan menyeimbangkan penciptaan nilai ekonomi dan manfaat sosial berdasarkan prinsip Islam. Penelitian Setiawan, Armina, dan

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

Novika (2024) menunjukkan bahwa ISE berbasis Maqashid tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga manfaat sosial dan moral, seperti pendidikan Islam, pelayanan kesehatan, kesejahteraan masyarakat, wakaf produktif, dan investasi sosial (Setiawan et al., 2024). Sementara itu, penelitian terbaru mengenai kewirausahaan sosial pada pesantren menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi berbasis Islam dapat dikembangkan sebagai instrumen transformasi masyarakat dan pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian, posisi Maqashidpreneurship terletak pada upaya memberikan kerangka tujuan dan arah bagi aktivitas kewirausahaan lembaga dakwah: bukan hanya bagaimana lembaga memperoleh pendapatan, tetapi untuk apa pendapatan tersebut diciptakan, bagaimana dikelola, siapa yang memperoleh manfaat, dan bagaimana aktivitas tersebut menjaga keberlanjutan misi dakwah (Argantara et al., 2026).

Keunggulan utama Maqashidpreneurship sebagai model integratif terletak pada kemampuannya mengubah Maqashid Syariah dari sekadar landasan normatif menjadi kerangka strategis untuk inovasi dan evaluasi kewirausahaan. Lima tujuan utama Maqashid dapat diterjemahkan ke dalam orientasi pengelolaan lembaga: hifz al-din menjaga identitas dan misi dakwah; hifz al-nafs mengarahkan penciptaan kesejahteraan; hifz al-'aql mendorong pendidikan, kreativitas, dan inovasi; hifz al-nasl memastikan keberlanjutan manfaat lintas generasi; dan hifz al-mal memperkuat kemandirian serta pengelolaan sumber daya ekonomi. Penelitian Hasan (2026) memberikan dukungan empiris bahwa inovasi berbasis Maqashid Syariah berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan pada startup Muslim di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Maqashid dapat digunakan bukan hanya untuk menilai kepatuhan suatu aktivitas usaha, tetapi juga untuk menentukan arah inovasi dan ukuran keberhasilannya. Dengan perspektif tersebut, inovasi produk, layanan, digitalisasi, model bisnis, maupun kolaborasi lembaga dakwah harus menghasilkan keseimbangan antara *economic value*, *social value*, dan *dakwah value* (Hasan, 2026).

Secara teoritis, model Maqashidpreneurship memberikan kontribusi terhadap kajian Manajemen Dakwah dengan memperluas pemahaman mengenai pengelolaan lembaga dakwah dari paradigma yang berorientasi pada pelaksanaan program menuju paradigma penciptaan nilai dan keberlanjutan. Lembaga dakwah tidak lagi dipandang hanya sebagai organisasi yang mengelola kegiatan keagamaan dan sosial, tetapi juga sebagai organisasi yang mampu menciptakan sumber daya, mengembangkan inovasi, membangun jaringan ekonomi, dan menghasilkan dampak sosial. Literatur terbaru tentang ISE menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan kewirausahaan dengan Maqashid dapat memberikan kerangka klasifikasi dan pengembangan kewirausahaan yang lebih komprehensif berdasarkan manfaat ekonomi, sosial, dan moral. Demikian pula, penelitian tahun 2026 mengenai pengembangan ekonomi pesantren menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial dapat menjadi mekanisme transformasi ekonomi sekaligus pemberdayaan masyarakat. Atas dasar itu, Maqashidpreneurship menawarkan kontribusi teoritis berupa pengembangan perspektif manajemen dakwah yang menghubungkan misi dakwah, inovasi kewirausahaan, penciptaan nilai, pemberdayaan, serta keberlanjutan dalam satu kerangka konseptual (Argantara et al., 2026).

Secara praktis, Maqashidpreneurship memberikan pedoman bagi lembaga dakwah dalam merancang dan mengelola aktivitas kewirausahaannya. Pada tingkat perencanaan, lembaga dapat memetakan kebutuhan masyarakat sekaligus menentukan bentuk usaha yang sesuai dengan tujuan Maqashid. Pada tingkat implementasi, lembaga dapat mengembangkan

produk, jasa, unit usaha, platform digital, atau program pemberdayaan yang menghasilkan pendapatan sekaligus manfaat sosial. Pada tingkat pengelolaan, prinsip amanah, keadilan, transparansi, dan akuntabilitas digunakan untuk menjaga agar sumber daya ekonomi tidak hanya terkonsentrasi pada kepentingan organisasi. Selanjutnya, pada tahap evaluasi, keberhasilan tidak cukup diukur melalui laba atau peningkatan pendapatan, tetapi juga melalui jumlah penerima manfaat, peningkatan kapasitas masyarakat, penciptaan lapangan kerja, keberlanjutan program, dan terjaganya misi dakwah. Pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa pelembagaan kewirausahaan sosial membutuhkan kepemimpinan, kolaborasi pemangku kepentingan, strategi sosial-komersial, serta pembelajaran organisasi agar dapat menghasilkan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan (Sunaji, 2025).

Implikasi model ini dapat diterapkan pada berbagai bentuk organisasi berbasis dakwah, seperti lembaga zakat dan filantropi, pesantren, masjid, yayasan sosial, maupun organisasi dakwah lainnya. Pada lembaga zakat, misalnya, Maqashidpreneurship dapat mendorong transformasi dana sosial dari pola konsumtif menuju program produktif dan pemberdayaan. Pada pesantren, model ini dapat diterapkan melalui unit usaha yang menghubungkan pendidikan, kewirausahaan santri, pemberdayaan masyarakat, dan kemandirian pesantren. Pada masjid, kewirausahaan dapat dikembangkan melalui pengelolaan aset dan layanan produktif yang manfaatnya dikembalikan kepada jamaah dan masyarakat. Sementara pada yayasan sosial, model ini dapat digunakan untuk mengembangkan usaha sosial yang mendukung keberlanjutan program pelayanan. Penelitian tahun 2026 mengenai pesantren menunjukkan bahwa Islamic Social Entrepreneurship dapat menjadi model transformasi ekonomi komunitas yang berkelanjutan, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa pelembagaan kewirausahaan sosial pada unit bisnis pesantren dapat memperkuat pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan (Argantara et al., 2026). Artinya, penerapan Maqashidpreneurship bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan karakteristik, sumber daya, serta kebutuhan masing-masing lembaga.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan tersebut, kontribusi utama Maqashidpreneurship dapat dirumuskan sebagai model inovasi kewirausahaan yang menjadikan Maqashid Syariah sebagai kompas strategis bagi lembaga dakwah dalam menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan spiritual secara berkelanjutan. Model ini tidak menempatkan kewirausahaan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai instrumen untuk memperkuat kapasitas lembaga dalam menjalankan misi dakwah dan memberdayakan masyarakat (Yustanti et al., 2025). Secara sederhana, konsepsi tersebut diperkuat oleh temuan terbaru bahwa Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai kerangka normatif sekaligus evaluatif untuk menyeimbangkan aspek spiritual, sosial, dan ekonomi dalam kewirausahaan Islam. Dengan demikian, Maqashidpreneurship menawarkan pembaruan konseptual bagi manajemen dakwah karena menggeser paradigma “lembaga dakwah yang membutuhkan sumber dana” menjadi “lembaga dakwah yang mampu menciptakan nilai dan sumber daya secara mandiri untuk memperluas kemaslahatan.”

Copyright © 2026: Imam Fatkhullah, & Cecep Castrawijaya

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Maqashidpreneurship merupakan model konseptual inovasi kewirausahaan lembaga dakwah yang mengintegrasikan Maqashid Syariah, inovasi kewirausahaan, misi dakwah, dan keberlanjutan sosial. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa lima tujuan Maqashid *Syariah (hifz al-din, hifz al-nafs, hifz al-'aql, hifz al-nasl, dan hifz al-mal)* dapat berfungsi sebagai kompas strategis dalam mengarahkan inovasi, tata kelola, penciptaan nilai, dan evaluasi kewirausahaan lembaga dakwah. Kontribusi utama penelitian terletak pada pergeseran orientasi kewirausahaan dari sekadar penciptaan pendapatan menuju keseimbangan *economic value, social value, dan dakwah value,* sehingga kemandirian ekonomi ditempatkan sebagai instrumen untuk memperkuat pemberdayaan masyarakat, kapasitas kelembagaan, dan keberlanjutan misi dakwah. Secara praktis, model ini dapat menjadi kerangka bagi lembaga zakat, pesantren, masjid, yayasan, dan organisasi dakwah dalam merancang aktivitas usaha yang produktif sekaligus berorientasi pada kemaslahatan.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan studi kepustakaan *(library research)* sehingga Maqashidpreneurship yang dihasilkan masih berada pada tingkat konseptual dan belum diuji secara empiris pada lembaga dakwah tertentu. Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah melakukan penelitian lapangan untuk menguji, memvalidasi, dan menyempurnakan model melalui studi kasus atau penelitian komparatif pada berbagai lembaga dakwah, seperti pesantren, lembaga zakat, masjid, dan yayasan sosial. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan indikator pengukuran Maqashidpreneurship berdasarkan lima dimensi Maqashid serta menguji hubungan antara inovasi kewirausahaan, kemandirian ekonomi, dampak sosial, dan keberlanjutan misi dakwah. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat mengubah model konseptual ini menjadi kerangka operasional yang terukur dan aplikatif bagi pengembangan manajemen kewirausahaan lembaga dakwah yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, R. L., & Castrawijaya, C. (2025). Strategi Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah di Era Disruptif (Studi Kasus : Dompet Dhuafa). *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah*, *6*(2), 407–423. https://doi.org/10.54396/qlb.v6i2.2279

Amiruddin, A. R., Samsuddin, & Nurhidayatullah, A. S. (2026). Maqashid Syariah Kerangka Kerja untuk Inovasi Produk Koperasi Syariah BMT As'adiyah dalam Era Digital. *Al-Afkar: Journal for Islamic Studies*, *9*(2), 1384–1397. https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v9i2.2207

Ansari, N. R., Nurpriatna, A., & Wahyudi, B. (2026). Transformasi Lembaga Pendidikan Islam melalui Model Bisnis Syariah: Kerangka Strategis Enam Pilar Berbasis Maqashid Syariah. *Kharismatik : Jurnal Ilmu Pendidikan*, *4*(1), 38–53. https://doi.org/10.70757/kharismatik.v4i1.171

Argantara, Z. R., Haryono, S., Wardi, M., Rahman, H., Rafiqi, I., & Puad, N. A. M. (2026). Reinventing Pesantren Economies: Islamic Social Entrepreneurship as a Model for Sustainable Community Transformation. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*,

15(1), 21–32. https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v15i1.3012

Aswari, N. N., & Castrawijaya, C. (2024). Perencanaan Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah. *Journal of Da'wah*, *3*(2), 101–113. https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4356

Azizah, R. N., & Castrawijaya, C. (2025). Da'wah in the Disruption Era: Reorienting Entrepreneurial Innovation through Islamic Ethics and Philosophy. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, *2*(2), 122–137. https://doi.org/10.70742/suffah.v2i2.384

Fatkhullah, I., Firdaus, M., & Yakub, M. (2026). Dinamika Lembaga Dakwah di Era Digital: Telaah Filosofis terhadap Konsep Dasar, Fungsi, dan Transformasinya. *ALADALAH : Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, *4*(3), 165–183. https://doi.org/10.59246/aladalah.v2i4

Fatkhullah, I., & Zen, M. (2026). Integrasi Maqashid Syariah Dan Sgds Dalam Model Pembiayaan Mikro Syariah Kontemporer. *JSE: Jurnal Sharia Economica JSE*, *5*(1), 76–94. https://doi.org/10.46773/jse.v4i1

Fattah, M., & Sari, I. P. (2025). Pengembangan Ilmu Ekonomi Berbasis Nilai-Nilai Islam Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Ushul Al-Hukm: Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, *2*, 113–119. https://doi.org/https://doi.org/10.61166/ushulalhukm.v1i12.33

Hasan, Z. (2026). The Influence of Maqashid Shariah-Based Innovation on Startup Sustainability: Evidence from Indonesian Muslim Entrepreneurs Using PLS-SEM. *Journal of Contemporary Issues and Thought*, *16*(1), 121–138. https://doi.org/https://doi.org/10.37134/

Kholifah, N., Murodi, & Subhan, A. (2024). Dakwah dan Perubahan Sosial di Kawasan Masjid Almadinah Dompet Duafa. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *8*(2), 144–164. https://doi.org/10.58518/alamtara.v8i2.3096

Nashrullah, M. H., Hamid, A. M., Nawari, & Ahmed, I. (2026). Institutionalizing Social Entrepreneurship in Pesantren Business Units: A Qualitative Study of Sustainable Community Empowerment in East Java. *Adilla: Journal of Sharia Economics*, *9*(2), 392–409. https://doi.org/https://doi.org/10.52166/adilla.v9i2.8033

Nindyaningtyas, U. (2022). Rekonstruksi Pengelolaan Kewirausahaan Berbasis Maqashid Syariah Dan Hisbah Rasulullah: Gagasan Menuju Kemandirian Ekonomi Dan Keadilan Sosial Di Indonesia. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, *10*(5), 3921–3931. https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.29259

Ningsih, F., Muntu, A. T. S., Haddade, A. W., & Luthfi, M. (2025). Model Integratif Inovasi Halal Dan Kreativitas Islami Dalam Memperkuat Syariah Entrepreneurship. *JPIK: Jurnal Pendidikan Islam dan Studi Keislaman*, *1*(1), 128–145. https://journal.pijarpelita.com/jpik/article/view/56/44

Nurcahyo, S. A., Arismaya, A. D., & Anis, M. (2024). The role of Maqashid-Syariah in enhancing business sustainability through green dynamic capability and marketing strategies. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, *6*(2), 118–131. https://doi.org/10.18326/ijier.v6i2.2484

Pratama, L. M. R., & Castrawijaya, C. (2024). Analisis Jurnal: "Model Pengendalian Strategi, Inovasi Dan Kewirausahaan Dalam Organisasi Perspektif Ekonomi Islam" Implementasi Terhadap Lembaga Dakwah. *Al-Alamiyah: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *01*(03), 301–318. https://miftahul-ulum.or.id/ojs/index.php/alamiyah

Setiawan, M. A., Armina, S. H., & Novika, S. (2024). The Typology of Islamic Social Entrepreneurship: Principles, and Characteristic from a Maqashid Shariah Perspective. *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, *18*(2), 21–32. https://doi.org/10.21111/ijtihad.v18i2.12362

Sunaji. (2025). Membangun Mental Entrepreneur Santri melalui Perspektif Maqashid Syariah. *Al Wajiz: Journal of Sharia and Economics Studies*, *01*(01), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.65887/alwajiz.v1i1.1

Tarip, I. (2024). Theorizing Islamic entrepreneurship from an Islamic governance perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, *17*(2), 274–291. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2023-0172

Washilla, F., Effendi, Y., Safitri, A., Subandi, & Amiruddin. (2026). Kemandirian Ekonomi Lembaga Pendidikan Islam Melalui Social Entrepreneurship. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, *11*(3), 4619–4631. https://doi.org/10.34125/jmp.v11i3.2578

Yasmeen, K. (2026). Framework for Islamic Social Entrepreneurship. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *17*(2), 445–474. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2023-0256

Yustanti, D. R., Dini, M., & Wijaya, A. (2025). Social Entrepreneurship In Islamic Economic Perspective: A Conceptual Study In Islamic Boarding Schools. *Journal of Management and Islamic Finance*, *5*(2), 305–319. https://doi.org/10.22515/jmif.v5i2.13361

Zarkasyi, M. R., Cahyani, M., & Sanrego, Y. D. (2026). Sustainable Da'wah through Social Entrepreneurship: Transforming Islamic Philanthropy from Charity to Empowerment. *JOIPAD: Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, *6*(1), 16–31. https://doi.org/10.21154/joipad.v6i1.14638