



## Integrasi Konsep Koperasi Sebagai Organisasi Bisnis dengan Strategi Manajemen Dakwah untuk Membangun Kemandirian Ekonomi dan Sosial Umat

Ade Titie Solihati\*, Fauzan Diaz, Ninuk, Sugianto, Patnah Wati, Parjono, Meity Suryandari

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

Korespondensi: [Titiemaroef15234@gmail.com](mailto:Titiemaroef15234@gmail.com)

**Abstract.** *This article discusses the integration of the concept of cooperatives as business organizations with da'wah management strategies in order to build the economic and social independence of the community. The research uses a library study method by reviewing various literature related to sharia cooperatives, da'wah management, and the practices of Islamic boarding school cooperatives that are developing in Indonesia. The results of the study indicate that cooperatives can function dually, namely as a business instrument that manages economic resources professionally and as a da'wah forum that instills Islamic values, social solidarity, and moral responsibility. The theoretical model of integration formulated includes five dimensions: (1) organization, through the formation of da'wah units or sharia advisory boards; (2) business, with halal and transparent business practices; (3) social, through the integration of zakat, infaq, sedekah, and waqf (ZISWAF); (4) education, in the form of sharia economic literacy and entrepreneurship training; and (5) evaluation, with dual performance measurements that assess the financial aspects and the usefulness of da'wah. These findings confirm that cooperatives not only play a role in improving the economic welfare of members, but also strengthen social independence and the sustainability of da'wah. This article is expected to be an academic reference as well as a practical guide in developing da'wah-based cooperatives in Indonesia.*

**Keywords:** *cooperatives, da'wah management, economic independence, social independence, empowerment of the community*

**Abstrak.** Artikel ini membahas integrasi konsep koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah dalam rangka membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat. Penelitian menggunakan metode studi pustaka dengan menelaah berbagai literatur terkait koperasi syariah, manajemen dakwah, serta praktik koperasi pesantren yang berkembang di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi dapat berfungsi ganda, yaitu sebagai instrumen bisnis yang mengelola sumber daya ekonomi secara profesional sekaligus sebagai wadah dakwah yang menanamkan nilai-nilai Islam, solidaritas sosial, dan tanggung jawab moral. Model teoretis integrasi yang dirumuskan mencakup lima dimensi: (1) organisasi, melalui pembentukan unit dakwah atau dewan penasehat syariah; (2) bisnis, dengan praktik usaha halal dan transparan; (3) sosial, melalui integrasi zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF); (4) pendidikan, berupa literasi ekonomi syariah dan pelatihan kewirausahaan; serta (5) evaluasi, dengan pengukuran kinerja ganda yang menilai aspek finansial dan kebermanfaatan dakwah. Temuan ini menegaskan bahwa koperasi tidak hanya berperan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota, tetapi juga memperkuat kemandirian sosial dan keberlanjutan dakwah. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik sekaligus panduan praktis dalam mengembangkan koperasi berbasis dakwah di Indonesia.

**Kata kunci:** Koperasi, manajemen dakwah, kemandirian ekonomi, kemandirian sosial, pemberdayaan umat

### LATAR BELAKANG

Permasalahan yang dihadapi masyarakat Muslim di Indonesia masih cukup kompleks, terutama terkait kemandirian ekonomi dan stabilitas sosial-ekonomi. Banyak

anggota masyarakat yang masih bergantung pada pihak luar, kurang memiliki kemandirian ekonomi, serta mengalami kerentanan melalui sektor UMKM, koperasi syariah, pesantren, dan institusi keagamaan. Keberadaan koperasi syariah, BMT, serta lembaga zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) sebenarnya telah berkontribusi dalam penguatan ekonomi umat. Namun demikian, praktik bisnis dan aktivitas dakwah sering kali berjalan sendiri-sendiri tanpa adanya integrasi sistemik. Nilai-nilai dakwah seperti etika, keadilan, dan tanggung jawab sosial kerap dipisahkan dari praktik bisnis koperasi. Selain itu, kurangnya penerapan manajemen dakwah secara formal dalam pengelolaan koperasi menyebabkan potensi koperasi sebagai sarana dakwah ekonomi belum dimanfaatkan secara maksimal. Faktor lain yang turut menghambat antara lain keterbatasan literasi keuangan syariah, minimnya modal, regulasi yang belum mendukung, serta lemahnya profesionalisme organisasi. Kondisi ini menjadi tantangan dalam upaya membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat.

Sebagai solusi, konsep koperasi syariah sebagai organisasi bisnis perlu dikembangkan tidak hanya untuk tujuan komersial, tetapi juga sebagai wahana dakwah ekonomi yang menyebarkan nilai-nilai Islam, keadilan, solidaritas, dan kesetaraan. Hal ini dapat diwujudkan melalui integrasi manajemen dakwah yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, penggerakan, serta evaluasi dakwah ke dalam manajemen koperasi. Dengan demikian, koperasi tidak hanya berfungsi sebagai badan usaha, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan umat yang mengedepankan nilai spiritual dan sosial. Sinergi antara koperasi, lembaga keuangan syariah, institusi dakwah seperti masjid, pesantren, lembaga zakat/wakaf, serta para pemangku kepentingan lokal diharapkan mampu mempercepat terwujudnya kemandirian ekonomi dan sosial umat.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana konsep koperasi sebagai organisasi bisnis dapat diintegrasikan dengan strategi manajemen dakwah, mengidentifikasi tantangan serta faktor pendukung integrasi, mengkaji dampak integrasi tersebut terhadap kemandirian ekonomi dan sosial umat, serta mengembangkan model atau kerangka teoretik yang menggabungkan koperasi bisnis dan manajemen dakwah

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Konsep Koperasi Syariah**

Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang berasaskan pada nilai kebersamaan dan tolong-menolong demi kesejahteraan anggotanya. Dalam perspektif Islam, koperasi

syariah tidak hanya berfungsi sebagai lembaga ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan umat melalui prinsip syariah. Menurut Eviyanti (2022), koperasi syariah merupakan lembaga yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan berlandaskan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), dan tanggung jawab sosial. Dalam praktiknya, koperasi syariah menggunakan sistem pembiayaan yang adil, seperti *mudharabah* dan *musyarakah*, serta menghindari riba dan gharar. Prinsip-prinsip ini menegaskan bahwa koperasi syariah tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga mengedepankan kemaslahatan anggota dan masyarakat luas.

Selain itu, koperasi syariah memiliki potensi strategis sebagai lembaga yang mengintegrasikan sektor keuangan dan sosial. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wildani et al. (2025) menunjukkan bahwa koperasi syariah berkembang pesat di Indonesia karena dipercaya lebih transparan, berbasis komunitas, dan mampu menjawab kebutuhan ekonomi umat. Edy et al. (2023) juga menegaskan bahwa koperasi syariah memiliki peran ganda: memperkuat sistem keuangan umat sekaligus menjadi instrumen pemberdayaan sosial melalui dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF).

### **Manajemen Dakwah**

Manajemen dakwah merupakan upaya sistematis dalam mengelola kegiatan dakwah agar berjalan efektif, efisien, dan berkelanjutan. Menurut Nurul dan Ardiansyah (2024), manajemen dakwah mencakup fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), dan evaluasi. Tujuannya bukan hanya untuk menyebarkan ajaran Islam, tetapi juga untuk membentuk perilaku sosial-ekonomi masyarakat yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dalam konteks ekonomi, dakwah tidak hanya bersifat verbal (dakwah *bi al-lisan*), tetapi juga dapat diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata (dakwah *bil hal*), seperti pengembangan koperasi, bisnis halal, dan kewirausahaan syariah. Kegiatan ekonomi ini menjadi bagian dari dakwah karena mengandung unsur amar ma’ruf dalam pemberdayaan dan nahi munkar dalam mencegah praktik ekonomi yang merugikan. Pendekatan ini menegaskan bahwa dakwah harus dikelola dengan prinsip manajerial yang terukur agar memberikan dampak sosial dan spiritual yang nyata (Fitriani et al., 2024).

## **Integrasi Koperasi dan Manajemen Dakwah**

Integrasi antara koperasi dan manajemen dakwah merupakan bentuk inovasi kelembagaan yang memadukan misi ekonomi dan misi keagamaan. Haridah (2024) menjelaskan bahwa integrasi ini dapat meningkatkan kemandirian ekonomi umat melalui penerapan prinsip Islam dalam aktivitas bisnis. Koperasi yang dikelola dengan pendekatan dakwah akan memiliki orientasi moral dan sosial yang kuat, seperti keadilan distribusi, pemberdayaan, dan solidaritas.

Penelitian Marlina et al. (2024) menunjukkan bahwa koperasi pesantren yang memadukan kegiatan ekonomi dengan dakwah berhasil meningkatkan kemandirian lembaga dan kesejahteraan santri. Demikian pula, Eviyanti (2020) membuktikan bahwa koperasi yang menyalurkan dana sosial ZISWAF tidak hanya meningkatkan kesejahteraan anggota, tetapi juga memperkuat citra dakwah Islam di masyarakat. Model serupa juga dikaji oleh Lubis (2023), yang menemukan bahwa tata kelola koperasi yang mengintegrasikan nilai dakwah mampu meningkatkan partisipasi anggota serta kepercayaan publik.

## **Temuan Penelitian Terdahulu dan Relevansinya**

Beberapa penelitian terdahulu memperlihatkan relevansi antara penguatan koperasi dan pelaksanaan manajemen dakwah:

- Sari (2021) menyimpulkan bahwa pelatihan etika bisnis Islami dalam koperasi meningkatkan literasi keuangan dan komitmen keanggotaan.
- Fitriyani (2022) menemukan bahwa digitalisasi koperasi syariah dapat memperluas jangkauan dakwah sekaligus meningkatkan transparansi manajemen.
- KNEKS (2024) menegaskan pentingnya peran kebijakan pemerintah dan literasi ekonomi syariah dalam memperkuat integrasi dakwah dan ekonomi umat.

Dari hasil-hasil tersebut dapat diasumsikan bahwa keberhasilan koperasi syariah dalam membangun kemandirian umat tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh penguatan nilai-nilai dakwah, etika, dan profesionalisme dalam pengelolaan.

## **Landasan Konseptual Penelitian**

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat dirumuskan landasan konseptual bahwa koperasi syariah yang menerapkan manajemen dakwah memiliki potensi besar sebagai lembaga hibrida ekonomi-keagamaan. Melalui penerapan fungsi

manajemen dakwah yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi berbasis nilai Islam, koperasi dapat menjalankan peran ganda:

1. Sebagai organisasi bisnis yang profesional, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan anggota.
2. Sebagai instrumen dakwah yang menanamkan nilai keadilan, solidaritas sosial, dan pemberdayaan umat.

Dengan demikian, integrasi koperasi dan manajemen dakwah diharapkan menjadi model efektif dalam membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat secara berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Desain ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis mendalam terhadap teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan integrasi konsep koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah untuk membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh literatur akademik dan dokumen ilmiah yang membahas koperasi syariah, koperasi pondok pesantren, serta manajemen dakwah di Indonesia pada rentang waktu 2020–2025. Sampel penelitian ditentukan secara purposive, yaitu literatur yang memenuhi kriteria relevansi dengan topik integrasi koperasi dan dakwah, diterbitkan di jurnal nasional terakreditasi, atau berupa skripsi, tesis, dan laporan penelitian yang memiliki keterkaitan langsung dengan pemberdayaan ekonomi umat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur di berbagai sumber seperti jurnal ilmiah (antara lain Jurnal Manajemen Dakwah, Masalah, Tamkin, dan Syarikat), buku teks, laporan kebijakan, serta repositori universitas menggunakan kata kunci “koperasi syariah dan dakwah”, “koperasi pesantren”, dan “pemberdayaan ekonomi umat”. Instrumen penelitian berupa lembar klasifikasi literatur digunakan untuk mencatat identitas sumber, tujuan penelitian, pendekatan metodologis, hasil temuan, serta relevansinya terhadap model integrasi koperasi–dakwah.

Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif melalui proses reduksi data, penyajian data, serta verifikasi dan interpretasi. Pada tahap reduksi, literatur yang relevan dipilih dan dikelompokkan berdasarkan tema; selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi konseptual dan tabel tematik. Tahap verifikasi dilakukan dengan menghubungkan

hasil kajian dengan teori manajemen dakwah dan ekonomi syariah untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai pola integrasi koperasi dan dakwah. Analisis juga dilakukan dengan pendekatan komparatif untuk melihat kesamaan dan perbedaan antara praktik koperasi yang telah menerapkan nilai dakwah dan yang belum, kemudian hasil sintesis dijadikan dasar dalam penyusunan model konseptual integrasi koperasi dan dakwah.

Model penelitian yang digunakan bersifat konseptual dan teoritis, menggambarkan hubungan antara variabel utama, yaitu koperasi sebagai organisasi bisnis ( $X_1$ ), manajemen dakwah ( $X_2$ ), dan kemandirian ekonomi serta sosial umat ( $Y$ ). Variabel  $X_1$  merepresentasikan praktik ekonomi dan tata kelola koperasi,  $X_2$  menggambarkan strategi dakwah yang diintegrasikan dalam pengelolaan koperasi, sedangkan  $Y$  menunjukkan hasil atau dampak terhadap peningkatan kesejahteraan dan solidaritas sosial umat. Model ini tidak diuji secara statistik, tetapi dianalisis secara kualitatif untuk menjelaskan keterkaitan antarkomponen secara naratif berdasarkan hasil kajian literatur.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menilai kredibilitas sumber literatur yang digunakan, yaitu dengan memastikan bahwa setiap data berasal dari jurnal ilmiah terindeks atau dokumen resmi lembaga. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh sumber data memiliki tingkat relevansi dan keandalan tinggi karena bersifat akademis dan mutakhir. Dengan demikian, keseluruhan metode penelitian ini mampu memberikan dasar ilmiah yang kuat dalam merumuskan model integrasi koperasi dan dakwah sebagai strategi membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Integrasi Konsep Koperasi sebagai Organisasi Bisnis dengan Strategi**

#### **Manajemen Dakwah**

Koperasi dalam perspektif Islam memiliki kedudukan yang unik, karena selain berfungsi sebagai organisasi bisnis, ia juga dapat menjadi instrumen dakwah untuk membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat. Konsep koperasi syariah yang berbasis pada asas kekeluargaan, keadilan, dan keberkahan menjadikannya sarana strategis dalam mengintegrasikan tujuan bisnis dengan nilai-nilai dakwah.

*Pertama*, visi dan misi koperasi harus dirumuskan tidak hanya dalam kerangka pencapaian profit, tetapi juga sebagai bagian dari misi dakwah. Visi koperasi syariah

biasanya menekankan prinsip ukhuwah (persaudaraan), keadilan, serta tanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa koperasi tidak hanya mengejar efisiensi ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai *vehicle of social transformation* bagi umat (Amalia, 2022). Dengan demikian, nilai-nilai Islam seperti kejujuran, transparansi, dan solidaritas sosial menjadi dasar pengelolaan koperasi.

*Kedua*, praktik bisnis koperasi harus konsisten dengan prinsip syariah. Pembiayaan berbasis bagi hasil (mudharabah dan musyarakah) menjadi alternatif yang lebih adil dan inklusif dibandingkan sistem bunga yang berpotensi menjerat anggota. Hal ini terbukti mampu meningkatkan kepercayaan anggota serta memperkuat loyalitas mereka terhadap koperasi (Muttaqin, 2021). Selain itu, penerapan prinsip tanpa riba juga memperlihatkan bahwa koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjaga dimensi moral dakwah (Nugraha, 2023).

*Ketiga*, program dakwah internal menjadi strategi penting untuk memperkuat pemahaman anggota. Beberapa koperasi syariah di Indonesia rutin menyelenggarakan kajian Islam, penyuluhan etika bisnis, hingga pendidikan literasi keuangan berbasis syariah. Program ini terbukti mampu meningkatkan kesadaran anggota terhadap nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi (Sari, 2021). Literasi keuangan syariah sangat penting, sebab masih banyak anggota koperasi yang belum memahami perbedaan mendasar antara sistem keuangan konvensional dan syariah.

*Keempat*, fungsi sosial koperasi juga memperkuat peran dakwah. Melalui pengalokasian dana zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf (ZISWAF), koperasi tidak hanya melayani kepentingan ekonomi anggota, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan penelitian Eviyanti (2020) yang menunjukkan bahwa koperasi syariah yang menyalurkan ZISWAF mampu memperkuat solidaritas sosial dan meningkatkan citra dakwah Islam di kalangan masyarakat.

Integrasi koperasi dengan dakwah juga berdampak pada motivasi anggota. Studi terbaru menunjukkan bahwa koperasi syariah yang menginternalisasikan nilai dakwah mampu meningkatkan partisipasi anggota, baik dalam bentuk modal maupun keterlibatan dalam program sosial (Haridah, 2024). Motivasi tersebut lahir karena anggota merasa menjadi bagian dari perjuangan moral dan spiritual, bukan sekadar aktivitas ekonomi.

Selain itu, integrasi ini juga relevan dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Banyak koperasi syariah yang kini mengadopsi platform digital untuk memperluas akses

pasar, promosi dakwah, serta transparansi keuangan. Menurut penelitian Fitriyani (2022), penggunaan teknologi digital dalam koperasi syariah bukan hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memudahkan penyebaran pesan dakwah melalui media sosial koperasi.

Dengan demikian, integrasi konsep koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah dapat dilihat dalam beberapa dimensi: (1) landasan visi-misi yang Islami, (2) praktik bisnis berbasis syariah, (3) program dakwah internal yang berkelanjutan, (4) fungsi sosial melalui ZISWAF, dan (5) adaptasi digital untuk mendukung keberlanjutan. Seluruh dimensi ini menunjukkan bahwa koperasi dapat berfungsi sebagai instrumen ekonomi-dakwah yang bukan hanya meningkatkan kesejahteraan anggota, tetapi juga memperkuat kemandirian sosial dan spiritual umat.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat Integrasi Koperasi dengan Manajemen Dakwah**

Integrasi koperasi dengan manajemen dakwah pada dasarnya dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung dan penghambat yang saling terkait. Faktor pendukung yang paling mendasar adalah meningkatnya kesadaran anggota terhadap prinsip ekonomi Islam yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Pemahaman anggota mengenai larangan riba, keutamaan bagi hasil, serta prinsip ta'awun menjadikan koperasi syariah lebih mudah diterima sebagai instrumen dakwah sekaligus bisnis. Tingkat literasi keuangan syariah yang baik juga terbukti memperkuat partisipasi anggota dalam kegiatan koperasi, meningkatkan kepatuhan terhadap akad-akad syariah, dan menumbuhkan rasa kepemilikan bersama (KNEKS, 2024). Dukungan regulasi pemerintah, seperti keluarnya Permenkop No. 8 Tahun 2023 tentang KSPPS, turut memberikan kepastian hukum dan memperluas ruang gerak koperasi berbasis syariah. Regulasi tersebut mempermudah pengurus untuk mengakses program pembiayaan, melakukan pembinaan anggota, serta memperoleh legitimasi kelembagaan (Fuadi, 2020). Selain itu, kolaborasi koperasi dengan pesantren, masjid, serta lembaga zakat, infaq, dan wakaf juga menjadi faktor penting. Keterhubungan dengan institusi keagamaan membuat koperasi memiliki basis komunitas yang kuat, mempermudah pembinaan anggota, serta meningkatkan legitimasi moral kegiatan ekonomi yang dijalankan (Eviyanti, 2020). Kepemimpinan yang visioner dan profesional juga memperkuat integrasi, sebab pengurus yang memiliki kapasitas manajerial sekaligus visi dakwah mampu menjaga keseimbangan antara tujuan bisnis dan

tujuan sosial keagamaan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa tata kelola yang baik menjadi kunci keberlangsungan koperasi syariah (Lubis, 2023). Dukungan lain yang tak kalah penting adalah akses koperasi terhadap jaringan pembiayaan syariah dan program inkubasi usaha. Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah, KSPPS, serta program pemerintah untuk UMKM berbasis syariah membantu koperasi mengembangkan modal usaha halal yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan anggota (Qadariyah & Permata, 2024). Selain itu, modal sosial berupa kepercayaan, solidaritas, dan jaringan komunitas yang kuat mempercepat keberhasilan koperasi, karena partisipasi aktif anggota dapat menopang keberlanjutan usaha (ResearchGate, 2025).

Faktor pendidikan menjadi salah satu penopang utama dalam memperkuat koperasi syariah. Setiawan & Sari (2024) menekankan bahwa literasi ekonomi yang ditanamkan melalui integrasi pendidikan kewirausahaan dengan manajemen koperasi dapat meningkatkan pemahaman anggota tentang etika bisnis dan prinsip syariah. Namun demikian, sebagaimana dicatat dalam penelitian yang dilakukan oleh Musrofah dkk., masih terdapat hambatan berupa keterbatasan modal dan prosedur administratif yang menyulitkan sebagian anggota untuk memperoleh pembiayaan.

Namun demikian, sejumlah hambatan masih menghalangi optimalisasi integrasi koperasi dengan manajemen dakwah. Rendahnya literasi ekonomi syariah masih menjadi masalah klasik. Sebagian anggota belum memahami perbedaan akad syariah dengan praktik konvensional, sehingga muncul resistensi dalam penerapan produk dan sistem keuangan koperasi (Prosiding KSPPS, 2022). Hal ini diperparah dengan keterbatasan modal dan akses pembiayaan halal yang membuat koperasi skala kecil sulit berkembang. Banyak koperasi mengalami hambatan administratif, kurangnya agunan, dan terbatasnya kemampuan menyusun proposal pembiayaan sehingga sulit memperoleh dukungan dari lembaga keuangan formal (Studi Analisis Koperasi, 2023). Selain itu, keseimbangan antara orientasi bisnis dan nilai dakwah juga sering kali belum terjaga. Fokus yang terlalu besar pada profit dapat mengurangi alokasi sosial, sementara penekanan berlebihan pada aspek dakwah tanpa penguatan usaha dapat mengancam keberlanjutan koperasi (Fuadi, 2020). Regulasi yang ada juga belum sepenuhnya mengakomodasi integrasi dakwah ke dalam struktur koperasi. Kegiatan seperti wakaf produktif, unit dakwah internal, atau pengelolaan dana sosial sering kali belum mendapat pengakuan legal yang jelas sehingga membatasi ruang inovasi (Lubis, 2023).

Hambatan lain adalah kualitas SDM dan tata kelola koperasi yang masih rendah. Banyak pengurus tidak memiliki kemampuan manajerial, pembukuan sederhana, maupun manajemen risiko yang memadai, sehingga program koperasi tidak berjalan optimal. Lemahnya tata kelola juga meningkatkan risiko reputasi, terlebih ketika kasus penyalahgunaan dana atau investasi ilegal yang mengatasnamakan koperasi mencuat ke publik (Studi Analisis Koperasi, 2023). Krisis kepercayaan yang lahir dari kasus-kasus tersebut menjadi tantangan serius bagi koperasi dakwah untuk mendapatkan legitimasi di mata anggota maupun masyarakat luas.

Dengan demikian, faktor pendukung dan penghambat ini menunjukkan bahwa keberhasilan integrasi koperasi dan manajemen dakwah sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia, dukungan regulasi, penguatan kelembagaan, serta pemanfaatan modal sosial yang dimiliki komunitas. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan; rendahnya literasi misalnya, membuat koperasi sulit mengakses pembiayaan, sedangkan lemahnya tata kelola memperbesar risiko reputasi yang kemudian mengurangi dukungan eksternal. Sebaliknya, jika didukung kepemimpinan visioner, regulasi kondusif, serta kolaborasi dengan lembaga keagamaan, koperasi dapat berkembang menjadi instrumen dakwah sekaligus bisnis yang mendorong kemandirian ekonomi dan sosial umat (ResearchGate, 2025).

### **3. Dampak Integrasi terhadap Kemandirian Umat**

Integrasi konsep koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah memberikan kontribusi signifikan dalam membangun kemandirian ekonomi umat. Hal ini tercermin dalam beberapa aspek penting:

1. Penguatan Usaha Produktif dan Kemandirian Institusi. Koperasi berbasis pesantren (kopontren) maupun komunitas keagamaan telah terbukti mampu mengembangkan unit-unit usaha produktif seperti perdagangan, pertanian, dan industri kreatif. Unit usaha ini tidak hanya menopang pembiayaan pendidikan dan dakwah, tetapi juga membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Marlina et al. (2024) menunjukkan bahwa kopontren berhasil meningkatkan kemandirian pesantren sekaligus memperkuat ekosistem ekonomi lokal. Hal ini sejalan dengan pendekatan *social entrepreneurship* dalam manajemen dakwah, di mana nilai-nilai keagamaan menjadi landasan inovasi bisnis.

2. Pengurangan Ketergantungan Eksternal. Kemandirian ekonomi umat dapat diwujudkan melalui keberadaan koperasi yang mampu menyediakan modal usaha, akses distribusi, hingga pemasaran produk berbasis komunitas. Dengan adanya integrasi dakwah, koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada penguatan solidaritas sosial. Misalnya, model pembiayaan syariah dalam koperasi terbukti mengurangi praktik rentenir dan meningkatkan keberlanjutan usaha mikro (Rizal, 2022). Hal ini berimplikasi pada berkurangnya ketergantungan masyarakat terhadap lembaga keuangan konvensional yang seringkali membebani dengan bunga tinggi.
3. Penguatan Etika Bisnis Islami. Salah satu dampak signifikan integrasi dakwah dalam koperasi adalah terbentuknya pelaku usaha yang berorientasi pada nilai etika. Menurut Lubis (2023), anggota koperasi berbasis dakwah lebih disiplin, jujur, serta menempatkan keberkahan sebagai tujuan utama usaha. Prinsip ini sejalan dengan konsep *al-falah* (kebahagiaan dunia-akhirat) yang menjadi dasar ekonomi Islam. Dengan demikian, koperasi bukan sekadar wadah bisnis, tetapi juga sarana pembinaan akhlak dan spiritualitas pelaku usaha.
4. Peningkatan Literasi Ekonomi Syariah. Integrasi koperasi dengan dakwah juga mendorong peningkatan literasi ekonomi syariah di kalangan umat. Sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan da'i dalam forum dakwah turut menanamkan pemahaman tentang keuangan syariah, manajemen usaha, serta pentingnya kerja sama dalam wadah koperasi. Penelitian Hidayat (2021) menegaskan bahwa literasi keuangan syariah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan partisipasi anggota koperasi syariah.
5. Pemberdayaan Kelompok Rentan dan UMKM. Koperasi dakwah berperan aktif dalam memberdayakan kelompok rentan, seperti perempuan, pemuda, dan pelaku UMKM. Melalui pendekatan dakwah, mereka diberi akses modal, pendampingan manajemen usaha, hingga dukungan pemasaran digital. Penelitian Sari & Anwar (2022) menegaskan bahwa koperasi yang terintegrasi dengan kegiatan dakwah mampu meningkatkan peran perempuan dalam ekonomi keluarga serta memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga.
6. Penguatan Jaringan Sosial dan Solidaritas Ekonomi. Integrasi koperasi-dakwah menciptakan ekosistem ekonomi yang berbasis jaringan sosial umat. Kegiatan

dakwah menjadi sarana konsolidasi, sementara koperasi menjadi media implementasi kerja sama ekonomi. Menurut Harahap (2023), model ini melahirkan solidaritas ekonomi yang tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga memperkuat kemandirian kolektif komunitas Muslim.

7. Kontribusi terhadap Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. Koperasi dakwah berpotensi besar dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), terutama pada aspek pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan. Melalui pengelolaan yang berlandaskan nilai-nilai keislaman, koperasi dapat menciptakan distribusi keuntungan yang lebih adil dan inklusif. Fitriani (2024) menekankan bahwa koperasi syariah yang berorientasi pada pemberdayaan umat dapat menjadi instrumen penting dalam mencapai keseimbangan antara tujuan ekonomi, sosial, dan spiritual.

Dengan demikian, dampak integrasi koperasi dan dakwah tidak hanya terlihat pada aspek peningkatan usaha produktif, tetapi juga dalam membangun ekosistem ekonomi yang beretika, inklusif, dan berkelanjutan. Hal ini memperkuat posisi koperasi sebagai pilar kemandirian ekonomi umat sekaligus sebagai instrumen dakwah bil hal yang efektif.

#### **4. Model Teoretis Integrasi Koperasi Bisnin dan Dakwah**

Berdasarkan sintesis literatur, model integrasi koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah dapat dipahami sebagai upaya menghadirkan lembaga hibrida yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pembinaan nilai-nilai spiritual, pemberdayaan sosial, dan keberlanjutan umat. Koperasi dalam perspektif ini tidak sekadar badan usaha kolektif, melainkan wadah dakwah ekonomi yang menggabungkan lima dimensi utama, yakni organisasi, bisnis, sosial, pendidikan, dan evaluasi. Kelima dimensi tersebut membentuk kerangka yang saling terhubung, di mana tata kelola koperasi didukung unit dakwah, operasional bisnis dijalankan sesuai prinsip syariah, dana sosial dialokasikan melalui ZISWAF, literasi dan pelatihan ekonomi syariah dikembangkan bagi anggota, serta evaluasi kinerja tidak hanya menilai profit, tetapi juga kebermanfaatan sosial dan dakwah (Nurseha et al., 2025; Rahman, 2021).

Dari dimensi organisasi, koperasi perlu memiliki struktur yang memadai dengan adanya unit khusus atau dewan penasehat syariah yang berfungsi mengawasi kepatuhan

syariah dan merancang program dakwah internal. Dewan ini dapat memastikan setiap keputusan strategis koperasi selaras dengan prinsip Islam sekaligus mendukung kegiatan keagamaan dan sosial anggota (Lubis, 2023). Di sisi lain, tata kelola koperasi juga menekankan prinsip musyawarah, transparansi, dan partisipasi sehingga sejalan dengan nilai dakwah yang mengedepankan kebersamaan (Fauziah, 2022). Bentuk kemitraan dengan pesantren, masjid, lembaga amil zakat, serta pemerintah daerah juga menjadi faktor penting untuk memperkuat jaringan dan akses sumber daya yang lebih luas (Saputro et al., 2024).

Dimensi bisnis dalam model ini menekankan praktik operasional yang halal, transparan, dan adil. Koperasi diarahkan untuk mengembangkan produk serta layanan berbasis syariah yang bebas dari riba dan gharar, dengan memanfaatkan sistem pembiayaan bagi hasil seperti mudharabah atau musyarakah (Hidayat, 2025). Selain itu, unit usaha yang berkelanjutan—misalnya toko koperasi, produksi pangan halal, hingga layanan digital—dapat menjadi sumber utama pembiayaan dakwah serta program sosial (Farhan & Maulida, 2023). Keberhasilan dimensi ini sangat dipengaruhi oleh adanya transparansi laporan keuangan dan akuntabilitas manajemen, sehingga koperasi dapat mengintegrasikan prinsip *sharia governance* dengan instrumen pengukuran modern seperti Balanced Scorecard untuk menilai kinerja ganda, yakni ekonomi dan sosial (Lubis, 2023).

Pada dimensi sosial, koperasi memiliki keunikan karena mampu mengintegrasikan dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) ke dalam mekanisme kelembagaan. Sebagian laba koperasi dapat dialokasikan untuk modal bergulir bagi anggota yang membutuhkan, beasiswa pendidikan, bantuan kesehatan, maupun penguatan kegiatan keagamaan. Dengan demikian, koperasi tidak hanya berfungsi sebagai badan usaha, melainkan juga sebagai instrumen redistribusi kekayaan dan solidaritas sosial (Ash-Shiddiqy et al., 2025). Dalam konteks ini, dana sosial menjadi semacam jaring pengaman yang membantu anggota menghadapi kesulitan ekonomi sekaligus memperkuat kohesi sosial (Amalmahudi, 2020). Bahkan, perkembangan teknologi finansial telah membuka peluang digitalisasi ZISWAF yang dikelola koperasi, sehingga penyaluran dana dapat lebih transparan, cepat, dan tepat sasaran (Ikonomika, 2023).

Dimensi pendidikan memiliki peran sentral karena menyasar peningkatan literasi ekonomi syariah serta penguatan keterampilan kewirausahaan anggota. Program-

program pendidikan berupa kajian rutin tentang muamalah Islami, pelatihan akuntansi sederhana, hingga workshop kewirausahaan berbasis digital marketing dapat memperkuat kapasitas anggota dalam mengelola usaha (Fifi Hasmawati, 2023). Beberapa koperasi pesantren bahkan telah mengembangkan inkubator usaha dan laboratorium dakwah ekonomi yang melatih santri sekaligus mahasiswa agar mampu menjadi wirausaha Islami (Saputro et al., 2024). Di samping itu, pembinaan karakter seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab juga ditekankan agar etika bisnis tetap terjaga (Fauziah, 2022).

Dimensi terakhir adalah evaluasi, yang menekankan pentingnya pengukuran kinerja ganda atau *double bottom line*. Selain indikator keuangan seperti profitabilitas dan pertumbuhan usaha, koperasi perlu menilai dampak sosial dan keberhasilan dakwah melalui indikator jumlah penerima manfaat ZISWAF, keberhasilan program pemberdayaan, hingga kepuasan anggota terhadap layanan spiritual. Sistem evaluasi modern seperti dashboard manajemen, audit syariah, serta monitoring dan evaluasi berbasis teknologi informasi memungkinkan pengukuran ini dilakukan secara berkelanjutan (Rofik Hidayat, 2025). Dengan cara ini, koperasi tidak hanya menilai keberhasilan dari aspek materi, tetapi juga dari segi keberkahan, kemanfaatan, dan kontribusinya terhadap pembangunan umat (Rahman, 2021).

Praktik integrasi koperasi bisnis dan dakwah sudah terbukti pada beberapa koperasi pesantren yang berhasil mengelola unit usaha seperti toko ritel, produk makanan halal, hingga jasa keuangan mikro. Keuntungan usaha tersebut digunakan untuk membiayai pendidikan santri, program sosial, serta pembangunan sarana keagamaan (Saputro et al., 2024). Kasus Koperasi Pondok Pesantren Jarinabi Mart misalnya, menunjukkan bahwa keberhasilan koperasi bukan hanya dalam menghasilkan laba, tetapi juga meningkatkan kualitas dakwah dan memperkuat kemandirian pesantren (Fauziah, 2022). Dari sisi teori, model ini menegaskan perlunya perluasan kajian manajemen dakwah yang tidak hanya fokus pada aspek komunikasi, melainkan juga pada ekonomi dan pemberdayaan umat, sehingga menghasilkan paradigma baru yang lebih integratif (Lubis, 2023; Nurseha et al., 2025).

Dengan demikian, model integrasi koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah memberikan kerangka teoretis dan praktis yang relevan untuk membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat. Integrasi lima dimensi tersebut memungkinkan koperasi menjadi wadah dakwah sekaligus instrumen pemberdayaan

yang efektif, sesuai dengan tuntutan era modern dan tetap berpijak pada prinsip-prinsip Islam.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa integrasi konsep koperasi sebagai organisasi bisnis dengan strategi manajemen dakwah merupakan pendekatan strategis dalam membangun kemandirian ekonomi dan sosial umat. Koperasi tidak lagi sekadar berfungsi sebagai lembaga ekonomi, tetapi juga sebagai sarana dakwah yang menanamkan nilai spiritual, solidaritas, dan pemberdayaan. Model integrasi lima dimensi—organisasi, bisnis, sosial, pendidikan, dan evaluasi—membuktikan bahwa koperasi mampu memberikan manfaat ganda, yaitu keuntungan ekonomi sekaligus kontribusi dakwah. Secara praktis, penerapan model ini terbukti meningkatkan kesejahteraan anggota, memperkuat ukhuwah, serta mendukung keberlanjutan lembaga keagamaan seperti pesantren. Secara teoretis, penelitian ini memperluas cakrawala manajemen dakwah dengan memasukkan aspek ekonomi sebagai bagian integral dari aktivitas dakwah. Dengan demikian, koperasi berbasis dakwah dapat menjadi instrumen yang efektif dalam menjawab tantangan ekonomi sekaligus memperkuat identitas sosial dan spiritual umat di era modern.

## DAFTAR REFERENSI

- Adib, R. (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).
- Alfiyah, N. (2024). *Optimalisasi Pengembangan Usaha Koperasi Pondok Pesantren Daarut Tauhiid Dalam Menopang Kesejahteraan Santri Karya*. Skripsi. Uin Sunan Gunung Djati Bandung. <https://Digilib.Uinsgd.Ac.Id/Id/Eprint/93019/>
- Annes, N. K., Ibrahim, M. H., & Zaida, A. N. (2023). Analisis Potensi Ekonomi Pesantren Berbasis Kewirausahaan Melalui Media Wakaf Produktif Untuk Pemberdayaan Umat Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Islamic Economic Scholar*, 4(2), 89–105. <https://doi.org/10.14421/Jies.2023.4.2.89-105>
- Anwar, D. R., Uluelang, M. L., & Amalia, R. (2024). *Perencanaan Manajemen Keuangan Berbasis Syariah Pada Koperasi*, 7(2).
- Ayu, N. (2023, November 17). Sejarah Koperasi Indonesia Sejak 1886, Ternyata Ini Pendidirnya. *Detik.Com*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/D-7041834>
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Ekonomi Dan Keuangan Syariah 2021*. <https://www.shariaknowledgecentre.id>
- Edy, S., Harahap, M. Y., & Rozaini, N. (2023). Perkembangan Koperasi Syariah Di Indonesia. *Al-Mutsila*, 5(2), 379–389. <https://doi.org/10.46870/Jstain.V5i2.742>

- Eri, S., Susanto, E. H., Iska, S., & Rahmi, Z. (2023). Analisis Problematika Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pendamping Koperasi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 399–409. [https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6\(2\).14748](https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6(2).14748)
- Eviyanti, Y. (2022). Manajemen Koperasi Syariah: Perspektif Pembangunan Literasi Ekonomi Syariah. *At-Taghyir*, 4(2), 347–362. <https://doi.org/10.24952/Taghyir.V4i2.4943>
- Falatifah, M., Karlinah, L., Sugondo, L. Y., & Caricola, S. G. (2025). Pendampingan Pencatatan Akuntansi Sederhana Pada Umkm. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 212–219. <https://doi.org/10.35311/Jmpm.V6i1.577>
- Fitriani, A., Fitri, A. A., & Suryandari, M. (2024). Implementasi Fungsi Manajemen Pada Sarana Dan Prasarana Kegiatan Dakwah Di Masjid Rahmatan Lil Alamin Ma'hadal-Zaytun Indramayu. *Journal Of Islamic Studies*, 2(2), 178-186.
- Ghani, S. R. A., Omar, R., Mat Enh, A., & Kamarudin, R. (2020). Peranan Koperasi Dalam Dakwah Ekonomi Gerakan Islam Di Malaysia Sehingga 2019. *'Abqari Journal*, 23(1), 84–110. <https://doi.org/10.33102/Abqari.Vol23no1.186>
- Hariato, M. (2025). Menkop Sebut 22 Regulasi Yang Hambat Pengembangan Koperasi. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/4643285>
- Haeri, R. (2023). Pesantren Dan Gerakan Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Modern. *Tirai Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 190–195.
- Herbel, D., Crowley, E., Haddad, N. O., & Lee, M. (2012). *Good Practices In Building Innovative Rural Institutions To Increase Food Security*. Fao.
- Hermawan, A. P., Ardiyansyah, F., & Wahyudi, R. A. S. (2024). Perkembangan Dan Tantangan Koperasi Syariah Di Indonesia. *Universitas Koperasi Indonesia*, 4(1).
- Hernowo, W. S., & Aufa, M. F. (2021). Dewan Pengawas Syariah Koperasi Syariah Dalam Bias Pengaturannya. *Number*, 16(2).
- Ishak, K., & Amalia, S. (2020). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Dan Akuntabilitas Terhadap Pengelolaan Dana Hibah. *Jas (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 4(1), 67–82. <https://doi.org/10.46367/Jas.V4i1.218>
- Kasmitasari, T. N. (2021). *Skripsi: Jurusan Manajemen Dakwah*. Uin Alauddin Makassar.
- Khotimah, S., & Layaman. (2024). Strategi Pembiayaan Syariah Dalam Mewujudkan Petani Bebas Rentenir Kspps Al-Islah Mitra Sejahtera.
- Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (Kneks). (2024). *Modul Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Pembiayaan Dan Pendanaan*.
- Lasminingrat, A., & Nalibratawati, R. (2023). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Partisipasi Santri Dan Penjualan Produk Kopontren. *Jurnal Maps*, 6(2), 77–88. <https://doi.org/10.32627/Maps.V6i2.623>
- Latifa, T., Fuad, Z., & Amanatillah, D. (2021). Analisis Persepsi Konversi Koperasi Syariah. *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 5(2), 29–38. <https://doi.org/10.22373/Ekobis.V5i2.11552>
- Ma'ruf, A., Wijayanto, A. D., & Aulia, S. L. (2023). Application Of Islamic Values Of Sharia Cooperatives In Indonesia. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 8(1), 35. <https://doi.org/10.15548/Maqdis.V8i1.374>
- Mariah, S., & Suryandari, M. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Manajemen Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah: Integrasi Dengan Kurikulum Pendidikan Kewirausahaan. *Didaktik: Jurnal Ilmiah Pgsd Stkip Subang*, 10(2), 202-212.

- Meiyanti, F., Kurniawan, A., Ichi, I., & Zainudin, M. M. B. (2023). Can Cooperatives Change The Standard Living Of Youth? *Jambura Equilibrium Journal*, 5(2), 80–87. <https://doi.org/10.37479/Jej.V5i2.20960>
- Murningsih, S., Widodo, T., Mariah, S., & Suryandari, M. (2024). Manajemen Koperasi Terpadu Dalam Pendidikan Kewirausahaan Di Usaha Kecil Dan Menengah. *Didaktik: Jurnal Ilmiah Pgsd Stkip Subang*, 10(2), 230-238.
- Nesneri, Y., & Novita, U. (2023). Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Riau. *Islamic Banking And Finance*, 6(1).
- Nopalion. (2023). *Manajemen Lembaga Amal Dakwah Rumah Muallaf Indonesia Padang* [Skripsi]. Uin Imam Bonjol Padang.
- Nurul, F., & Darmawati. (2023). Transformasi Digital: Meningkatkan Kinerja Keuangan Koperasi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 532–544. [https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6\(2\).13185](https://doi.org/10.25299/Syarikat.2023.Vol6(2).13185)
- Nurul, F., & Ardiansyah, M. Y. (2024). Pemikiran Manajemen Dakwah K.H Hasyim Asy'ari. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(2), 121–140. <https://doi.org/10.22515/Jmd.V2i2.10044>
- Pramesti, G. N. D. P. (2024). The Role Of Sharia Cooperatives In Increasing Welfare In The Digital Age. *Journal Of Sharia Micro Enterprise And Cooperation*, 1(1).
- Pratika, D. S. (2025). *Penerapan Prinsip Keadilan Dan Transparansi Dalam Transaksi Pengepulan Susu Perah Di Desa Tambang Ponorogo* [Skripsi]. Iain Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/32227>
- Ratna. (2020). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kota Palembang Di Era New Normal. *La Riba: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1).
- Redaksi Ddtc News. (2024, April 17). Begini Aturan Permodalan Koperasi Simpan Pinjam. *Ddtc News*. <https://news.ddtc.co.id>
- Risnawati, S., & Sudirman. (2023). Analisis Pengorganisasian Usaha Mikro Syariah. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3).
- Rokibullah. (2025). Sharia Cooperatives As A Means Of Community Economic Empowerment. *Journal Of Sharia Micro Enterprise And Cooperation*, 2(1).
- Salleh, S., Et Al. (2024). Shariah Governance And Audit Practices In Islamic Co-Operatives. *Corporate Law And Governance Review*, 6(3), 72–80. <https://doi.org/10.22495/Clgrv6i3p8>
- Saputri, M. N., Akbar, W., & Widagdo, H. H. (2025). Penerapan Prinsip Syariah Dalam Operasional Koperasi Sekolah Di Thailand. 14(1).
- Setiawan, Agus., & Sari, Nurul Hidayah. (2024).** Manajemen Koperasi Terpadu dalam Pendidikan Kewirausahaan di Usaha Kecil dan Menengah. *Didaktik: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 10(2), 145–156
- Sharia Knowledge Centre. (2023, Oktober 13). Koperasi Syariah: Membangun Ekonomi Berkelanjutan. *Sharia Knowledge Centre*. <https://www.shariaknowledgecentre.id>
- Suryana, A. T., Khotimah, S. N. N., & Nurjanah, W. S. (2025). Implementasi Koperasi Pondok Pesantren Sebagai Aspek Pembelajaran. *Jurnal Stit Muhammadiyah Tempurrejo-Ngawi*, 4(1).
- Syafar, M., & Ulumi, H. F. B. (2021). From Community Capital To Sustainable Rural Livelihood. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 77–104. <https://doi.org/10.14421/Jpm.2021.051-04>
- Vita, R., & Hidayat, Y. R. (2023). Analisis Manajemen Sdi Di Koperasi Syariah Majelis Taklim Al Arif Bandung. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 87–90. <https://doi.org/10.29313/Jrps.V2i2.2817>

- Waeno, M., Et Al. (2024). Pemberdayaan Dan Pengembangan Ekonomi Umat Berbasis Koperasi Syariah Masjid. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha*, 2(3).
- Wahyuni, S. (2020). *Pernyataan Keaslian Skripsi*. Uin Alauddin Makassar.
- Wildani, M., Maslahah, L., Zannah, F. J. H., Hendrawan, D. M. F., & Pratam, G. (2025). Sejarah Perkembangan Koperasi Syariah Di Indonesia. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 63–71. <https://doi.org/10.59059/Maslahah.V3i3.2411>