

Program Sertifikasi Dai di Era Digitalisasi Dakwah: Studi Komparatif Model Tata Kelola Keagamaan MUI dan JAKIM

Nurfadlila Amalina¹, Muhamad Zen², Fatmawati³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

nurfadlila.amalina25@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Tujuan. Penelitian ini menganalisis program sertifikasi dai yang dilaksanakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dalam konteks penguatan ekonomi umat di era digitalisasi dakwah. Fokus kajian mencakup: (1) strategi pemasaran dan komunikasi program sertifikasi, (2) mekanisme pembentukan legitimasi dai di ruang digital, serta (3) dampak potensial sertifikasi terhadap literasi dan inklusi ekonomi syariah masyarakat Muslim.

Desain/Methodologi/Pendekatan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Data dikumpulkan dari artikel ilmiah terindeks Scopus, SINTA, dan Web of Science, dokumen resmi MUI dan JAKIM, laporan Bank Indonesia, Badan Wakaf Indonesia (BWI), serta World Bank. Analisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014).

Temuan. Sertifikasi dai berperan sebagai mekanisme institusional untuk membangun legitimasi keagamaan di tengah fragmentasi otoritas dakwah digital. MUI menggunakan pemasaran sosial berbasis media digital yang interaktif dan berorientasi pemberdayaan, sementara JAKIM menerapkan sistem tauliah berbasis regulasi negara dengan penekanan pada verifikasi dan transparansi publik melalui portal e-Tauliah. Kedua lembaga menunjukkan integrasi bertahap antara sertifikasi dan penguatan ekonomi umat melalui literasi syariah, pengembangan ekosistem halal, dan pemberdayaan UMKM Muslim.

Originalitas. Penelitian ini menghadirkan model konseptual komparatif lintas negara (Indonesia–Malaysia) yang menghubungkan program sertifikasi dai, strategi pemasaran digital, legitimasi sosial-keagamaan, dan penguatan ekonomi umat dalam satu kerangka analisis terpadu.

Kata Kunci: *sertifikasi dai, digitalisasi dakwah, strategi pemasaran, ekonomi umat, MUI, JAKIM*

Abstract

Purpose. This study analyzes the dai (Islamic preacher) certification program implemented by the Indonesian Ulama Council (MUI) and the Department of Islamic Development Malaysia (JAKIM) in the context of strengthening the Muslim economic community (ekonomi umat) in the era of digital da'wah. The study focuses on: (1) marketing and communication strategies of the certification program, (2) mechanisms for constructing dai legitimacy in the digital space, and (3) the potential impact of certification on Islamic economic literacy and financial inclusion of Muslim communities.

Design/Methodology/Approach. The study employs a qualitative approach using library research methodology. Data were collected from Scopus-, SINTA-, and Web of Science-indexed academic articles, official documents of MUI and JAKIM, reports from Bank Indonesia, the Indonesian Waqf Board (BWI), and the World Bank. Data analysis followed the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana (2014).

Findings. Dai certification functions as an institutional mechanism to rebuild religious legitimacy amid the fragmentation of digital da'wah authority. MUI adopts an interactive, empowerment-oriented social marketing approach through digital media platforms, while JAKIM implements a state-regulatory tauliah (preacher license) system that emphasizes public verification and transparency through the e-Tauliah portal. Both institutions demonstrate incremental integration between certification and the strengthening of the Muslim economy through Islamic economic literacy, halal ecosystem development, and Muslim SME empowerment.

Originality. This study offers a cross-national comparative conceptual model (Indonesia–Malaysia) that integrates dai certification programs, digital marketing strategies, socio-religious legitimacy, and Muslim economic empowerment within a unified analytical framework.

Keywords: *dai certification, digital da'wah, marketing strategy, Muslim economic empowerment, MUI, JAKIM*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap dakwah Islam secara global secara fundamental. Penyebaran pesan keagamaan beralih dari ruang konvensional ke platform berbasis media sosial, streaming video, podcast, dan kecerdasan buatan (Alvi et al., 2026; Rohman & Al-Athiriyah, 2025). Fenomena ini melahirkan bentuk dakwah baru yang lebih cepat dan terbuka, namun juga membawa tantangan serius terkait kontrol kualitas dan otentisitas pesan keagamaan.

Transformasi otoritas keagamaan di era digital ditandai oleh proses delokalisasi otoritas, yakni pergeseran dari pusat-pusat keagamaan klasik menuju ruang digital transnasional yang lebih terbuka. Berbagai aktor non-institusional seperti ustaz milenial, penceramah mikro-selebriti, dan influencer Muslim beroperasi tanpa kontrol ulama tradisional (Zaid et al., 2022). Studi Zaid et al. (2022) menegaskan bahwa influencer media sosial Muslim berpotensi menggantikan otoritas keagamaan formal melalui konten yang relevan bagi generasi muda. Realitas ini menciptakan kebutuhan mendesak bagi institusi keagamaan formal untuk merumuskan respons sistematis guna menjaga mutu dan akuntabilitas dakwah publik.

Di Indonesia, akselerasi penetrasi internet dan dominasi media sosial memicu transformasi besar dalam ekosistem dakwah digital. Para dai bermetamorfosis menjadi kreator konten yang memproduksi beragam pesan melalui YouTube, TikTok, Instagram, dan Facebook (Maharani et al., 2025). Namun, fenomena ini juga menghasilkan risiko penyebaran konten keagamaan tanpa landasan ilmiah yang valid, kemunculan penceramah instan yang populer semata karena algoritma, serta pemanfaatan platform untuk disinformasi dan ujaran kebencian (Rohman & Al-Athiriyah, 2025). Sebagai respons, Majelis Ulama Indonesia (MUI) merancang program standardisasi dan sertifikasi dai dengan orientasi peningkatan profesionalisme dan kemahiran komunikasi digital (Ahwani & Hasiolan, 2025). Puncaknya tercermin dalam Wisuda Akbar Standardisasi Dai 2025, di mana MUI bersama Bank Indonesia mewisuda 4.000 dai sebagai bagian dari upaya mendorong literasi ekonomi syariah masyarakat (MUI & Bank Indonesia, 2025).

Di sisi lain, Malaysia melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) telah lama menerapkan regulasi tauliah, yakni lisensi wajib bagi penceramah, yang terintegrasi secara hukum dengan kebijakan negara. Sistem ini mencakup penyaringan, peninjauan, pengawasan, hingga pembaruan izin secara berkala, bahkan mekanisme pencabutan tauliah jika penceramah menyebarkan konten menyesatkan atau mengancam keamanan nasional (Castrawijaya & Rahmat, 2025; Dimon et al., 2022). Malaysia juga telah meluncurkan sistem sertifikasi halal digital sepenuhnya pada Mei 2025 sebagai bagian dari upaya memperkuat ekosistem halal yang ditargetkan berkontribusi 8,1% terhadap PDB pada tahun 2025 (JAKIM, 2025; World Bank/Kementerian Kewangan Malaysia, 2022).

Meskipun diskursus tentang dakwah digital dan sertifikasi pendakwah terus berkembang, mayoritas studi terdahulu membatasi bahasannya pada efektivitas media daring atau aspek birokratis sertifikasi semata, tanpa secara komprehensif mengkaji keterkaitan antara strategi pemasaran sertifikasi, pembentukan legitimasi digital, dan dampaknya terhadap penguatan ekonomi umat. Studi komparatif yang membandingkan model MUI dengan JAKIM dalam kerangka terpadu masih sangat terbatas. Celah ilmiah ini yang menjadi urgensi penelitian ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan mengkaji program sertifikasi dai sebagai instrumen strategis penguatan ekonomi umat di era digitalisasi dakwah melalui studi komparatif MUI dan JAKIM. Tabel 1 menyajikan posisi penelitian ini dibandingkan dengan studi-studi terdahulu.

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian Ini

No.	Peneliti (Tahun)	Fokus Kajian	Keterbatasan	Kebaruan Penelitian Ini
1	Nawaffani (2023)	Perbandingan dakwah digital vs konvensional	Tidak membahas sertifikasi dan ekonomi umat	Mengintegrasikan sertifikasi, pemasaran, dan ekonomi umat
2	Hasanah & Tawang (2022)	Kebijakan standarisasi dai di Indonesia	Hanya fokus aspek regulasi, tidak komparatif	Studi komparatif lintas negara (MUI–JAKIM)
3	Castrawijaya & Rahmat (2025)	Model sertifikasi pendakwah Indonesia dan Malaysia	Belum membahas digitalisasi pemasaran dan literasi ekonomi	Menambahkan dimensi strategi pemasaran digital dan pemberdayaan ekonomi
4	Zaid et al. (2022)	Influencer media sosial dan otoritas keagamaan Islam digital	Tidak membahas sertifikasi formal oleh lembaga	Mengkaji sertifikasi institusional sebagai respons terhadap fragmentasi otoritas digital

Literature Review

Konsep Sertifikasi Dai dan Otoritas Keagamaan

Sertifikasi dai merupakan proses pemberian pengakuan formal terhadap kompetensi seseorang dalam menyampaikan pesan keagamaan. Sertifikasi berfungsi sebagai alat verifikasi keilmuan sekaligus mekanisme institusional untuk membangun kepercayaan publik (Syatar & Firdayanti, 2022). Teori konstruksi sosial Berger & Luckmann (1966) menjelaskan bahwa legitimasi sosial dibangun melalui proses institusionalisasi, di mana suatu lembaga memperoleh otoritas karena berhasil menciptakan sistem makna yang diterima secara kolektif. Dengan demikian, sertifikasi dapat dipahami sebagai bentuk institusionalisasi kompetensi keagamaan yang mengubah pengakuan personal menjadi pengakuan sosial yang dilegitimasi oleh lembaga berotoritas (Rifai, 2020).

Dalam konteks digitalisasi, otoritas keagamaan mengalami fragmentasi karena munculnya aktor-aktor baru di media sosial yang mendapat legitimasi berbasis popularitas, bukan kedalaman ilmu (Yuliani, 2026). Studi Andok (2024) menunjukkan bahwa dampak media digital terhadap otoritas keagamaan bersifat tidak seragam: dalam beberapa kasus melemahkan otoritas gerejawi/institusional, namun dalam kasus lain justru memperkuatnya. Temuan ini memperkuat urgensi sertifikasi sebagai instrumen restitusi otoritas institusional di ruang digital.

Digitalisasi Dakwah dan Transformasi Peran Dai

Digitalisasi dakwah mengacu pada pemanfaatan teknologi digital untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Pabbajah & Pabbajah (2024) dan Choirin et al. (2024) menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi medan utama dakwah kontemporer. Transformasi ini menuntut dai untuk tidak hanya menguasai ilmu agama, tetapi juga literasi digital dan kemampuan berkomunikasi secara efektif di ruang virtual (Iswadi, 2024).

Dalam kajian global, Zaid et al. (2022) mengidentifikasi generasi baru influencer Muslim di dunia digital yang berpendidikan tinggi, mahir bercerita secara audio-visual, dan mampu mendefinisikan ulang praktik keislaman di kalangan milenial. Fenomena ini di satu sisi memperluas jangkauan dakwah, namun di sisi lain mengancam otoritas ulama tradisional jika tidak diiringi sistem validasi kompetensi yang kuat.

Strategi Pemasaran Sosial dalam Program Keagamaan

Dalam konteks program sertifikasi dai, pemasaran sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi program, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kompetensi, kredibilitas, dan akuntabilitas pendakwah. Melalui pendekatan ini, lembaga keagamaan berupaya membentuk persepsi publik

bahwa kualitas dakwah tidak hanya ditentukan oleh popularitas personal, tetapi juga oleh kapasitas keilmuan dan pengakuan kelembagaan. Transformasi dakwah digital mendorong lembaga keagamaan memanfaatkan media sosial, webinar, dan berbagai platform daring sebagai sarana komunikasi yang lebih interaktif dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas (Choirin et al., 2024; Iswadi, 2024).

Di Malaysia, JAKIM mengembangkan sistem e-Tauliah yang berfungsi sebagai sarana verifikasi publik sekaligus instrumen pemasaran layanan keagamaan (Haramain et al., 2025). Pada Mei 2025, JAKIM meluncurkan sistem sertifikasi halal digital penuh yang mentransformasi proses manual menjadi berbasis teknologi, mencerminkan komitmen terhadap modernisasi tata kelola keagamaan

Tata Kelola Pendakwah: Model MUI dan JAKIM

Perbandingan antara MUI dan JAKIM mencerminkan perbedaan mendasar dalam struktur tata kelola agama di Indonesia dan Malaysia. Indonesia menganut model *society-centered religious governance* di mana MUI berperan sebagai lembaga non-struktural yang bekerja secara kolaboratif dengan ormas Islam dan pemerintah (Nizar & Ahmad, 2025). Sertifikasi dai bersifat sukarela dan berorientasi pada peningkatan kapasitas (Ahwani & Hasiolan, 2025). Sebaliknya, Malaysia menerapkan *state-centered religious governance* melalui JAKIM dengan sistem tauliah yang mengikat secara hukum berdasarkan Enakmen Pentadbiran Agama Islam masing-masing negeri (Castrawijaya & Rahmat, 2025; Dimon et al., 2022).

Sertifikasi Dai dan Penguatan Ekonomi Umat

Pembangunan ekonomi Islam tidak hanya mengejar pertumbuhan, tetapi juga keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat (Chapra, 2000). Dalam konteks Indonesia, program MUI mulai mengintegrasikan literasi ekonomi syariah, meliputi perbankan syariah, zakat, wakaf, dan halal lifestyle, ke dalam kurikulum pelatihan dai, sebagaimana tercermin dalam kolaborasi MUI dengan Bank Indonesia, BSI, BWI, dan BPKH (MUI & Bank Indonesia, 2025; BWI & MUI, 2025).

Di Malaysia, kontribusi dakwah terhadap ekonomi umat diwujudkan melalui penguatan ekosistem halal nasional. Data World Bank (2022) mencatat bahwa industri halal berkontribusi 7,5% terhadap PDB Malaysia (2020), dengan target 8,1% pada tahun 2025 sesuai Rancangan Malaysia ke-12. Kepercayaan pasar internasional terhadap integritas sistem JAKIM mendorong ekspor produk halal Malaysia yang tercatat senilai RM59 miliar pada 2022. JAKIM kini mengakui 85 Badan Sertifikasi Halal Asing dari 47 negara (Digital Investment Office Malaysia, 2025).

Berdasarkan kajian literatur di atas, penelitian ini membangun kerangka konseptual yang mengintegrasikan tiga teori utama: (1) teori konstruksi sosial Berger & Luckmann (2011) untuk menjelaskan pembentukan legitimasi keagamaan; (2) teori pemasaran sosial Kotler & Zaltman (1971) untuk menganalisis strategi komunikasi sertifikasi; dan (3) konsep pembangunan ekonomi Islam Chapra (2000) untuk menilai kontribusi sertifikasi terhadap inklusi ekonomi syariah.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena objek penelitian berupa kebijakan, program, strategi kelembagaan, dan praktik dakwah digital yang telah terdokumentasi dalam sumber ilmiah maupun dokumen resmi (Creswell & Poth, 2018; Snyder, 2019).

Sumber data terdiri atas: (1) data primer berupa artikel ilmiah terindeks SINTA, Scopus, dan Web of Science tentang dakwah digital, otoritas keagamaan, pemasaran sosial, sertifikasi pendakwah, dan ekonomi syariah yang diterbitkan pada rentang 2021–2026; (2) data sekunder berupa dokumen resmi MUI (Standardisasi Dai Nasional, Wisuda Akbar 2025), dokumen JAKIM (sistem tauliah, e-Tauliah, sistem sertifikasi halal digital), laporan Bank Indonesia, BWI, World Bank, serta SGIE Report 2024/25. Penelusuran literatur dilakukan melalui Google Scholar, Scopus, Crossref, Dimensions, DOAJ, dan Garuda dengan kata kunci: sertifikasi dai, dakwah digital, religious authority, social marketing, Islamic economic empowerment, MUI, JAKIM.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang terdiri atas tiga alur: (1) kondensasi data, yakni proses seleksi, fokus, dan abstraksi data dengan pengkodean tematik; (2) penyajian data dalam bentuk narasi analitis per tema, tabel komparatif,

dan model konseptual; serta (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi melalui triangulasi sumber. Penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis: tidak menyertakan wawancara langsung, bergantung pada dokumen publik, tidak menyertakan data kuantitatif kausal, dan cakupan waktu terbatas (2021–2026). Temuan bersifat eksploratif-konseptual.

Hasil

Transformasi Otoritas Dakwah dan Munculnya Kebutuhan Sertifikasi Dai

Fragmentasi otoritas dakwah akibat digitalisasi menjadi pendorong utama lahirnya program sertifikasi di kedua negara. Kajian Transformation of Islamic Religious Authority yang menggunakan metode etnografi digital pada tujuh figur otoritatif di ruang dakwah digital Indonesia dan global mengidentifikasi pola delokalisasi otoritas: sumber legitimasi bergeser dari institusi formal ke ruang digital transnasional (Haramain et al., 2025; Muhyi et al., 2023). Figur-figur baru seperti penceramah diaspora, cyber-preachers, dan influencer Muslim mendapat legitimasi melalui media sosial dan platform streaming tanpa kontrol ulama tradisional (Hannan & Mursyidi, 2023).

Di Indonesia, kondisi ini direspons MUI dengan merancang program standardisasi dan sertifikasi kompetensi yang bersifat sukarela namun terstruktur. Di Malaysia, JAKIM merespons dengan memperketat sistem tauliah yang telah ada, termasuk pemberlakuan Tauliah Khas untuk penceramah asing 14 hari sebelum ceramah. Tabel 2 merangkum perbedaan karakter respons kedua lembaga (lihat Tabel 2).

Tabel 2. Perbandingan Transformasi Otoritas Dakwah di MUI dan JAKIM

Aspek	Indonesia (MUI)	Malaysia (JAKIM)
Penyebab utama fragmentasi	Popularitas digital, jumlah follower, algoritma media sosial	Sama; diperparah masuknya penceramah asing tanpa tauliah
Respons kelembagaan	Standardisasi & sertifikasi kompetensi (bersifat sukarela)	Sistem tauliah berbasis regulasi negara (bersifat wajib)
Sifat legitimasi	Moral, sosial, dan profesional	Legal-formal dan administratif
Basis pengawasan	Pembinaan dan peningkatan kapasitas	Monitoring, evaluasi, dan pencabutan izin
Model tata kelola	Society-centered religious governance	State-centered religious governance
Landasan teoretis	Konstruksi sosial	Sama

B. Strategi Pemasaran Program Sertifikasi Dai

Dua strategi pemasaran yang berbeda secara orientasi. Berdasarkan analisis konten digital terhadap akun media sosial resmi MUI dan portal e-Tauliah JAKIM (Januari–Maret 2026), ditemukan perbedaan signifikan. MUI mengadopsi pendekatan pemasaran sosial yang aktif dan interaktif melalui pemanfaatan berbagai platform digital, seperti Instagram, YouTube, webinar, dan jejaring organisasi Islam. Konten yang disampaikan tidak hanya berupa informasi program sertifikasi, tetapi juga materi edukatif mengenai kompetensi pendakwah, dokumentasi kegiatan pelatihan, serta testimoni peserta. Pemanfaatan media digital tersebut menunjukkan upaya MUI untuk memperluas jangkauan sosialisasi program sekaligus membangun keterlibatan masyarakat dalam proses standardisasi dai. Salah satu bentuk implementasinya adalah penyelenggaraan Wisuda Akbar Standardisasi Dai yang melibatkan ribuan peserta melalui kolaborasi dengan Bank Indonesia (MUI & Bank Indonesia, 2025).

JAKIM mengedepankan sistem informasi dan administrasi keagamaan melalui portal e-Tauliah. Portal menyediakan fitur pencarian status tauliah berdasarkan nama atau nomor identitas penceramah, daftar penceramah yang tauliahnya dicabut, dan prosedur pengurusan lisensi. Pendekatan ini bersifat one-way information dengan orientasi verifikasi publik dan transparansi administratif. Berbeda dengan pendekatan MUI yang memanfaatkan media sosial sebagai instrumen sosialisasi dan penguatan kapasitas dai, JAKIM mengintegrasikan digitalisasi ke dalam mekanisme tata kelola melalui sistem e-Tauliah. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai basis data penceramah yang memiliki izin mengajar agama, tetapi juga menjadi instrumen verifikasi publik yang memperkuat akuntabilitas dan transparansi otoritas keagamaan. Dengan demikian, digitalisasi dalam konteks JAKIM diarahkan untuk memperkuat fungsi regulasi dan pengawasan,

bukan semata-mata memperluas jangkauan komunikasi dakwah (Castrawijaya & Rahmat, 2025; Dimon et al., 2022; Haramain et al., 2025)

Tabel 3. Perbandingan Strategi Pemasaran Sertifikasi Dai MUI dan JAKIM

Indikator	MUI (Indonesia)	JAKIM (Malaysia)
Platform utama	Instagram, YouTube, Facebook, webinar	Portal web e-Tauliah, situs resmi JAKIM
Jenis konten	Edukatif-promosi: flyer, video testimoni, infografis	Informatif-administratif: prosedur, daftar penceramah, pengumuman
Interaksi publik	Tinggi (komentar, suka, bagikan); ~4 unggahan/bulan	Rendah – one-way information
Tujuan utama	Membangun kesadaran dan partisipasi	Menyediakan verifikasi, legitimasi, dan transparansi
Peluncuran digital terbaru	Wisuda Akbar 4.000 dai	Sistem sertifikasi halal digital penuh

Digitalisasi Tata Kelola dan Pengawasan Dai

Digitalisasi tata kelola dakwah berkembang melalui pendekatan yang berbeda di Indonesia dan Malaysia. Di Malaysia, digitalisasi diarahkan untuk memperkuat fungsi regulasi dan pengawasan melalui sistem e-Tauliah yang memungkinkan proses verifikasi, pembaruan data, dan pengendalian aktivitas penceramah dilakukan secara lebih sistematis. Sistem tersebut menjadi bagian dari mekanisme tata kelola keagamaan yang didukung oleh perangkat hukum negara, termasuk berbagai regulasi mengenai pemberian dan pengelolaan tauliah bagi pendakwah (Dimon et al., 2022; Castrawijaya & Rahmat, 2025). Temuan ini sejalan dengan Dimon et al. (2022) yang menunjukkan bahwa sistem tauliah di Malaysia tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pemberian izin mengajar agama, tetapi juga sebagai instrumen pengawasan dan pengendalian kualitas dakwah yang dijalankan oleh otoritas keagamaan negeri.

Sebaliknya, digitalisasi tata kelola dakwah di Indonesia lebih berorientasi pada penguatan kapasitas dan peningkatan kompetensi pendakwah. Program sertifikasi dan pelatihan yang diselenggarakan MUI diarahkan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, literasi digital, serta pemahaman terhadap isu-isu kontemporer yang berkembang di masyarakat (Ahwani & Hasiolan, 2025). Pendekatan ini memberikan ruang yang lebih luas bagi adaptasi lokal dan inovasi dakwah, meskipun pada saat yang sama menghadapi tantangan berupa keragaman implementasi dan standar kompetensi di berbagai wilayah.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi tidak menghasilkan pola tata kelola yang seragam. Dalam konteks Malaysia, teknologi dimanfaatkan untuk memperkuat fungsi regulasi dan pengawasan institusional, sedangkan di Indonesia digitalisasi lebih diarahkan sebagai sarana pemberdayaan dan peningkatan kapasitas sumber daya dakwah. Perbedaan orientasi tersebut mencerminkan karakter hubungan agama dan negara yang berbeda di kedua negara serta memengaruhi cara masing-masing lembaga membangun legitimasi keagamaan di ruang digital.

Sertifikasi Dai dan Literasi Ekonomi Syariah

Kontribusi utama program sertifikasi dai terhadap penguatan ekonomi umat lebih banyak berlangsung melalui jalur edukasi dan literasi ekonomi syariah daripada melalui dampak ekonomi yang dapat diukur secara langsung. Dalam konteks ini, sertifikasi tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme standarisasi kompetensi dakwah, tetapi juga sebagai sarana peningkatan kapasitas pendakwah untuk menyampaikan berbagai isu kontemporer yang relevan dengan kebutuhan masyarakat Muslim.

Sejumlah program penguatan kapasitas yang diselenggarakan oleh MUI mulai memasukkan materi mengenai ekonomi syariah, pengelolaan zakat, wakaf, serta pengembangan ekosistem halal sebagai bagian dari pengayaan kompetensi dai. Kolaborasi antara MUI dan berbagai lembaga ekonomi syariah menunjukkan adanya upaya untuk memperluas peran pendakwah tidak hanya sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai agen edukasi yang dapat menjembatani pemahaman masyarakat terhadap instrumen-instrumen ekonomi Islam (Ahwani & Hasiolan, 2025).

Dalam konteks Malaysia, keterkaitan antara aktivitas dakwah dan pembangunan ekonomi umat terlihat melalui penguatan ekosistem halal nasional yang didukung oleh tata kelola

kelembagaan yang relatif terintegrasi. Meskipun sistem tauliah JAKIM tidak secara langsung dirancang sebagai instrumen pembangunan ekonomi, keberadaan otoritas keagamaan yang kredibel berkontribusi terhadap terbentuknya kepercayaan publik yang menjadi salah satu fondasi penting dalam pengembangan industri halal dan berbagai aktivitas ekonomi berbasis syariah.

Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara sertifikasi dai dan penguatan ekonomi umat masih bersifat tidak langsung. Berbagai indikator makro seperti pertumbuhan industri halal, peningkatan literasi keuangan syariah, maupun perkembangan ekonomi Islam nasional tidak dapat diatribusikan secara langsung kepada keberadaan program sertifikasi dai. Oleh karena itu, kontribusi sertifikasi lebih tepat dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan legitimasi dan peningkatan kapasitas pendakwah yang berpotensi mendukung berkembangnya literasi ekonomi syariah di masyarakat.

Temuan ini mengindikasikan bahwa sertifikasi dai memiliki fungsi strategis sebagai instrumen penguatan sumber daya dakwah yang dapat memperluas peran edukatif pendakwah dalam bidang ekonomi syariah. Akan tetapi, diperlukan penelitian lanjutan dengan pendekatan empiris untuk menguji sejauh mana peningkatan kapasitas tersebut benar-benar berpengaruh terhadap perubahan perilaku ekonomi masyarakat Muslim.

Diskusi

Sertifikasi sebagai Mekanisme Rekonstruksi Legitimasi di Era Digital

Temuan penelitian ini mengonfirmasi perspektif konstruksi sosial Berger & Luckmann (2011) bahwa legitimasi keagamaan merupakan produk proses institusionalisasi yang terus bernegosiasi dengan konteks sosialnya. Digitalisasi telah menciptakan arena baru di mana otoritas tidak lagi sepenuhnya melekat pada institusi formal, melainkan dikonstruksi secara dinamis melalui interaksi antara aktor, platform digital, dan respons audiens (Andok, 2023). Dalam kondisi ini, sertifikasi dai berfungsi bukan sekadar sebagai alat seleksi kompetensi, melainkan sebagai strategi rekonstruksi otoritas institusional yang terancam oleh fragmentasi ruang digital.

Hal ini sejalan dengan temuan Zaid et al. (2022) yang menunjukkan bahwa di era digital, legitimasi keagamaan dikompetisikan antara ulama tradisional yang tersertifikasi dengan influencer Muslim yang memanfaatkan kapital sosial digital. Respons MUI melalui sertifikasi berbasis pemasaran digital dan respons JAKIM melalui sistem tauliah berbasis regulasi negara merupakan dua strategi adaptasi institusional yang berbeda namun menuju tujuan serupa: mempertahankan relevansi otoritas keagamaan formal di ruang publik digital. Perbedaan strategi tersebut juga dapat dipahami melalui perspektif pemasaran sosial. Pendekatan yang dikembangkan MUI menunjukkan karakteristik social marketing karena memanfaatkan media sosial, webinar, dan jejaring organisasi untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kompetensi dan profesionalisme pendakwah. Strategi ini tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi program, tetapi juga berupaya memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat agar lebih memperhatikan kredibilitas sumber otoritas keagamaan. Sebaliknya, pendekatan JAKIM lebih menekankan fungsi informasi publik melalui penyediaan layanan verifikasi dan transparansi administratif berbasis e-Tauliah. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi sertifikasi dai berkembang mengikuti karakter tata kelola keagamaan yang berlaku pada masing-masing negara.

Temuan mengenai strategi komunikasi kedua lembaga juga menunjukkan penerapan pendekatan pemasaran yang berbeda dalam membangun legitimasi program sertifikasi. Strategi media sosial yang diterapkan MUI memperlihatkan karakteristik social marketing sebagaimana dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2016), karena tidak hanya bertujuan menyebarkan informasi program, tetapi juga membentuk persepsi masyarakat mengenai pentingnya kompetensi, profesionalisme, dan akuntabilitas pendakwah melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Sebaliknya, pendekatan JAKIM lebih dekat dengan model informasi publik (public information model) yang menekankan penyediaan informasi administratif, verifikasi status tauliah, dan transparansi kelembagaan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam program sertifikasi tidak dapat dilepaskan dari model tata kelola keagamaan yang berkembang pada masing-masing negara.

Perbedaan Model Tata Kelola Sertifikasi Dai dan Faktor Institusional yang Membentuknya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbedaan antara model sertifikasi dai yang dikembangkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan sistem tauliah yang diterapkan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) tidak dapat dipahami semata-mata sebagai variasi teknis dalam penyelenggaraan program sertifikasi. Perbedaan tersebut berakar pada konfigurasi kelembagaan yang membentuk hubungan antara negara, otoritas keagamaan, dan masyarakat di masing-masing negara.

Dalam konteks Indonesia, tata kelola keagamaan berkembang dalam lingkungan sosial yang plural dan terdesentralisasi. MUI berperan sebagai lembaga otoritatif yang memberikan panduan keagamaan, namun tidak memiliki kewenangan regulatif yang mengikat sebagaimana lembaga negara. Posisi ini menyebabkan mekanisme sertifikasi dai lebih diarahkan pada penguatan kapasitas, peningkatan kompetensi, dan pembentukan standar profesional yang diterima secara sukarela oleh masyarakat. Dengan karakteristik demikian, legitimasi yang dibangun melalui program sertifikasi cenderung bersifat sosial dan moral. Pengakuan terhadap seorang dai tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan sertifikat, tetapi juga oleh penerimaan masyarakat, reputasi keilmuan, serta kemampuan membangun interaksi yang konstruktif di ruang publik.

Berbeda dengan Indonesia, sistem keagamaan di Malaysia memperlihatkan keterhubungan yang lebih erat antara institusi agama dan struktur pemerintahan. JAKIM beroperasi dalam kerangka administrasi agama yang memperoleh dukungan regulatif melalui perangkat hukum negara. Dalam situasi tersebut, tauliah tidak sekadar berfungsi sebagai instrumen peningkatan kompetensi, melainkan juga sebagai mekanisme pengendalian, verifikasi, dan pengawasan terhadap aktivitas dakwah. Dengan demikian, legitimasi pendakwah dibangun melalui kombinasi antara pengakuan sosial dan pengesahan formal yang diberikan oleh institusi berwenang. Keberadaan dasar hukum yang jelas memungkinkan proses pengawasan dilakukan secara lebih sistematis, termasuk pemberian sanksi atau pencabutan izin apabila ditemukan pelanggaran terhadap ketentuan yang berlaku.

Perbedaan orientasi kelembagaan tersebut menghasilkan pendekatan yang berbeda dalam menghadapi tantangan digitalisasi dakwah. MUI cenderung mengembangkan strategi yang menekankan partisipasi, persuasi, dan pemberdayaan. Pemanfaatan media sosial, webinar, pelatihan daring, serta jejaring organisasi Islam menunjukkan upaya membangun keterlibatan publik melalui pendekatan yang lebih komunikatif. Sebaliknya, JAKIM menempatkan teknologi digital sebagai instrumen tata kelola yang berfungsi untuk memastikan keteraturan administrasi, transparansi informasi, dan kepastian status hukum pendakwah melalui sistem e-Tauliah. Dengan kata lain, digitalisasi dalam konteks MUI lebih banyak dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan, sedangkan pada JAKIM berfungsi memperkuat kapasitas pengawasan dan standardisasi.

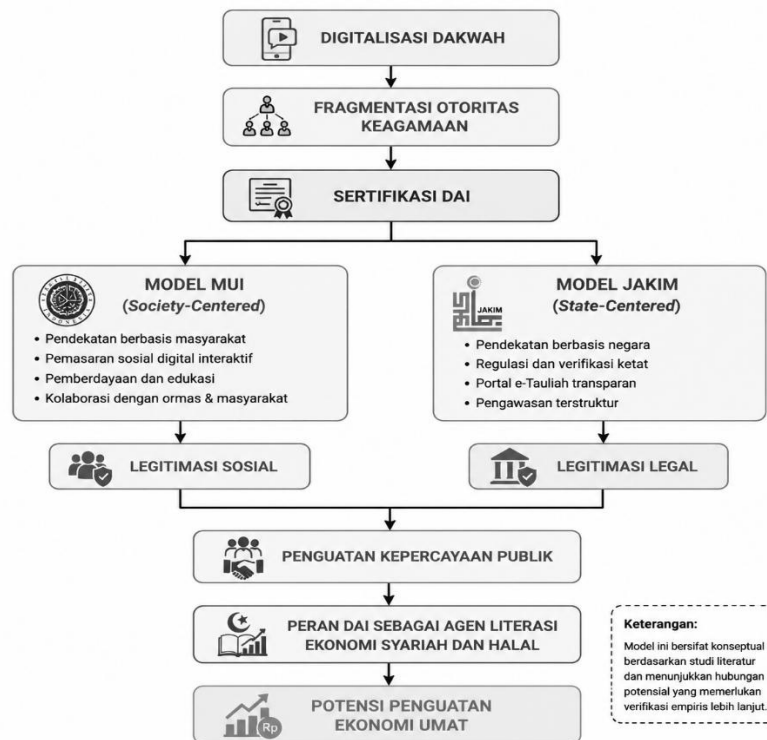
Temuan ini memperlihatkan bahwa efektivitas suatu model sertifikasi tidak dapat dilepaskan dari lingkungan institusional yang melingkupinya. Model berbasis masyarakat yang diterapkan MUI memiliki keunggulan dalam mendorong inovasi dan adaptasi terhadap dinamika dakwah digital yang berlangsung sangat cepat. Fleksibilitas tersebut memungkinkan lahirnya berbagai bentuk kolaborasi antara lembaga keagamaan, komunitas dakwah, dan aktor-aktor digital yang beragam. Namun demikian, tingkat fleksibilitas yang tinggi juga berpotensi menimbulkan variasi standar implementasi di berbagai daerah serta kesulitan dalam membangun sistem pengawasan yang seragam.

Di sisi lain, model yang diterapkan JAKIM menawarkan tingkat konsistensi yang lebih tinggi karena didukung oleh perangkat regulasi yang jelas dan mekanisme pengawasan yang terinstitusionalisasi. Standar kompetensi dapat diterapkan secara relatif seragam, sementara masyarakat memperoleh akses yang lebih mudah untuk memverifikasi status seorang penceramah. Meskipun demikian, pendekatan yang lebih formal tersebut berpotensi menghadapi tantangan dalam merespons perubahan sosial yang berlangsung cepat, terutama ketika inovasi dakwah digital berkembang di luar struktur kelembagaan yang telah tersedia.

Dari perspektif teori konstruksi sosial, kedua model tersebut menunjukkan jalur institusionalisasi yang berbeda dalam membangun otoritas keagamaan di era digital. Pada model MUI, legitimasi terbentuk melalui proses negosiasi sosial antara lembaga, pendakwah, dan masyarakat pengguna media digital. Sementara itu, pada model JAKIM, legitimasi memperoleh

penguatan melalui perangkat administratif dan regulatif yang memungkinkan otoritas keagamaan dikonstruksi secara lebih formal. Walaupun menggunakan mekanisme yang berbeda, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu mempertahankan kredibilitas dakwah dan memastikan bahwa otoritas keagamaan tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi informasi keagamaan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa sertifikasi dai pada era digital tidak lagi dapat dipahami hanya sebagai instrumen pengakuan kompetensi individu. Sertifikasi telah berkembang menjadi bagian dari strategi tata kelola keagamaan yang digunakan untuk merespons fragmentasi otoritas, menjaga kepercayaan publik, dan mengarahkan transformasi dakwah ke dalam bentuk yang lebih akuntabel. Dengan demikian, perbedaan antara MUI dan JAKIM sesungguhnya merefleksikan dua model governance yang berbeda dalam mengelola otoritas keagamaan di ruang digital, yakni model society-centered governance dan state-centered governance.



Gambar 1. Model Konseptual Tata Kelola Sertifikasi Dai dan Potensi Penguatan Ekonomi Umat di Era Digitalisasi Dakwah

Berdasarkan hasil analisis komparatif, penelitian ini mengusulkan suatu model konseptual yang menjelaskan hubungan antara digitalisasi dakwah, fragmentasi otoritas keagamaan, sertifikasi dai, pembentukan legitimasi, serta potensi kontribusinya terhadap penguatan ekonomi umat. Model ini tidak dimaksudkan sebagai hubungan kausal yang telah terverifikasi secara empiris, melainkan sebagai sintesis konseptual yang disusun berdasarkan temuan-temuan literatur dan analisis komparatif terhadap praktik sertifikasi dai yang dikembangkan oleh MUI dan JAKIM.

C. Integrasi Sertifikasi dan Ekonomi Umat: Antara Potensi dan Keterbatasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi dai tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme standarisasi kompetensi dan penguatan legitimasi keagamaan, tetapi juga berpotensi memperluas peran pendakwah dalam menyebarkan literasi ekonomi syariah kepada masyarakat. Integrasi materi mengenai zakat, wakaf, perbankan syariah, dan ekosistem halal ke dalam berbagai program penguatan kapasitas dai mengindikasikan adanya perluasan fungsi dakwah dari aspek normatif menuju dimensi pemberdayaan sosial-ekonomi. Dalam perspektif pembangunan ekonomi Islam, kondisi tersebut sejalan dengan gagasan Chapra (2016) yang menempatkan pembangunan sebagai proses yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan, keadilan sosial, dan kualitas kehidupan masyarakat.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara sertifikasi dai dan penguatan ekonomi umat masih berada pada level konseptual dan belum dapat dijelaskan

secara kausal. Berbagai indikator yang sering digunakan untuk menggambarkan perkembangan ekonomi Islam, seperti pertumbuhan industri halal, peningkatan literasi keuangan syariah, maupun posisi Indonesia dalam Global Islamic Economy Indicator, lebih merepresentasikan perkembangan ekosistem ekonomi Islam secara umum daripada dampak langsung dari program sertifikasi dai. Oleh karena itu, kontribusi sertifikasi lebih tepat dipahami sebagai upaya memperkuat kapasitas dan legitimasi pendakwah yang berpotensi mendukung peningkatan literasi ekonomi syariah di masyarakat. Verifikasi mengenai pengaruhnya terhadap perubahan perilaku ekonomi maupun peningkatan kesejahteraan umat masih memerlukan penelitian empiris yang lebih mendalam.

D. Implikasi Teoritis dan Praktis

Secara teoritis, penelitian ini memperluas kajian sertifikasi dai dengan merumuskan model konseptual yang menghubungkan sertifikasi, legitimasi, digitalisasi, literasi ekonomi, dan penguatan ekonomi umat secara integratif. Model ini dapat menjadi kerangka bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama yang menggunakan desain mixed methods untuk menguji hubungan kausal antar-variabel.

Secara praktis, temuan ini menawarkan beberapa rekomendasi. Pertama, MUI perlu memperkuat mekanisme evaluasi dampak program sertifikasi, termasuk pengembangan instrumen pengukuran literasi ekonomi syariah berbasis pre-test dan post-test. Kedua, JAKIM dapat mengembangkan modul dakwah ekonomi yang lebih sistematis ke dalam persyaratan pembaruan tauliah. Ketiga, kedua lembaga dapat mempertimbangkan pertukaran praktik terbaik (best practice exchange) dalam hal digitalisasi tata kelola dan strategi pemasaran sertifikasi.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa program sertifikasi dai MUI dan sistem tauliah JAKIM merupakan respons kelembagaan yang terstruktur terhadap transformasi otoritas dakwah akibat digitalisasi. Keduanya berfungsi sebagai mekanisme institusional untuk membangun kembali legitimasi dan akuntabilitas pendakwah di tengah meningkatnya fragmentasi otoritas keagamaan di ruang digital.

Kedua lembaga mengembangkan strategi pemasaran yang berbeda sesuai model tata kelola agama masing-masing negara. MUI mengadopsi pemasaran sosial berbasis media digital yang partisipatif dan berorientasi pemberdayaan (society-centered), sedangkan JAKIM menerapkan sistem administrasi keagamaan digital yang terstandar dan berorientasi verifikasi serta kontrol (state-centered). Meskipun berbeda dalam pendekatan, keduanya konvergen dalam tujuan: memperkuat kepercayaan publik terhadap otoritas dakwah melalui teknologi digital.

Temuan utama penelitian ini adalah bahwa sertifikasi dai memiliki hubungan strategis dengan penguatan ekonomi umat melalui dua jalur: (1) peningkatan literasi ekonomi syariah masyarakat melalui peran dai sebagai agen edukasi, dan (2) penguatan ekosistem halal yang mendukung pertumbuhan UMKM dan ekspor produk halal. Meskipun demikian, dampak langsung sertifikasi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat masih bersifat tidak langsung dan memerlukan verifikasi empiris lebih lanjut.

Penelitian ini merekomendasikan studi lanjutan dengan metode campuran (mixed methods) yang melibatkan wawancara mendalam dengan pengelola program dan peserta sertifikasi, survei skala besar untuk mengukur perubahan literasi ekonomi, serta desain pre-test–post-test untuk menilai dampak kausal program sertifikasi dai terhadap perilaku ekonomi masyarakat Muslim.

Daftar Pustaka

- Ahwani, M. A., & Hasiolan. (2025). Peranan Program Sertifikasi Dai Mui Dalam Upaya Penguatan Pendidikan Moderasi Beragama. *SYAIKHONA: Jurnal Magister Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 48–63. <https://doi.org/10.59166/SYAIKHONA.V3I1.298>
- Alvi, N., Fadhilah, C., & Castrawijaya, C. (2026). Perkembangan Teknologi dan Pengembangan SDM Lembaga Dakwah: Reorientasi Strategis di Era Disrupsi Digital. *QOSIM : Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 4(3), 817–828. <https://doi.org/10.61104/JQ.V4I3.6281>

- Andok, M. (2023). Religious Filter Bubbles on Digital Public Sphere. *Religions 2023*, Vol. 14, 14(11). <https://doi.org/10.3390/REL14111359>
- Berger, P. L. ., & Luckmann, Thomas. (2011). *The social construction of reality : a treatise in the sociology of knowledge*. 467.
- Castrawijaya, C., & Rahmat, I. (2025). Certification Model of Islamic Preachers in Muslim-Majority Countries: Experience from Indonesia and Malaysia. *DAWUH : Islamic Communication Journal*, 6(2), 61–72. <https://doi.org/10.62159/DAWUH.V6I2.1780>
- Chapra, M. Umer. (2016). *The Future of Economics : an Islamic Perspective*. 473. https://books.google.com/books/about/The_Future_of_Economics.html?hl=id&id=ONGpDAAQBAJ
- Choirin, M., Guleng, M. P., Arbi, D. S., & Maulan, R. (2024). Muballigh in the Digital Age Based on Insights from Indonesian Phenomena: Leveraging Digital Learning for the Promotion of Islamic Values. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 167–190. <https://doi.org/10.22515/albalagh.v9i2.7751>
- Dimon, Z., Bakar, S. A., & Majid, M. A. (2022). Pentauliahhan Pengajaran Agama Di Masjid Dan Surau: Tinjauan Ringkas Undang-Undang Islam Di Malaysia: (Accreditation Of Religious Teaching In Mosques And Surau: A Brief Review Of Islamic Law In Malaysia). *International Journal of Mosque, Zakat And Waqaf Management (Al-Mimbar)*, 11–26. <https://doi.org/10.53840/ALMIMBAR.V2I2.54>
- Hannan, A., & Mursyidi, A. F. (2023). Social Media and the Fragmentation of Religious Authority among Muslims in Contemporary Indonesia. *Digital Muslim Review*, 1(2), 84–104. <https://doi.org/10.32678/dmr.v1i2.10>
- Haramain, M., Mahyuddin, M., Nurkidam, A., Ahmad, R., Nurhikmah, N., Iskandar, I., & Qadaruddin, M. (2025). *Negotiating Religious Authority in the Digital Age: A Comparative Analysis of Indonesia and Malaysia*. <https://conference.uin-suka.ac.id/index.php/idacon/issue/archive>
- Iswadi. (2024). Dakwah Di Ruang Virtual: Optimalisasi Media Sosial Dalam Penyebaran Pesan Islam. *ITTISHAL JURNAL KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 1.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Muhyi, A., Sipa, D., & Lubis, N. (2023). Intersection of Traditional Religious Authority and New Authority in the Digital Space of Indonesia. *FIKRAH*, 11(1), 135–150. <https://doi.org/10.21043/FIKRAH.V11I1.19678>
- Pabbajah, M., & Pabbajah, M. (2024). Religious Disorientation in the Digital Transformation: An Islamic Review. *Advances in Digital Transformation - Rise of Ultra-Smart Fully Automated Cyberspace*. <https://doi.org/10.5772/INTECHOPEN.1004235>
- Rohman, & Al-Athiriyah, N. (2025). Membaca Ulang Etika Dakwah di Era Digital: Integrasi AI, Literasi Media, dan Argumentasi Keagamaan. *Journal of Da'wah*, 4(2), 119–141. <https://doi.org/10.32939/JD.V4I2.6203>
- Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions 2022*, Vol. 13, 13(4). <https://doi.org/10.3390/REL13040335>