

Tantangan Islamic Entrepreneurship di Era Digital: Analisis Strategi Adaptasi Dalwa TV di Pesantren Darullughah Wadda'wah Pasuruan

Ahyat Halimi¹, Muhtadi Abdul Mun'im²

^{1,2}Universitas Al-Amien Prenduan

E-mail: benmuhdor021@gmail.com¹, muhtadi.am@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received June 03, 2026

Revised June 06, 2026

Accepted June 07, 2026

Keyword:

Islamic Entrepreneurship,
Digital Adaptation,
Edupreneurship, Digital
Da'wah Media, Dalwa TV,
Islamic Boarding Schools

ABSTRACT

The development of digital technology has driven significant changes in various aspects of life, including the fields of education, Islamic outreach, and Islamic entrepreneurship. This situation requires Islamic educational institutions to be able to adapt to technological developments without neglecting the Islamic values that form their foundation. This study aims to analyze the challenges of Islamic entrepreneurship in the digital era and to examine the adaptation strategies implemented by Dalwa TV as a digital da'wah media at the Darullughah Wadda'wah Islamic Boarding School in Pasuruan. The study employs a qualitative approach using a descriptive-analytical method. Data were collected through digital observation of Dalwa TV's official platform and a literature review of relevant sources. Data analysis was conducted using content analysis techniques, referencing the concepts of Islamic entrepreneurship, digital entrepreneurship, edupreneurship, and adaptation theory. The results indicate that Dalwa TV has implemented various forms of digital adaptation through the development of a website-based platform, live streaming services, the production of diverse multimedia content, digital learning, and the strengthening of a more professional media management system. These adaptations demonstrate the boarding school's efforts to respond to changes in communication patterns and media consumption among modern society. In addition to serving as a medium for da'wah, Dalwa TV also has the potential to function as a tool for edupreneurship and Islamic entrepreneurship capable of integrating educational functions, da'wah, and institutional branding. However, the development of a digital business model, monetization strategies, the enhancement of human resource competencies, and the optimization of audience management remain challenges that need to be addressed. Therefore, a more systematic and sustainable development strategy is needed so that Dalwa TV can contribute optimally to building a digital-based Islamic entrepreneurship ecosystem within the pesantren environment.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Article Info

Article history:

Received June 03, 2026

Revised June 06, 2026

Accepted June 07, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan, dakwah, dan kewirausahaan Islam. Kondisi ini menuntut lembaga pendidikan Islam untuk mampu beradaptasi dengan

Kata kunci:

Islamic Entrepreneurship,
Adaptasi Digital,
Edupreneurship, Media
Dakwah Digital, Dalwa TV,
Pesantren

perkembangan teknologi tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman yang menjadi landasannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan Islamic entrepreneurship di era digital serta mengkaji strategi adaptasi yang dilakukan Dalwa TV sebagai media dakwah digital di Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah Pasuruan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui observasi digital terhadap platform resmi Dalwa TV dan studi dokumentasi dari berbagai literatur yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik content analysis dengan mengacu pada konsep Islamic entrepreneurship, digital entrepreneurship, edupreneurship, dan teori adaptasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalwa TV telah melakukan berbagai bentuk adaptasi digital melalui pengembangan platform berbasis website, layanan live streaming, produksi konten multimedia yang beragam, pembelajaran digital, serta penguatan sistem pengelolaan media yang lebih profesional. Adaptasi tersebut menunjukkan upaya pesantren dalam merespons perubahan pola komunikasi dan konsumsi media masyarakat modern. Selain berfungsi sebagai media dakwah, Dalwa TV juga memiliki potensi sebagai instrumen edupreneurship dan Islamic entrepreneurship yang mampu mengintegrasikan fungsi pendidikan, dakwah, dan penguatan citra lembaga. Namun demikian, pengembangan model bisnis digital, strategi monetisasi, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, dan optimalisasi pengelolaan audiens masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih sistematis dan berkelanjutan agar Dalwa TV dapat berkontribusi secara optimal dalam membangun ekosistem kewirausahaan Islam berbasis digital di lingkungan pesantren.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Corresponding Author:

Ahyat Halimi
Universitas Al-Amien Prenduan
Email : benmuhdor021@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital dalam satu dekade terakhir telah mendorong perubahan mendasar dalam pola produksi, distribusi, dan konsumsi, termasuk dalam sektor pendidikan dan kewirausahaan. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi digital yang signifikan menjadikan transformasi teknologi sebagai keniscayaan yang tidak dapat dihindari oleh berbagai institusi, termasuk lembaga pendidikan Islam seperti pesantren dan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI). Dalam konteks ini, konsep *Islamic entrepreneurship* hadir sebagai pendekatan alternatif yang mengintegrasikan aktivitas bisnis dengan nilai-nilai etika Islam seperti *shidq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), dan *maslahah* (kebermanfaatan sosial) (Antonio, 2013; Hasan, 2020). Namun demikian, implementasi nilai-nilai tersebut dalam ekosistem ekonomi digital masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural.

Seiring dengan itu, muncul konsep *edupreneurship* yang menekankan integrasi antara pendidikan dan kewirausahaan sebagai upaya menciptakan sumber daya manusia yang adaptif dan inovatif (Rae, 2010). Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki potensi besar dalam mengembangkan model kewirausahaan berbasis nilai, mengingat kuatnya basis pendidikan karakter yang dimiliki. Akan tetapi, terdapat kesenjangan antara potensi tersebut dengan realitas implementasi di lapangan, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi digital sebagai instrumen pengembangan usaha (Fauzia, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital di lingkungan pesantren belum sepenuhnya terkelola secara strategis dan berkelanjutan.

Dalam konteks tersebut, kehadiran Dalwa TV di lingkungan Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah Pasuruan merupakan salah satu bentuk inovasi media dakwah digital yang memiliki potensi tidak hanya sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman, tetapi juga sebagai instrumen pengembangan *Islamic entrepreneurship*. Meskipun demikian, pemanfaatan media ini masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan strategi monetisasi digital, kurangnya profesionalisme dalam manajemen konten, serta belum optimalnya pengembangan kompetensi sumber daya manusia di bidang teknologi dan bisnis digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis tantangan *Islamic entrepreneurship* di era digital serta mengkaji strategi adaptasi yang dapat dilakukan melalui pemanfaatan media dakwah digital. Artikel ini berargumen bahwa Dalwa TV memiliki potensi strategis sebagai instrumen *edupreneurship*, namun memerlukan transformasi pengelolaan yang lebih adaptif, inovatif, dan berbasis pasar agar mampu berkontribusi secara optimal dalam ekosistem ekonomi digital kontemporer.

KAJIAN TEORI

Konsep *Islamic entrepreneurship* merupakan model kewirausahaan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran (*shidq*), tanggung jawab (*amanah*), serta orientasi pada kemaslahatan sosial (*maslahah*). Dalam konteks kontemporer, konsep ini tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan umat berbasis nilai spiritual dan etika bisnis Islam. Perkembangan literatur menunjukkan bahwa *Islamic entrepreneurship* semakin mendapat perhatian sebagai pendekatan alternatif dalam menghadapi dinamika ekonomi global, khususnya di negara dengan populasi Muslim besar seperti Indonesia (Juliyani, 2025). Namun demikian, implementasinya masih menghadapi tantangan dalam integrasi antara nilai normatif Islam dengan praktik bisnis modern yang berbasis teknologi digital.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, muncul konsep *digital entrepreneurship* yang menekankan pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana utama dalam menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha. Transformasi ini mendorong perubahan paradigma kewirausahaan dari model konvensional menuju model berbasis platform digital. Dalam perspektif Islam, transformasi digital ini harus tetap berada dalam koridor etika syariah, khususnya dalam aspek transaksi, transparansi, dan keadilan pasar. Studi menunjukkan bahwa revolusi digital telah mempengaruhi praktik *Islamic entrepreneurship*, terutama dalam konteks e-commerce, yang menuntut adanya legitimasi syariah dalam aktivitas bisnis digital (Muhammad et al., 2024).

Dalam konteks pendidikan Islam, integrasi antara pendidikan dan kewirausahaan dikenal dengan istilah *edupreneurship*. Konsep ini menekankan pentingnya lembaga pendidikan sebagai agen pembentukan kompetensi kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penelitian menunjukkan bahwa *edupreneurship* berbasis digital mampu meningkatkan keterampilan teknis, manajerial, serta kesiapan individu dalam menghadapi ekonomi digital (Nurhayati & Susanto, 2024). Selain itu, penguatan literasi digital terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan *Islamic entrepreneurship*, khususnya dalam membentuk generasi technopreneur berbasis nilai Islam (Syukron et al., 2025).

Lembaga pendidikan Islam seperti pesantren memiliki peran strategis dalam mengintegrasikan nilai keislaman dengan inovasi kewirausahaan. Dalam era disrupsi digital, pesantren tidak hanya dituntut untuk mempertahankan fungsi tradisionalnya sebagai pusat pendidikan agama, tetapi juga beradaptasi dengan pengembangan unit usaha berbasis teknologi. Penelitian menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan di pesantren memerlukan strategi adaptasi yang mencakup penguatan kompetensi digital, inovasi kurikulum, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan (Yahya et al., 2024).

Teori adaptasi menjelaskan kemampuan individu maupun organisasi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan sosial, budaya, ekonomi, maupun teknologi. Dalam konteks organisasi media digital, adaptasi dipahami sebagai proses penyesuaian strategi, struktur, serta pola kerja agar tetap relevan dan mampu bertahan di tengah perkembangan zaman. Rogers (2003) menjelaskan bahwa adaptasi berkaitan erat dengan proses difusi inovasi, yaitu bagaimana suatu lembaga menerima dan menerapkan teknologi baru sesuai kebutuhan lingkungannya. Sementara itu, Miles dan Snow (1978) menyatakan bahwa organisasi yang adaptif cenderung mampu melakukan inovasi strategi dan pengembangan operasional dalam menghadapi perubahan eksternal.

Dalam era digital, teori adaptasi menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana lembaga pendidikan Islam menghadapi transformasi teknologi informasi. Adaptasi tidak hanya mencakup penggunaan teknologi secara teknis, tetapi juga perubahan pola komunikasi, pengelolaan sumber daya manusia, pengembangan konten, serta strategi pengelolaan media berbasis digital. Oleh karena itu, teori adaptasi menjadi landasan penting dalam menganalisis strategi yang dilakukan Dalwa TV sebagai media dakwah digital di Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah Pasuruan.

Dengan demikian, keterkaitan antara *Islamic entrepreneurship*, *digital entrepreneurship*, dan *edupreneurship* menunjukkan bahwa keberhasilan lembaga pendidikan Islam dalam menghadapi era digital sangat bergantung pada kemampuan adaptasi terhadap teknologi tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman. Hal ini menjadi landasan penting dalam menganalisis peran media digital seperti Dalwa TV sebagai instrumen strategis dalam pengembangan kewirausahaan Islam di lingkungan pesantren.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis bentuk adaptasi digital yang dilakukan



Dalwa TV sebagai media dakwah berbasis pesantren dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Penelitian berfokus pada analisis isi platform Dalwa TV serta keterkaitannya dengan konsep Islamic entrepreneurship, edupreneurship, dan teori adaptasi.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi digital terhadap platform resmi Dalwa TV, khususnya pada website resmi yang memuat berbagai program, layanan, struktur media, dan konten digital pesantren. Observasi dilakukan dengan mengamati bentuk program, jenis konten, layanan digital, sistem pengelolaan media, serta aktivitas publikasi yang ditampilkan pada platform tersebut. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel akademik, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan Islamic entrepreneurship, digital entrepreneurship, edupreneurship, media dakwah digital, dan teori adaptasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital dan studi dokumentasi. Observasi digital dilakukan dengan mengamati secara langsung berbagai fitur dan konten yang tersedia pada platform Dalwa TV, seperti layanan live streaming, video edukasi, berita pesantren, program kreatif, serta sistem pengelolaan media digital. Adapun studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen, artikel, dan literatur yang berkaitan dengan topik penelitian sebagai landasan teoritis dan pendukung analisis.

Teknik analisis data menggunakan metode content analysis (analisis isi), yaitu dengan mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan bentuk-bentuk adaptasi digital yang dilakukan Dalwa TV berdasarkan teori adaptasi dan konsep Islamic entrepreneurship. Analisis dilakukan secara deskriptif-komparatif dengan membandingkan konsep adaptasi dalam teori dengan praktik adaptasi yang dilakukan Dalwa TV dalam pengelolaan media dakwah digital. Dengan pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan analisis yang lebih kontekstual, sistematis, dan sesuai dengan realitas perkembangan media digital di lingkungan pesantren.

PEMBAHASAN

Perkembangan Islamic entrepreneurship dalam konteks lembaga pendidikan Islam tidak dapat dilepaskan dari dinamika transformasi digital yang semakin masif. Dalam kerangka ini, keterkaitan antara Islamic entrepreneurship, digital entrepreneurship, edupreneurship, dan teori adaptasi menjadi semakin relevan untuk dipahami secara integratif. Islamic entrepreneurship memberikan fondasi normatif berupa nilai-nilai etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan orientasi pada kemaslahatan, sementara digital entrepreneurship menghadirkan peluang melalui pemanfaatan teknologi sebagai medium utama dalam aktivitas ekonomi. Di sisi lain, edupreneurship berfungsi sebagai jembatan yang mengintegrasikan nilai dan praktik kewirausahaan ke dalam sistem pendidikan. Adapun teori adaptasi menekankan pentingnya kemampuan lembaga dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan sosial dan teknologi agar tetap relevan dan berkelanjutan. Dengan demikian, keempat konsep tersebut membentuk suatu kerangka yang saling melengkapi dalam mendorong transformasi lembaga pendidikan Islam menuju ekosistem kewirausahaan berbasis digital (Nambisan, 2017). Dalam konteks tersebut, keberadaan Dalwa TV di lingkungan Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah Pasuruan menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi melalui media dakwah digital. Media ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran nilai-



nilai keislaman, tetapi juga memiliki potensi strategis sebagai instrumen pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Berbeda dengan media dakwah konvensional, Dalwa TV telah berkembang menjadi platform digital yang menyediakan layanan live streaming, video on demand, berita pesantren, program pendidikan Islam, hingga berbagai konten kreatif berbasis multimedia. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan pola dakwah dari sistem tradisional menuju sistem digital yang lebih terbuka, fleksibel, dan mudah diakses masyarakat luas.

Sebagai media dakwah digital berbasis pesantren, Dalwa TV menunjukkan beberapa bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi media masyarakat. Pertama, adaptasi dilakukan pada pola komunikasi dakwah melalui pengembangan platform berbasis website yang memungkinkan masyarakat mengakses konten dakwah secara daring kapan saja dan di mana saja. Adaptasi ini memperlihatkan perubahan metode penyampaian dakwah dari yang sebelumnya bersifat lokal dan terbatas menjadi lebih luas dan terintegrasi secara digital.

Kedua, adaptasi terlihat pada pengembangan bentuk dan variasi konten. Dalwa TV tidak hanya menampilkan ceramah keagamaan, tetapi juga menghadirkan berbagai program seperti kajian Islam, podcast, dokumentasi kegiatan pesantren, berita Islami, hiburan edukatif, hingga program kreatif seperti *Santri Kepo*, *Goresan Kaligrafi*, *Kuliner Nusantara*, dan *Propeth Story*. Variasi tersebut menunjukkan adanya penyesuaian terhadap karakteristik audiens digital yang lebih menyukai konten audio-visual yang komunikatif, variatif, dan menarik secara visual.

Ketiga, adaptasi dilakukan dalam bidang pendidikan digital melalui penyediaan layanan pembelajaran daring berbasis video edukasi dan kajian keislaman. Dalam platformnya, Dalwa TV menyediakan sistem pembelajaran digital, grup kajian, serta layanan berlangganan konten edukasi Islami. Hal ini menunjukkan bahwa media dakwah telah berkembang tidak hanya sebagai sarana komunikasi agama, tetapi juga sebagai instrumen edupreneurship yang mengintegrasikan pendidikan, teknologi, dan kewirausahaan dalam satu platform digital.

Keempat, adaptasi juga terlihat dalam sistem pengelolaan kelembagaan media. Dalwa TV telah memiliki struktur organisasi yang lebih profesional dengan pembagian tugas yang jelas, mulai dari direktur utama, manajer operasional, divisi media sosial, hingga pengembangan sumber daya manusia. Struktur ini menunjukkan adanya transformasi dari media dakwah sederhana menuju lembaga media digital yang dikelola secara lebih sistematis dan modern.

Kelima, Dalwa TV melakukan adaptasi terhadap kebutuhan branding dan komunikasi publik pesantren melalui publikasi berita dan dokumentasi kegiatan pondok secara berkala. Berbagai kegiatan santri, acara pesantren, pendidikan, dan aktivitas sosial dipublikasikan melalui platform digital sehingga memperluas eksistensi pesantren di ruang publik modern. Strategi ini menunjukkan bahwa pesantren mulai memanfaatkan media digital sebagai instrumen penguatan citra lembaga sekaligus sarana komunikasi publik yang efektif.

Jika dianalisis menggunakan teori adaptasi, langkah-langkah yang dilakukan Dalwa TV menunjukkan adanya proses penyesuaian organisasi terhadap perubahan lingkungan digital. Dalam perspektif Rogers (2003), adaptasi Dalwa TV terlihat melalui penerapan inovasi digital berupa platform media berbasis website yang mengintegrasikan layanan streaming, pendidikan digital, berita, dan konten multimedia dalam satu sistem media terpadu. Langkah ini



menunjukkan proses difusi inovasi yang dilakukan pesantren untuk mempertahankan relevansi dakwah di era digital.

Sementara itu, berdasarkan teori adaptasi organisasi Miles dan Snow (1978), Dalwa TV dapat dikategorikan sebagai organisasi yang mulai mengembangkan strategi adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal. Hal ini terlihat dari diversifikasi konten, pengembangan media digital, serta penyesuaian metode komunikasi dakwah agar sesuai dengan karakteristik masyarakat modern. Adaptasi yang dilakukan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup perubahan sistem pengelolaan media, pengembangan sumber daya manusia, dan penguatan strategi komunikasi digital.

Namun demikian, jika dibandingkan dengan konsep adaptasi ideal dalam teori, pengembangan Dalwa TV masih menghadapi beberapa keterbatasan. Adaptasi yang dilakukan masih lebih dominan pada aspek dakwah dan penyebaran informasi, sementara pengembangan Islamic entrepreneurship berbasis media digital belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari belum maksimalnya pengembangan monetisasi digital, strategi bisnis media, serta optimalisasi pasar digital yang berkelanjutan. Selain itu, penguatan kompetensi digital sumber daya manusia dan pengembangan analisis audiens juga masih menjadi tantangan dalam menghadapi kompetisi media digital yang semakin kompleks.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, strategi adaptasi yang dilakukan perlu bersifat lebih sistematis dan berkelanjutan. Penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan media digital, pengembangan model bisnis berbasis platform, optimalisasi branding digital, serta kolaborasi dengan berbagai pihak menjadi langkah penting dalam memperkuat ekosistem Islamic entrepreneurship di lingkungan pesantren. Dengan demikian, Dalwa TV memiliki potensi besar sebagai instrumen edupreneurship berbasis media digital yang tidak hanya memperkuat fungsi dakwah, tetapi juga mampu mendorong kemandirian ekonomi pesantren di era digital.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya perubahan besar dalam pola dakwah, pendidikan, dan kewirausahaan di lingkungan lembaga pendidikan Islam. Dalam konteks ini, Islamic entrepreneurship tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas ekonomi berbasis syariah, tetapi juga sebagai strategi pemberdayaan lembaga yang memanfaatkan teknologi digital tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman. Berdasarkan hasil analisis, Dalwa TV di Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah Pasuruan menunjukkan adanya proses adaptasi digital melalui pengembangan media dakwah berbasis website, penyediaan layanan live streaming, produksi konten multimedia, pengembangan pembelajaran digital, serta penguatan sistem pengelolaan media yang lebih profesional. Bentuk-bentuk adaptasi tersebut menunjukkan bahwa pesantren mulai bergerak dari model dakwah tradisional menuju sistem komunikasi dan pendidikan berbasis digital yang lebih terbuka dan fleksibel.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa Dalwa TV memiliki potensi strategis sebagai instrumen edupreneurship dan Islamic entrepreneurship di era digital karena mampu mengintegrasikan fungsi dakwah, pendidikan, branding lembaga, dan media komunikasi publik dalam satu platform digital. Jika dianalisis menggunakan teori adaptasi, langkahlangkah yang dilakukan Dalwa TV mencerminkan upaya penyesuaian organisasi terhadap perubahan

lingkungan teknologi dan pola konsumsi media masyarakat modern. Namun demikian, adaptasi yang dilakukan masih menghadapi beberapa tantangan, terutama pada aspek pengembangan model bisnis digital, monetisasi media, penguatan kompetensi sumber daya manusia, serta optimalisasi strategi pengelolaan audiens digital.

Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih sistematis melalui peningkatan literasi dan keterampilan digital, penguatan manajemen media profesional, pengembangan inovasi konten, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk membangun ekosistem media pesantren yang berkelanjutan. Dengan demikian, Dalwa TV tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah digital, tetapi juga berpotensi menjadi sarana penguatan kemandirian ekonomi pesantren serta model adaptasi lembaga pendidikan Islam dalam menghadapi transformasi digital kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2013). *Islamic entrepreneurship: Membangun bisnis dengan nilai-nilai syariah*. Tazkia Publishing.
- Fauzia, I. Y. (2018). *Etika bisnis dalam Islam: Teori dan praktik*. Kencana.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51. <https://doi.org/10.22215/timreview/1076>
- Hasan, Z. (2020). Islamic entrepreneurship: Concept and its application in modern business. *International Journal of Business and Society*, 21(1), 1–12.
- Juliyani, E. (2025). Islamic entrepreneurship in the digital age: Opportunities and challenges. *Journal of Islamic Economics Studies*, 10(1), 45–60.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, structure, and process*. McGraw-Hill.
- Muhammad, R., Ahmad, N., & Karim, S. (2024). Digital transformation in Islamic entrepreneurship: E-commerce and sharia compliance. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 300–315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2022-0321>
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nurhayati, S., & Susanto, H. (2024). Edupreneurship berbasis digital dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 75–90.
- Rae, D. (2010). Universities and enterprise education: Responding to the challenges of the new era. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 591–606. <https://doi.org/10.1108/14626001011088741>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Syukron, A., Maulana, F., & Hidayat, T. (2025). Digital literacy and Islamic technopreneurship: Strengthening youth competitiveness. *Journal of Islamic Education and Technology*, 9(1), 22–38.
- Yahya, M., Rahman, A., & Sari, D. (2024). Pengembangan kewirausahaan pesantren di era digital: Strategi dan tantangan. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 14(2), 120–135.