

Strategi Penguatan Sumber Daya Manusia Dakwah Partisipatif: Studi Jejaring Majelis Syubbanul Muslimin dari Lokal Menuju Nusantara

Syaiful Anam, Eva Fauziyanti¹, Tariman²

¹Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Qadim, ²MI Nurul Qadim

Email: saif.anam7787@gmail.com, zieva657@gmail.com,

Abstract: *Syubbanul Muslimin Assembly is a community-based da'wah organization with a large following and an extensive outreach network across various regions in Indonesia. The success of this assembly in maintaining its existence and expanding its influence cannot be separated from the crucial role of Human Resources (HR) as the main drivers of da'wah activities. This study aims to analyze HR strengthening strategies within the Syubbanul Muslimin Assembly, focusing on cadre development patterns, HR management, and the utilization of digital media in da'wah activities. The research method used is descriptive qualitative, conducted through observation, interviews, and documentation studies. The findings show that the Syubbanul Muslimin Assembly implements a tiered cadre development strategy, optimizes the role of the Syubban Lovers Nusantara network, and utilizes social media as a modern da'wah tool. In addition, regular da'wah HR training and structured routine activities are key in building the competence and loyalty of da'wah activists. This study recommends enhancing digital da'wah training, standardizing cadre development materials, and developing a digital-based HR database system to improve the effectiveness of HR management within the Syubbanul Muslimin Assembly.*

Keywords: *Template Human Resource Management, Da'wah Strategy, Syubbanul Muslimin, Cadre Development, Digital Da'wah.*

Abstrak: Majelis Syubbanul Muslimin merupakan salah satu organisasi dakwah berbasis komunitas yang memiliki jemaah besar dan jejaring dakwah luas di berbagai daerah di Indonesia. Keberhasilan majelis ini dalam mempertahankan eksistensi dan memperluas pengaruhnya tidak terlepas dari peran penting Sumber Daya Manusia (SDM) yang menjadi penggerak utama kegiatan dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan SDM dalam organisasi dakwah Majelis Syubbanul Muslimin, dengan fokus pada pola kaderisasi, manajemen SDM, serta pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Majelis Syubbanul Muslimin menerapkan strategi kaderisasi berjenjang, optimalisasi peran jaringan Syubban Lovers Nusantara, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah modern. Selain itu, pelatihan SDM dakwah secara berkala dan pelaksanaan kegiatan rutin terstruktur menjadi kunci dalam membangun kompetensi dan loyalitas penggerak dakwah. Studi ini merekomendasikan penguatan pelatihan digitalisasi dakwah, standarisasi materi kaderisasi, serta pengembangan sistem database SDM berbasis digital untuk meningkatkan efektivitas manajemen SDM di lingkungan Majelis Syubbanul Muslimin

Kata kunci: Manajemen SDM, Strategi Dakwah, Syubbanul Muslimin, Kaderisasi, Dakwah Digital.

Pendahuluan

Dakwah sebagai salah satu instrumen dalam menjaga keberlanjutan nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat memiliki peran yang sangat strategis. Pada era modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi, arus globalisasi, serta pergeseran nilai-nilai sosial, tantangan dakwah pun semakin kompleks. Tidak hanya dituntut untuk menyampaikan pesan keislaman secara konvensional, dakwah juga harus mampu beradaptasi dengan berbagai kondisi sosial masyarakat yang plural, dinamis, dan cenderung pragmatis. Dalam konteks inilah, keberadaan majelis-majelis keagamaan yang konsisten dalam menjalankan misi dakwah berbasis komunitas, seperti Majelis Syubbanul Muslimin, menjadi sangat signifikan.

Majelis Syubbanul Muslimin merupakan salah satu organisasi dakwah yang berbasis komunitas, dengan pusat aktivitas di Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Majelis ini memiliki karakteristik khas berupa pendekatan dakwah kultural berbasis seni religi, khususnya melalui media sholawat dan hadrah. Tidak hanya itu, majelis ini juga dikenal dengan basis jamaahnya yang masif, mencapai puluhan ribu orang dalam setiap kegiatan akbar, serta memiliki cabang kegiatan di berbagai daerah di Indonesia melalui jejaring Syubban Lovers Nusantara. Keberhasilan Syubbanul Muslimin dalam menjaga eksistensinya hingga mampu menembus ranah nasional bahkan di era digital, tentu tidak terlepas dari strategi pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang efektif, partisipatif, dan berbasis kaderisasi.

Majelis Syubbanul Muslimin memiliki keunikan dalam penguatan SDM-nya. Hal ini terbukti dengan adanya majelis di setiap kota yang disebut dengan Syubban Lovers Nusantara. Jejaring ini terdiri dari para pemuda yang memiliki loyalitas tinggi terhadap misi dakwah dan diberdayakan untuk menjadi motor penggerak di masing-masing daerah. Model kaderisasi berbasis komunitas ini tidak hanya memperkuat posisi majelis di tingkat lokal, tetapi juga membuka ruang ekspansi dakwah ke berbagai wilayah di Indonesia. Aktivitas rutin yang dilaksanakan setiap malam Sabtu dan malam Selasa di Probolinggo menjadi pusat konsolidasi SDM sekaligus sarana internalisasi nilai-nilai dakwah kepada para kader. Sedangkan kegiatan di luar kota selain di selain malam Sabtu dan malam Selasa menjadi wahana aktualisasi sekaligus uji kemampuan SDM dalam berinteraksi dengan beragam karakter sosial.

SDM memegang peran sentral dalam menentukan keberhasilan setiap aktivitas organisasi. SDM bukan sekadar pelaksana teknis, melainkan juga penggerak nilai, penjaga visi, dan agen transformasi sosial. Dalam konteks dakwah komunitas, penguatan SDM sangat penting mengingat dinamika sosial yang dihadapi sangat beragam, baik dari segi usia, latar belakang pendidikan, sosial ekonomi, maupun orientasi keagamaan (Khairuddin et al., 2021). Oleh karena itu keberhasilan Syubbanul Muslimin menembus batas lokalitas hingga menjadi fenomena nasional saat ini, tidak terlepas dari manajemen SDM-nya yang terstruktur dan adaptif. Sebagaimana diungkapkan oleh Yusuf & Maulidi (2022), keberhasilan sebuah organisasi dakwah dalam era modern sangat ditentukan oleh kemampuan mengelola SDM yang tidak hanya kompeten dalam aspek keagamaan, tetapi juga cakap dalam komunikasi sosial, teknologi informasi, dan manajemen organisasi.

Selain itu, partisipasi aktif para pemuda dalam aktivitas dakwah merupakan aset berharga yang dapat menjadi jembatan dakwah lintas generasi. Peran pemuda dalam dakwah harus didukung dengan program-program pembinaan yang berkelanjutan, pelatihan kepemimpinan, serta pemberdayaan berbasis komunitas. Menurut Fauzan et al. (2020), keterlibatan pemuda dalam aktivitas keagamaan dapat meningkatkan kesadaran kolektif dan memperkuat identitas keagamaan di tengah arus modernisasi yang cenderung sekuler. Hal ini sejalan dengan konsep penguatan SDM dakwah partisipatif yang diterapkan oleh Syubbanul Muslimin, di mana setiap kader diberi ruang untuk berkontribusi, berkreasi, serta memiliki peran strategis dalam pengembangan dakwah.

Dalam praktiknya, Syubbanul Muslimin juga memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana penyebaran dakwah. Aktivitas seperti live streaming, konten dakwah di YouTube, Instagram, serta media daring lainnya menjadi instrumen penting dalam menjangkau jamaah yang lebih luas, khususnya generasi muda. Strategi ini tidak hanya memperluas cakupan dakwah, tetapi juga membuka peluang pembinaan SDM dakwah digital yang memiliki kemampuan komunikasi massa dan teknologi informasi. Sebagaimana diungkapkan oleh Hidayat & Mubarak (2023), dakwah digital merupakan keniscayaan di era teknologi saat ini, sehingga organisasi dakwah perlu membekali SDM-nya dengan kompetensi digital agar tetap relevan di tengah masyarakat modern. Aktivitas kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens, tetapi juga memberikan ruang kesempatan bagi pendakwah untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan dari permasalahan yang muncul di masyarakat, sehingga memberikan bentuk klarifikasi, dan memperdalam pemahaman pelajar mengenai ajaran Islam. Oleh karena itu, pengelolaan komunitas dakwah Syubbanul Muslimin secara online yang aktif dan responsif sangat dibutuhkan untuk oleh masyarakat luas serta membangun hubungan yang kuat antara pendakwah dan audiens, serta untuk memastikan bahwa pesan dakwah sampai dengan cara yang benar dan tidak menyedihkan. Ghazali, Zulfikar (2017).

Selain penguatan SDM di bidang teknologi, Syubbanul Muslimin juga melakukan konsolidasi melalui kegiatan rutin, diantaranya pengajian, pelatihan keorganisasian, bahkan majelis sholawat. Aktivitas ini bertujuan untuk menjadi wadah pembinaan spiritual, emosional, serta intelektual bagi para kader. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2021), program pembinaan berbasis komunitas dapat meningkatkan solidaritas sosial, memperkuat nilai-nilai keagamaan, serta membangun kapasitas kepemimpinan di kalangan pemuda. Hal ini terbukti dalam aktivitas Syubbanul Muslimin yang mampu melahirkan pendakwah muda yang aktif di berbagai wilayah Indonesia.

Namun demikian, penguatan SDM dakwah partisipatif juga menghadapi berbagai tantangan. Di antaranya adalah kesenjangan kapasitas antar kader di daerah, keterbatasan akses terhadap pelatihan manajemen organisasi, serta belum optimalnya sistem evaluasi kinerja SDM. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang lebih sistematis dalam pengembangan SDM, baik melalui pelatihan berbasis teknologi, mentoring intensif, maupun model kaderisasi berjenjang. Menurut Abdullah & Rahman (2020), salah satu strategi efektif dalam penguatan SDM organisasi

keagamaan adalah penerapan sistem kaderisasi berbasis kompetensi yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal dan perkembangan sosial.

Berdasarkan latar belakang diatas, serta melihat realita, keberhasilan Syubbanul Muslimin dalam membangun jejaring dakwah dari lokal menuju nasional tidak lepas dari strategi penguatan SDM yang dilakukan secara partisipatif, terstruktur, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam hal inilah, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam, khususnya terkait strategi-strategi penguatan SDM dakwah partisipatif yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta peluang pengembangan ke depan. Sehingga nantinya tulisan ini diharapkan memberikan potensi besar dalam bidang manajemen dakwah, khususnya terkait pengembangan SDM berbasis komunitas dalam membangun strategi dakwah yang efektif, inklusif, dan berkelanjutan di era modern, serta menjadi acuan dalam pengembangan konsep dakwah partisipatif yang berbasis kaderisasi pemuda, sebagai upaya menjaga keberlanjutan nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat yang semakin plural dan dinamis.

Metode (12 pt bold)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang mendalam tentang strategi penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam organisasi dakwah Majelis Syubbanul Muslimin. Menurut Creswell (2021), pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena sosial melalui deskripsi rinci terhadap konteks sosial yang diteliti dan keterlibatan langsung di lapangan.

Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Majelis Syubbanul Muslimin yang berpusat di Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur, dengan perluasan observasi terhadap kegiatan rutin di luar daerah seperti Jakarta, Bekasi, Semarang, Kalimantan, dan Sulawesi. Objek penelitian adalah strategi penguatan SDM yang diterapkan oleh pengurus pusat dan jejaring Syubban Lovers Nusantara.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan tiga teknik utama: (1) Observasi Partisipatif ialah mengikuti langsung kegiatan rutin majelis setiap malam Sabtu dan malam Selasa, serta acara milad tahunan. Mengamati interaksi antara pengurus, jamaah, dan penggerak di berbagai lokasi. (2) Wawancara Mendalam ialah wawancara yang dilakukan terhadap beberapa informan kunci, di antaranya: K.H. Hafidul Hakim Nur selaku pembina majelis, pengurus pusat Syubbanul Muslimin, Koordinator Syubban Lovers Nusantara dan Jamaah aktif yang terlibat dalam kegiatan penguatan SDM. (3) Studi Dokumentasi ialah Mengkaji arsip program kaderisasi, pelatihan, dokumentasi kegiatan digital, dan media sosial resmi majelis.

Hasil dan Pembahasan (12 pt bold)

1. Profil Organisasi Majelis Syubbanul Muslimin

Majelis Syubbanul Muslimin merupakan sebuah organisasi dakwah yang berbasis di Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur, di bawah binaan K.H. Hafidul Hakim Nur. Majelis ini memiliki jamaah yang sangat banyak, bahkan mencapai puluhan ribu dalam satu kali agenda akbar seperti Milad tahunan. Selain mengadakan kegiatan rutin di wilayah lokal, majelis ini juga aktif melakukan safari dakwah ke berbagai kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bekasi,

Semarang, Kalimantan, Sulawesi, dan daerah lainnya. Ciri khas dari Syubbanul Muslimin adalah adanya struktur penggerak yang disebut Syubban Lovers Nusantara, yaitu kader-kader di berbagai daerah yang menjadi penghubung sekaligus pelaksana program dakwah di wilayahnya.

2. Strategi Penguatan Sumber Daya Manusia Dakwah di Majelis Syubbanul Muslimin

a. Kaderisasi Berjenjang dan Berbasis Komunitas

Salah satu strategi yang diterapkan oleh Majelis Syubbanul Muslimin adalah kaderisasi SDM secara berjenjang melalui program internal majelis, baik di tingkat pusat maupun daerah. Proses kaderisasi ini dilakukan melalui penggemblengan spiritual rutin di acara malam Sabtu dan malam Selasa, pelatihan manajemen organisasi, dan mentoring dakwah digital. Setiap kader diarahkan agar mampu menjadi pemimpin komunitas di daerahnya masing-masing. Kaderisasi sendiri adalah proses suatu hal yang perlu diulas dan dipetik lebih dalam. Mulai dari bagaimana pola yang ada dan dijalankan, efektivitas pengkaderan, dan juga bagaimana memberikan sistem pengkaderan yang sesuai dengan kebutuhan. Karena seiringnya perkembangan zaman, tentunya karakter tiap kader pergenerasi berbeda.

Hal ini sejalan dengan temuan Khairuddin et al. (2021) yang menyebutkan bahwa organisasi keagamaan berbasis komunitas perlu menerapkan sistem kaderisasi yang sistematis dan adaptif terhadap perkembangan zaman, agar tercipta SDM yang kompeten, loyal, dan inovatif. Ridwan Rustandi (2020) juga mengemukakan bahwa manajemen SDM melalui kaderisasi yang rutin, kemudian pengembangan jaringan serta kolaborasi gerakan dakwah dengan berbagai stakeholders, dan juga pemanfaatan fasilitas dan ruang publik sebagai pusat kegiatan dakwah dan propaganda organisasi melalui media syiar yang bersifat offline maupun online, maka akan tercipta kaderisasi yang tanggung dan siap bersaing.

b. Optimalisasi Peran Syubban Lovers Nusantara

Majelis Syubbanul Muslimin memanfaatkan jejaring Syubban Lovers Nusantara sebagai ujung tombak penguatan SDM dakwah di berbagai kota. Melalui koordinasi langsung dan digital, para Syubban Lovers bertanggung jawab melakukan sosialisasi program dakwah, pelatihan internal, dan pengelolaan acara dakwah di daerah masing-masing.

Model ini dapat dikategorikan sebagai dakwah partisipatif yang berbasis komunitas, sebagaimana diuraikan Yusuf & Maulidi (2022), di mana organisasi dakwah yang melibatkan komunitas lokal memiliki tingkat keberhasilan program lebih tinggi karena berbasis kebutuhan dan kultur Masyarakat.

Komunikasi dakwah partisipatif ini juga merupakan salah satu cara yang efektif, dimana seluruh lapisan masyarakat perlahan akan dapat mengetahui ajaran agama islam secara benar dan tidak terjebak dengan ajaran agama yang palsu yang sudah sering membuat resah seluruh kalangan masyarakat karena tidak mengetahui

kebenaran akan agama Islam sebelumnya. Terkhususnya penyampaian dakwah melalui salah satu media sosial yang menjadi favorit semenjak awal muncul dalam penggunaannya, yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu media baru yang telah banyak dikenal secara umum oleh masyarakat pengguna internet seluruh dunia.

Menurut Ramli, R., & Pababari, M. (2025) Dakwah komunitas memiliki kelebihan dalam membangun keterikatan personal dan pemahaman yang lebih mendalam karena pesan-pesan yang disampaikan cenderung disesuaikan dengan konteks budaya dan situasi sosial komunitas tertentu. Namun metode ini sering kali terbatas dari segi jangkauan dan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mencapai target yang lebih luas. Dakwah komunitas adalah pendekatan dakwah yang berfokus pada komunitas tertentu dengan melibatkan interaksi langsung dan partisipasi aktif dari masyarakat. Menurut teori partisipatoris dalam komunikasi (Freire, 1970), dakwah komunitas memungkinkan audiens untuk tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga turut serta dalam diskusi, berbagi pengalaman, dan menemukan solusi bersama atas isu-isu yang relevan dengan kehidupan mereka. Pendekatan ini lebih fleksibel dan kontekstual, karena materi dan metode dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing komunitas. Misalnya dakwah di komunitas perkotaan mungkin lebih banyak memanfaatkan media sosial, sedangkan di pedesaan, dakwah bisa dilakukan melalui kegiatan sosial atau majelis taklim

c. Pemanfaatan Media Sosial dan Dakwah Digital

Di era digital, Majelis Syubbanul Muslimin aktif menggunakan media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menyebarkan konten dakwah dan informasi kegiatan. SDM khusus dibina untuk menjadi content creator dakwah, admin media sosial, hingga operator live streaming saat acara berlangsung. Pelatihan pengelolaan media digital secara berkala menjadi bagian penting dari strategi penguatan SDM di era digital.

Media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan, Seiring dengan perkembangan zaman media dakwah tidak hanya berganti dari mimbar ke mimbar melainkan pendakwah semakin kreatif menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun-akun media sosial yang bisa diakses secara mudah melalui smartphone, dari maraknya penggunaan telepon pintar atau smartphone sebagai alat komunikasi, penggunaan telepon genggam tidak hanya sebatas sms dan berbicara melalui telepon tetapi juga fasilitas-fasilitas lainnya.

Menurut Hidayat & Mubarak (2023), organisasi dakwah saat ini wajib membekali SDM-nya dengan keterampilan digital agar mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan pesan agama secara lebih efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Syubbanul Muslimin adalah sebuah majlis sholawat yang berupaya mengaktualisasi pesan-pesan kebaikan guna memberikan informasi keagamaan melalui media sosial kepada masyarakat melalui berbagai platform media sosial yang ada seperti facebook, Instagram, Twitter dan Youtube menurut mereka para pengikut akun media sosial Syubbanul Muslimin Official merasa tepat dengan adanya medsos tersebut pasalnya dapat memberikan informasi – informasi keagamaan terlebih tentang perkembangan pesantren dan kegiatan-kegiatan pesantren serta yang berhubungan dengan dakwah beserta para pemuda. Media sosial Syubbanul Muslimin tidak hanya dalam dakwahnya menggunakan akun resmi milik majlis semata melainkan juga berkolaborasi dengan akun pondok pesantren Nurul Qadim.

d. Kegiatan Dakwah Terstruktur dan Terjadwal

Menurut Muslimin, (2021) Dakwah struktural yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui pendekatan kekuasaan dengan memanfaatkan dakwah struktural ini mencakup sosial, ekonomi, dan politik. Dakwah struktural menurut Din Syamsuddin dalam Syahrudin (Syahrudin, 2020), menyatakan bahwa dakwah struktural memiliki tiga paradigma yang menjelaskan korelasi antara agama, Islam dan negara yaitu *pertama* : Paradigma *Integrated* yang meyakini bahwa agama, Islam dan negara adalah satu kesatuan yang tidak dapat dikotomi. *Kedua* : paradigma *symbiotic* menyatakan bahwa agama, Islam, dan negara memiliki hubungan yang saling menguntungkan. *Ketiga* : paradigma *sekularistik* yang menyatakan bahwa Islam tidak berbungan dengan agama, Islam dan Negara. Dalam hal ini peneliti, lebih cenderung pada paradigma simbiotik yang saling menguntungkan. Agama mendapatkan perlindungan dari negara sedangkan negara mendapatkan legitimasi dan pengayoman dari agama, sehingga agama dan negara dalam posisi saling menguatkan antar satu dengan yang lainnya.

Pelaksanaan dakwah idealnya merupakan hasil kolaborasi dan kerja sama yang dilakukan oleh berbagai pihak yang berkepentingan termasuk tanggungjawab pemerintah daerah setempat. Salah satu pendekatan dakwah yang dilaksanakan Majelis Syubbanul Muslimin memiliki jadwal kegiatan dakwah yang rutin dan terstruktur, mulai dari acara mingguan hingga program safari nasional. Setiap kegiatan melibatkan SDM lokal yang diberdayakan untuk mengelola acara, mulai dari perizinan, logistik, publikasi, hingga pelaksanaan. Proses ini menjadi media pembelajaran langsung bagi SDM dakwah dalam manajemen organisasi dan pengelolaan massa dalam skala besar.

3. Tantangan dan Peluang Penguatan SDM Dakwah

a. Tantangan

Perjalanan dakwah tidak semudah kita bayangkan dan lakukan, terlebih di era digital saat ini banyak problem-problem atau tantangan yang kita hadapi. Terbukti kalau melihat dakwah yang disampaikan yang melalui media-media elektronik yang cukup heterogen jumlahnya, jelas ini menunjukkan bahwa era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam konteks dakwah, yaitu

upaya untuk menyebarkan ajaran agama atau keyakinan kepada orang lain. Dakwah di era digital memiliki tantangan dan peluang yang unik. Di era digital dewasa ini, pengintegrasian teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu tantangan dakwah.

Menurut Faridhatun Nikmah (2020), dalam penelitiannya dengan judul digitalisasi dan tantangan dakwah di era milenial bahwa tantangan dakwah dalam masa kini sangat bervariasi dan kompleks, terutama karena perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan dinamika sosial.

Tantangan dakwah ditengah kondisi Islam dan umat Islam pada saat ini tidaklah semapan dalam suatu proses komunikasi timbal balik, tetapi harus selalu adanya kemampuan dalam memahami peta konsep wilayah dakwah. Terlebih lagi dimasa sekarang ini ajaran Islam harus terus dipahami secara jelas agar didapatkannya solusi dalam menjawab seluruh permasalahan yang sedang diselesaikan. M. Hafidz Hasan (2018). Ajaran Islam yang seluruh aspek nagi kehidupan manusia harus terus membuat gerakan-gerakan dalam berdakwah harus terus dilakukan secara berkelanjutan. Hubungan antara gerakan dakwah dengan kehidupan seperti benang kusut yang perlu dirapikan kembali.

Moh. Samsul Bahri mengungkapkan bahwa strategi yang bisa diambil untuk menghadapi tantangan instan tersebut adalah dengan cara memasyarakatkan dan melogikakan ilmu. Menurutnya mempelajari ilmu agama harus dengan ulama yang jelas sanad keilmuannya, bukan asal-asalan, karena itu akan memberikan dampak besar nantinya (Wawancara 11 Juni 2025).

Masalah dalam berdakwah mesti ada dan senantiasa bertambah kompleks seiring dengan perkembangan zaman mulai dari penolakan, cibiran, cacian, teror bahkan sampai pada tataran fitnah (Ahmad, 2014) . Tantangan dakwah Islam sangat berat dibandingkan dengan sebelumnya. Terutama, dalam pembentukan perilaku atau akhlak yang sesuai dengan tuntutan di dalam Alquran dan Hadist. Hal tersebut dikarenakan dua hal. *Pertama* kemajuan teknologi yang semakin pesat. *Kedua* perkembangan alat transportasi yang semakin pesat. Kemajuan teknologi yang semakin pesat memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi melalui media sosial. perkembangan media sosial yang semakin pesat menjadikan seseorang mudah untuk menggunjing, menghina, dan menjelek-jelekkkan orang lain melalui media sosial. Padahal hal tersebut sangat didorong oleh agama. Oleh karena itu, dakwah harus didorong untuk mengarahkan umat Islam menggunakan media sosial dengan hal yang positif, misalnya dengan tidak mengumbar atau mempublikasikan aib orang lain melalui media sosial atau sarana lainnya. Kedua, adanya kemajuan teknologi transportasi mempermudah ruang gerak dakwah ke sejumlah daerah bahkan hingga ke pelosok. Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi dan transportasi dapat dimanfaatkan bagi kepentingan dakwah agar dakwah tersebut lebih efektif, cepat, dan akurat sehingga nilai dakwah yang berisi ajakan untuk selalu taat

kepada Allah SWT dapat terus terjaga. Khususnya, dengan menjalankan perintah dan larangan yang terkandung dalam Alquran dan Hadist nabi Mumammad SAW.

Beberapa tantangan yang dihadapi Majelis Syubbanul Muslimin dalam penguatan SDM antara lain ketimpangan kompetensi antar SDM di daerah, keterbatasan infrastruktur digital di beberapa wilayah, tingginya mobilitas jemaah sehingga kaderisasi harus terus diperbarui, Persaingan dakwah digital yang semakin ketat dengan berbagai konten keagamaan lain.

b. Peluang

Di sisi lain, Majelis Syubbanul Muslimin memiliki peluang besar dalam pengembangan SDM dakwah Basis jemaah yang loyal dan massif, dukungan dari pesantren Nurul Qadim sebagai pusat keilmuan dan kaderisasi, popularitas di media sosial yang terus meningkat, jejaring Syubban Lovers Nusantara yang bisa diperluas ke seluruh Indonesia.

Para pegiat dakwah di jagat sosial media sudah saatnya merambah dunia komunikasi era digital dengan memberikan pilihan apa saja yang diperlukan penduduk jagad maya di mesin pencari.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Majelis Syubbanul Muslimin memiliki strategi penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) dakwah yang cukup efektif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Strategi tersebut meliputi:

1. Kaderisasi berjenjang dan berbasis komunitas, yang dilakukan secara sistematis melalui kegiatan rutin dan pelatihan-pelatihan khusus untuk mencetak SDM dakwah yang loyal, kompeten, dan visioner.
2. Optimalisasi peran Syubban Lovers Nusantara sebagai jaringan kaderisasi dan penggerak dakwah di berbagai daerah, yang terbukti mampu memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat eksistensi organisasi di tingkat nasional.
3. Pemanfaatan media sosial dan dakwah digital, yang menjadi sarana efektif dalam menyebarkan pesan keagamaan dan informasi kegiatan kepada jemaah yang luas dan beragam, sekaligus sebagai media pembelajaran dan aktualisasi SDM muda dalam dakwah digital.
4. Pelaksanaan kegiatan dakwah yang terstruktur dan terjadwal, yang bukan hanya mempererat jalinan silaturahmi antarjemaah, tetapi juga menjadi media pelatihan langsung bagi SDM dalam manajemen kegiatan dan organisasi.

Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan dalam penguatan SDM dakwah di lingkungan Majelis Syubbanul Muslimin, seperti ketimpangan kompetensi SDM antarwilayah, keterbatasan infrastruktur digital di daerah tertentu, serta persaingan konten dakwah di media sosial. Namun, majelis ini memiliki peluang besar untuk terus berkembang berkat basis jemaah yang besar, dukungan pesantren induk, serta jejaring penggerak dakwah di berbagai kota.

Referensi

- Abdullah, R., & Rahman, N. (2020). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Keagamaan di Era Digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1).
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th Edition. Sage Publications.
- Fauzan, A., Saputra, R., & Rahmat, R. (2020). Peran Pemuda dalam Penguatan Identitas Keagamaan di Era Modernisasi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2).
- Hidayat, M., & Mubarak, A. (2023). Dakwah Digital di Era Disrupsi: Tantangan dan Strategi Organisasi Dakwah di Indonesia. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(1).
- Khairuddin, M., Anwar, H., & Sari, N. (2021). Penguatan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Sosial Keagamaan Berbasis Komunitas. *Jurnal Sosial Keagamaan*, 9(1).
- Rahmatullah, N. S. (2017). *Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya*. UIN Jakarta.
- Sari, L., Yusuf, M., & Anam, C. (2021). Manajemen Kaderisasi Dakwah Berbasis Komunitas di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 5(2).
- Yusuf, M., & Maulidi, I. (2022). Strategi Manajemen SDM dalam Organisasi Dakwah Berbasis Pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(2).
- Ghazali, Zulfikar. "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual." (2017).
- Rustandi, R. (2020). Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi. *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, dan Psikoterapi Islam*, 8(3), 301-322.
- <https://www.kmnu-unila.org/2023/10/relevansi-kaderisasi-berjenjang.html>
- Hasan, M. H. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas FSRMM Riau Pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau.
- Ramli, R., & Pababari, M. (2025). Dakwah Komunitas dan Konvensional. *Journal of Mandalika Literature*, 6(1), 133-139.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan islam di era digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339-356.
- Muslimin, M. (2021). Dakwah Struktural Sutan Badaruddin II. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 5(1), 13–29.
- Syahrudin, S. (2020). Kontribusi Dakwah Struktural dan Dakwah Kultural dalam Pembangunan Kota Palopo. *LENTERA*, 4(1). 61-80
- Abdurrahman, Q., & Badruzaman, D. (2023). Tantangan dan peluang dakwah islam di era digital. *Journal of Islamic Communication and Broadcasting*.
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi dan tantangan dakwah di era milenial. *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 45-52.
- Ahmad, N. (2014). Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah. *Jurnal Addin*, 8(2), 319–344.