



## Peran Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi: Studi pada Lembaga Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Dinda Luthfiaturrahmah Alhaq

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Cecep Castrawijaya

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Cempaka Putih, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten

Korespondensi penulis: [muhammadarfanhrp@uinsu.ac.id](mailto:muhammadarfanhrp@uinsu.ac.id)

**Abstrak.** *This article discusses the role of human resources (HR) in dakwah institutions in developing entrepreneurial innovation in the era of disruption, with a focus on the Indonesian Ulema Council (MUI) as a case study. The development of digital technology demands that dakwah institutions transform from traditional patterns toward adaptive, creative, and economically empowering approaches. This study uses a qualitative method with a descriptive-analytical library research approach.*

*The results of the analysis show that HR plays a strategic role as the driving force of dakwah innovation and entrepreneurship based on Islamic values. Adaptive and creative human resources with strong digital literacy are able to bridge dakwah activities with productive economic initiatives, such as sharia entrepreneurship training, Islamic financial literacy, and the development of halal certification. MUI has demonstrated the integration of dakwah, innovation, and digital technology as a response to the dynamics of the disruption era. Therefore, strengthening HR capacity is a key factor for dakwah institutions in creating a model of dakwah that is relevant, competitive, and oriented toward the welfare of the ummah.*

**Keywords:** *Human resources, dakwah institutions, entrepreneurial innovation, MUI, disruption era.*

**Abstrak.** Artikel ini membahas peran sumber daya manusia (SDM) di lembaga dakwah dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan di era disrupsi, dengan fokus pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai studi kasus. Perkembangan teknologi digital menuntut lembaga dakwah untuk bertransformasi dari pola tradisional menuju pendekatan yang adaptif, kreatif, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi umat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (library research) yang bersifat deskriptif-analitis.

Hasil kajian menunjukkan bahwa SDM berperan strategis sebagai motor penggerak inovasi dakwah dan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam. SDM yang adaptif, kreatif, dan memiliki literasi digital yang baik mampu menjembatani dakwah dengan kegiatan ekonomi produktif, seperti pelatihan kewirausahaan syariah, literasi keuangan Islam, dan pengembangan sertifikasi halal. MUI berhasil menunjukkan integrasi antara dakwah, inovasi, dan teknologi digital sebagai bentuk respons terhadap dinamika era disrupsi. Dengan demikian, penguatan kapasitas SDM menjadi faktor kunci bagi lembaga dakwah dalam menciptakan model dakwah yang relevan, berdaya saing, dan berorientasi pada kesejahteraan umat.

**Kata kunci:** *Sumber daya manusia, lembaga dakwah, inovasi kewirausahaan, MUI, era disrupsi.*

## PENDAHULUAN

Era disrupsi telah membawa perubahan yang mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang sosial, ekonomi, dan keagamaan. Perubahan ini ditandai dengan

## **Peran Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi: Studi pada Lembaga Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI)**

kemajuan teknologi yang sangat pesat, digitalisasi dalam berbagai lini aktivitas manusia, serta pergeseran model bisnis yang sebelumnya bersifat konvensional menuju model yang serba digital dan berbasis inovasi. Disrupsi adalah fenomena yang muncul ketika teknologi baru menggantikan cara lama dalam melakukan sesuatu sehingga mengubah pola interaksi dan nilai yang berlaku di masyarakat. Dalam konteks ini, lembaga-lembaga keagamaan, termasuk lembaga dakwah, tidak dapat lagi hanya mengandalkan pendekatan tradisional dalam menjalankan tugasnya, melainkan dituntut untuk melakukan inovasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman.(Handayani & Castrawijaya, 2024)

Lembaga dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam membina, mengarahkan, dan memperkuat nilai-nilai keagamaan di tengah masyarakat. Namun, tantangan yang dihadapi semakin kompleks seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang kini semakin terhubung melalui teknologi digital. Jika dahulu dakwah dilakukan melalui pengajian tatap muka, mimbar masjid, dan kegiatan sosial konvensional, saat ini dakwah juga dituntut untuk hadir di ranah digital melalui media sosial, platform streaming, dan berbagai aplikasi berbasis teknologi. Hal ini memerlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak hanya memahami ajaran agama, tetapi juga memiliki kompetensi dalam mengelola teknologi, komunikasi, serta mampu berinovasi dalam merancang program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.(F. Nikmah, 2020)

Selain tantangan dalam bidang dakwah, perubahan era disrupsi juga membuka peluang baru dalam bidang kewirausahaan, khususnya kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam (*Islamic entrepreneurship*). Lembaga dakwah memiliki potensi besar untuk menjadi fasilitator dan motor penggerak dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memperkuat kesejahteraan umat.(Hasibuan & Castrawijaya, 2024) Melalui inovasi kewirausahaan, lembaga dakwah dapat membantu masyarakat mengatasi masalah ekonomi, meningkatkan kemandirian, dan memperluas lapangan kerja. Namun, inovasi ini hanya dapat berjalan efektif apabila didukung oleh SDM yang berkualitas, memiliki visi yang jelas, serta mampu mengintegrasikan nilai-nilai dakwah dengan prinsip-prinsip kewirausahaan modern.(Aswari & Castrawijaya, 2024)

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan salah satu lembaga dakwah yang memiliki peran strategis dalam membimbing umat Islam di Indonesia. Selama ini, MUI dikenal melalui peranannya dalam memberikan fatwa, sertifikasi halal, serta menjadi rujukan dalam berbagai persoalan keagamaan.(Mukhyar, 2021) Namun, MUI juga memiliki potensi yang besar dalam pemberdayaan ekonomi umat melalui berbagai program kewirausahaan yang berbasis syariah. Beberapa program yang telah dilakukan antara lain pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha mikro dan kecil, serta pengembangan sertifikasi halal sebagai nilai tambah dalam produk UMKM.(Putra et al., 2021)

Dalam menghadapi era disrupsi, MUI perlu melakukan transformasi yang lebih progresif dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana dakwah sekaligus sebagai platform kewirausahaan. Peran SDM menjadi faktor penentu dalam proses transformasi ini, karena SDM merupakan pelaku utama yang akan menggerakkan dan mengembangkan program inovasi. SDM yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai akan mampu merancang strategi inovatif, membangun jaringan kerja

sama, serta mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas kewirausahaan yang dijalankan.(Hakim, Lukmanul et al., 2025)

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena membahas aspek strategis dalam pengembangan lembaga dakwah, yaitu peran SDM dalam menghadapi era disrupsi dan pengembangan inovasi kewirausahaan dengan fokus pada lembaga dakwah MUI sebagai objek penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi lembaga dakwah dalam melakukan transformasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi MUI dan lembaga dakwah lainnya dalam mengoptimalkan peran SDM sebagai penggerak inovasi kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam.

Secara teoritis, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur tentang manajemen SDM, inovasi kewirausahaan, dan dakwah di era digital. Sedangkan secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat langsung bagi MUI dalam merancang strategi pengembangan SDM dan program kewirausahaan yang lebih efektif, relevan, dan berkelanjutan, sehingga dapat memperkuat peran dakwah dalam meningkatkan kesejahteraan umat di tengah dinamika era disrupsi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur (library research). Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis peran SDM lembaga dakwah, khususnya Majelis Ulama Indonesia (MUI), dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan di era disrupsi berdasarkan sumber-sumber literatur yang relevan. Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan peran dan strategi yang dilakukan MUI dalam konteks inovasi kewirausahaan serta menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi di era disrupsi.

Data penelitian bersumber dari jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan organisasi, dan dokumen resmi lainnya. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik studi pustaka dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menganalisis literatur yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memahami strategi dan peran SDM MUI dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi umat.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Transformasi Lembaga Dakwah Dalam Era Disrupsi**

Transformasi lembaga dakwah di era disrupsi merupakan proses adaptasi yang fundamental dalam merespons perubahan sosial, budaya, dan teknologi yang berkembang secara cepat. Era disrupsi ditandai oleh munculnya inovasi yang menggeser cara lama dalam menjalankan aktivitas, termasuk dalam dakwah. Jika dahulu dakwah identik dengan ceramah di masjid atau majelis taklim, kini aktivitas dakwah berkembang melalui berbagai platform digital seperti media sosial, podcast, aplikasi streaming, dan kanal video.(Irfan Syuhudi & Castrawijaya, 2024) Perubahan ini menuntut lembaga dakwah untuk mengubah pendekatan mereka agar tetap relevan dan efektif dalam menjangkau umat.

## **Peran Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi: Studi pada Lembaga Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI)**

Transformasi yang dilakukan tidak hanya sebatas pada aspek media penyampaian pesan, tetapi juga mencakup pembaruan visi, misi, dan strategi organisasi. (Kuswanto & Castrawijaya, 2024) Lembaga dakwah seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) perlu merumuskan arah dakwah yang sesuai dengan karakteristik masyarakat modern yang cenderung kritis, rasional, dan memiliki akses informasi yang luas. Hal ini berarti dakwah harus dikemas dengan pendekatan yang lebih inklusif, interaktif, dan berbasis data, sehingga mampu menjawab problematika sosial dan keagamaan secara kontekstual. (Wirianisa & Zen, 2024)

Selain itu, dalam era disrupsi, transformasi lembaga dakwah juga berkaitan dengan penguatan tata kelola dan struktur organisasi. Sistem manajemen yang transparan dan akuntabel diperlukan untuk menjaga kepercayaan publik. Lembaga dakwah dapat memanfaatkan teknologi informasi dalam mengelola program, laporan keuangan, serta hubungan dengan masyarakat. Misalnya, melalui aplikasi khusus untuk mengatur jadwal kajian, pendataan jamaah, dan pelaporan kegiatan yang dapat diakses secara *real-time*. (Kahfi, 2025)

Transformasi ini juga mendorong lembaga dakwah untuk mengembangkan model dakwah yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran nilai-nilai spiritual, tetapi juga sebagai wadah untuk meningkatkan kesejahteraan umat, seperti melalui program kewirausahaan, pelatihan keterampilan, dan penguatan ekonomi berbasis syariah. (Kasir & Awali, 2024) Dengan demikian, lembaga dakwah tidak hanya menjadi pengajar nilai-nilai agama, tetapi juga agen perubahan sosial yang berdampak nyata.

Terakhir, keberhasilan transformasi lembaga dakwah di era disrupsi sangat bergantung pada kemampuan lembaga untuk beradaptasi dan berinovasi. Proses ini harus dilakukan secara berkelanjutan agar dakwah tetap relevan dalam menghadapi dinamika masyarakat yang terus berubah. Dengan transformasi yang tepat, lembaga dakwah dapat memaksimalkan potensi teknologi modern untuk memperluas jangkauan, meningkatkan kualitas pesan, dan memperkuat kontribusinya terhadap kemajuan umat. (Ramadhani & Castrawijaya, 2025)

### **Peran SDM di Lembaga Dakwah dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi**

Peran sumber daya manusia (SDM) dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan di era disrupsi menjadi sangat strategis. Perubahan besar yang ditandai dengan perkembangan teknologi digital, kecerdasan buatan, dan internet of things menuntut organisasi maupun individu wirausaha untuk memiliki daya adaptasi tinggi. (Kusumaningrum & Azzahra, 2024) Kinerja manajemen SDM harus diarahkan pada pola *beyond disruption*, yakni tidak hanya sekadar merespons perubahan, tetapi mampu menciptakan terobosan dan pasar baru melalui inovasi. Artinya, keberhasilan inovasi dalam kewirausahaan ditentukan oleh sejauh mana SDM dapat mengintegrasikan teknologi dengan kreativitas untuk menjawab kebutuhan konsumen yang semakin dinamis. (Rustandi, 2019)

Selain menjadi pencipta ide inovatif, SDM juga berfungsi sebagai agen adaptasi yang siap menghadapi perubahan lingkungan bisnis. menjelaskan bahwa SDM di era Revolusi Industri 4.0 harus memiliki kompetensi literasi digital, kemampuan berpikir kritis, serta pola pikir terbuka untuk menghadapi transisi menuju Society 5.0. (Candra et

al., 2024) Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan SDM tidak hanya berkaitan dengan keterampilan teknis, melainkan juga pembentukan *growth mindset* agar lebih tangguh menghadapi ketidakpastian. Kewirausahaan yang dikelola dengan SDM bermental adaptif akan lebih mudah menemukan peluang baru di tengah perubahan pasar yang cepat.

Lebih jauh, inovasi kewirausahaan di era disrupsi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan SDM dalam membangun kolaborasi. Peluang pengembangan usaha di era disrupsi hanya dapat dicapai apabila SDM memiliki jejaring sosial dan kemitraan strategis yang luas. Kolaborasi lintas bidang menjadi kunci, karena inovasi jarang lahir dari individu yang bekerja sendiri. (Muliawaty, 2019) Dengan demikian, SDM yang mampu menjalin hubungan eksternal akan memperkuat ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif dan berdaya saing.

Namun, tantangan tetap ada. Tidak semua SDM siap menerima perubahan dan berinovasi. Masih banyak tenaga kerja yang memiliki *fixed mindset* dan resisten terhadap teknologi baru. (Hutagalung, 2025) menyoroti bahwa keterlambatan organisasi dalam meningkatkan kapasitas SDM dapat menghambat pencapaian inovasi. (Rustandi, 2019) Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang terstruktur, mulai dari pelatihan berkelanjutan, penyediaan insentif bagi ide kreatif, hingga penciptaan budaya kerja yang menghargai kegagalan sebagai bagian dari proses belajar. Dengan strategi tersebut, SDM dapat bertransformasi menjadi motor penggerak kewirausahaan inovatif di era disrupsi.

SDM merupakan unsur utama dalam keberlangsungan dan efektivitas lembaga dakwah. Keberhasilan lembaga dakwah tidak hanya ditentukan oleh visi dan misi organisasi, tetapi juga oleh kualitas, kompetensi, dan dedikasi SDM yang terlibat di dalamnya. Dalam konteks lembaga dakwah seperti MUI, SDM memiliki peran strategis sebagai penggerak utama dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program-program dakwah yang berorientasi pada peningkatan kualitas keagamaan dan kesejahteraan masyarakat. (Annisa et al., 2024) Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM menjadi keharusan agar lembaga dakwah mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Era disrupsi ditandai dengan kemajuan teknologi digital yang sangat pesat dan perubahan perilaku sosial yang dinamis. Kondisi ini memengaruhi pola dakwah yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi lebih modern, interaktif, dan berbasis teknologi. Dalam menghadapi tantangan tersebut, SDM dituntut untuk memiliki kompetensi yang tidak hanya terbatas pada pengetahuan agama, tetapi juga keterampilan dalam mengelola teknologi, komunikasi digital, serta pemahaman terhadap dinamika sosial ekonomi umat. SDM yang adaptif dan inovatif menjadi kunci keberhasilan dalam merespons perubahan ini. (Irawan, 2025)

Peran utama SDM dalam lembaga dakwah di era disruptif meliputi tiga aspek penting. Pertama, peran edukatif, yaitu memberikan pemahaman agama yang moderat dan relevan dengan kebutuhan masyarakat melalui berbagai media, termasuk platform digital. Kedua, peran pengelolaan organisasi, yakni mengembangkan strategi manajemen yang efektif agar lembaga dakwah mampu bersaing dan tetap relevan. Ketiga, peran pemberdayaan ekonomi umat, di mana SDM menjadi fasilitator dalam mengembangkan program-program kewirausahaan yang berbasis nilai-nilai Islam, sehingga dakwah tidak

## **Peran Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi: Studi pada Lembaga Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI)**

hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

Dalam konteks MUI, penguatan peran SDM terlihat melalui berbagai program pelatihan, pengembangan kompetensi, dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dakwah. MUI juga didorong untuk membentuk SDM yang memiliki wawasan kewirausahaan agar lembaga dakwah dapat mandiri secara finansial sekaligus memberdayakan ekonomi umat.

Dengan demikian, SDM yang berkualitas, adaptif, dan inovatif menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan lembaga dakwah di era disruptif. (Hidayat, 2023)

Pada era digital saat ini, teknologi memiliki peran yang krusial dalam memperluas jangkauan dakwah. Oleh karena itu, lembaga dakwah dituntut untuk mengembangkan SDM yang memiliki keterampilan dalam pemanfaatan teknologi, seperti pembuatan konten dakwah, pengelolaan situs web, pemanfaatan media sosial, hingga penggunaan aplikasi untuk pembelajaran Islam jarak jauh. Pemanfaatan teknologi tidak hanya mempermudah penyebaran pesan dakwah ke khalayak yang lebih luas, tetapi juga membuka peluang untuk menjangkau generasi muda yang lebih familiar dengan dunia digital. (W. Nikmah et al., 2023)

### **Strategi MUI dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi**

Era disrupsi memunculkan tantangan baru sekaligus peluang bagi lembaga dakwah untuk menyelaraskan tradisi spiritual dengan dinamika ekonomi modern. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya harus menyebarkan nilai-nilai agama secara spiritual, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan melalui kewirausahaan Islami. Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki peran strategis dalam merancang program-program yang mengintegrasikan dakwah, kewirausahaan, dan teknologi digital agar tetap relevan dan berdampak.

Salah satu strategi konkret yang dijalankan adalah pemberdayaan ekonomi umat melalui langkah-langkah struktural seperti:

- Meluncurkan pelatihan kewirausahaan berbasis nilai syariah.
- Mengakselerasi literasi keuangan Islami, terutama untuk sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
- Mengoptimalkan sertifikasi halal sebagai nilai tambah produk.
- Menjalinkan kolaborasi digital melalui platform e-commerce dan media sosial. (Putra et al., 2021)

Menjawab tantangan era disrupsi membutuhkan lembaga dakwah seperti MUI untuk merumuskan strategi inovatif yang mengintegrasikan semangat kewirausahaan. Salah satu pendekatan penting adalah melalui **perencanaan inovasi kewirausahaan**. Lembaga dakwah perlu mengembangkan model bisnis berlandaskan nilai Islam dengan memadukan visi kewirausahaan, diversifikasi sumber pendanaan, dan optimalisasi teknologi digital dalam operasional dan aktivitas dakwah. (Aswari & Castrawijaya, 2024)

Selanjutnya, strategi konkret yang banyak diterapkan adalah **sertifikasi halal sebagai instrumen dakwah dan ekonomi**. Program seperti "Gerakan Masyarakat Sadar Halal" (GEMAR HALAL) oleh MUI di Jawa Tengah membuktikan bahwa sertifikasi halal tidak hanya menciptakan reputasi keagamaan tetapi juga menjadi alat pemberdayaan

ekonomi melalui promosi dan edukasi konsumen.(Wahyuningrum et al., 2017) Keberhasilan ini juga dipengaruhi oleh dukungan internal sumber daya dan kolaborasi eksternal.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki peran strategis dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan, salah satunya melalui pendidikan berbasis nilai Islam. MUI mendorong lahirnya wirausahawan muslim yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan menyusun kurikulum kewirausahaan di lembaga pendidikan Islam, sehingga santri maupun mahasiswa dapat memiliki *entrepreneurial mindset* sejak dini. Kurikulum ini mencakup pemahaman tentang manajemen usaha, inovasi bisnis, serta penerapan etika dalam berwirausaha sesuai ajaran Islam. Selain itu, MUI juga menjalin kolaborasi dengan lembaga pendidikan formal dan pemerintah untuk memperluas dampak program tersebut. Strategi ini terbukti efektif dalam mencetak wirausahawan muda yang mampu bersaing di era modern namun tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman.(Mukhyar, 2021)

Lebih lanjut, literatur tentang *social entrepreneurship* menekankan pentingnya lembaga dakwah mengadopsi model kewirausahaan sosial sebagai strategi keberlanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa lembaga dakwah yang menerapkan pendekatan sosial kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap pemberdayaan masyarakat, mengurangi ketergantungan pada donasi eksternal, serta memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi dalam penyampaian pesan dakwah.(Isnaini & Castrawijaya, 2024)

Selain itu, MUI juga berperan dalam pengembangan ekonomi Islam di tingkat lokal, seperti yang dilakukan oleh MUI Mandailing Natal. Strategi yang diterapkan meliputi edukasi terpadu yang menggabungkan aspek keagamaan, sosial, dan ekonomi. Salah satu bentuk implementasinya adalah dengan menerbitkan fatwa ekonomi syariah yang relevan dengan kondisi masyarakat setempat, memberikan mediasi pada berbagai persoalan ekonomi umat, serta menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah dan institusi terkait. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang sehat dan berbasis nilai-nilai Islam, sehingga dapat memberdayakan masyarakat sekaligus memperkuat perekonomian daerah. Dengan pendekatan ini, MUI Mandailing Natal berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya praktik ekonomi yang halal dan berkeadilan.(Setiawati, 2024)

Sebagai contoh penerapan digitalisasi, MUI dapat mengembangkan platform e-commerce halal, aplikasi edukasi daring, dan media sosial interaktif. Langkah ini tidak hanya memperluas cakupan dakwah, tetapi juga membuka peluang pelatihan dan pemasaran produk ekonomi umat. Pendekatan seperti ini menunjukkan integrasi antara inovasi dan dakwah, dan semakin relevan di era digital.(Wirianisa & Zen, 2024)

Dalam era digital, transformasi ini semakin diperkaya dengan pemanfaatan teknologi oleh lembaga dakwah. MUI didorong untuk merambah ke ranah digital—membangun konten dakwah kreatif, website interaktif, aplikasi edukasi Islami, hingga e-commerce halal—sehingga pesan dakwah dan peluang ekonomi menyatu dalam sentuhan teknologi yang inklusif dan mudah diakses oleh generasi milenial dan Gen Z.(Wirianisa & Zen, 2024)

Pandangan kritis akademis mendukung integrasi ini. Contohnya, penelitian tentang kewirausahaan Islami di era disrupsi menekankan pentingnya memasukkan nilai-

## **Peran Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi: Studi pada Lembaga Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI)**

nilai Islam ke dalam pendidikan kewirausahaan agar praktik bisnis lebih etis dan berkelanjutan. (Fadhlurrahman, 2023) Selain itu, kajian tentang lembaga dakwah modern juga menyatakan bahwa visi organisasi, teknologi digital, dan inovasi budaya menjadi pilar utama dalam membangun institusi dakwah yang relevan di era disrupsi. (Ramadhani & Castrawijaya, 2025)

Dengan demikian, strategi dakwah MUI dalam kerangka era disrupsi bukan sekadar adaptasi teknis, tetapi merupakan perpaduan antara spiritualitas, nilai syariah, inovasi organisasi, dan digitalisasi. Pendekatan ini berefek ganda: memperkuat daya dakwah sekaligus memperluas kontribusi lembaga pada perekonomian umat dan relevansi sosial.

### **KESIMPULAN**

Transformasi lembaga dakwah di era disrupsi menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki. SDM yang kompeten, adaptif, dan inovatif mampu mengintegrasikan nilai-nilai dakwah dengan prinsip kewirausahaan Islam secara produktif. Dalam konteks Majelis Ulama Indonesia (MUI), SDM berperan penting dalam mengembangkan berbagai program seperti pelatihan kewirausahaan syariah, literasi keuangan Islam, dan sertifikasi halal sebagai instrumen dakwah sekaligus pemberdayaan ekonomi umat.

Era disrupsi memberikan tantangan sekaligus peluang bagi lembaga dakwah untuk memperluas jangkauan melalui digitalisasi. Pemanfaatan teknologi informasi, media sosial, dan platform digital menjadi sarana efektif dalam memperkuat pesan dakwah serta menghubungkannya dengan kegiatan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam. Dengan demikian, lembaga dakwah seperti MUI dapat berfungsi ganda sebagai penjaga nilai spiritual dan penggerak inovasi ekonomi umat.

Secara keseluruhan, peran SDM menjadi faktor utama dalam mewujudkan dakwah yang relevan dan berkelanjutan di era disrupsi. Penguatan kapasitas, literasi digital, dan semangat kewirausahaan Islami perlu terus dikembangkan agar lembaga dakwah mampu menjadi pusat inovasi yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Annisa, N., Handayani, T., Jama, H. A., Islam, U., Syarif, N., Jakarta, H., & Jakarta, U. M. (2024). *Perkembangan Teknologi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Lembaga Dakwah ( Studi pada Lembaga Dakwah NU dan Muhammadiyah )*. 6.
- Aswari, N. N., & Castrawijaya, C. (2024). Journal of Da ' wah. *Journal of Da ' wah*, 3, 101–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4356>
- Candra, Zahara, Hakim, F., Lusono, A., & Kraugusteliana. (2024). Peluang Dan Tantangan Manajemen Sumber Daya Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan Di Era Society 5.0. *Edunomika*, 08(02), 1–8.
- Fadhlurrahman, M. N. H. (2023). Islamic entrepreneurship education in the era of disruption in indonesia. *Islam in World Perspectives*, 2(2), 79–86. file:///C:/Users/Personal/OneDrive/SKRIPSI DINDA/New folder/10195-Article Text-40126-1-10-20240412.pdf



- Hakim, Lukmanul, A. S., Sulaiman, R., & Fahmi, M. R. F. (2025). Optimalisasi Peran MUI Kalimantan Barat dalam Penguatan Moderasi Beragama di Era Disrupsi Digital. *SUJUD: Jurnal Agama, Sosial & Budaya*, 1(3), 381–389.
- Handayani, N. A. T., & Castrawijaya, C. (2024). Produk Kewirausahaan dan Inovasi Lembaga Dakwah di Era Disruptif. *IHSANIK: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(4), 118–131.
- Hasibuan, I. A., & Castrawijaya, C. (2024). Analysis of Entrepreneurial Opportunities in Da'wah Institutions. *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 6(2), 67–83. <file:///C:/Users/Personal/Downloads/11298-Article Text-28971-2-10-20241231.pdf>
- Hidayat, F. (2023). Tingkatkan Kapasitas SDM, MUI DKI Jakarta Gelar Workshop Capacity Building. In *Majelis Ulama Indonesia Provinsi DKI Jakarta*. <https://muijakarta.or.id/tingkatkan-kapasitas-sdm-mui-dki-jakarta-gelar-workshop-capacity-building/>
- Hutagalung, D. S. (2025). Manajemen Mindset: Analisis Peran Pola Pikir Adaptif dan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(2), 01–12. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.5883>
- Irawan, D. (2025). *Strategi Komunikasi Dakwah ( Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital )*. 8(1), 1–16.
- Irfan Syuhudi, & Castrawijaya, C. (2024). Optimalisasi Lingkungan Lembaga Dakwah Menghadapi Era Disrupsi: Pendekatan Inovasi dan Kewirausahaan. *GLOBAL COMMUNICO Jurnal Mahasiswa Komunikasi Dan Dakwah*, 1, 1–10.
- Isnaini, M. M. R., & Castrawijaya, C. (2024). Peluang Lembaga Dakwah dalam Kewirausahaan dan Inovasi di Era Disruptif. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(6), 01–11. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i6.1705>
- Kahfi, A. (2025). Transformasi Pemikiran Manajemen Dakwah : Dari Paradigma Tradisional ke Era Digital. *Journal of Da'wah*, 4(1), 1–28. <https://doi.org/10.32939/jd.v4i1.5931>
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Kusumaningrum, H., & Azzahra, S. (2024). Peran Strategis Sumber Daya Manusia dalam Menggerakkan Inovasi Kewirausahaan Perusahaan. *Aslamiah: Jurnal Pendidikan Ekonomi Sosial & Budaya*, 2(2), 200–216. <http://www.jurnal.zarilgapari.org/index.php/aslamiah/article/view/88%0Ahttps://www.jurnal.zarilgapari.org/index.php/aslamiah/article/download/88/160>
- Kuswanto, H. H., & Castrawijaya, C. (2024). Motivasi Inovasi Kewirausahaan Lembaga Dakwah di Era Disruptif. *JIMAD : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 12–30. <https://doi.org/10.59585/jimad.v2i1.516>
- Mukhyar. (2021). Tinjauan Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Mengoptimalkan Pengembangan Pendidikan Entrepreneurship. *Ar-Ribhu Journal Of Islamic Economics*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v4i2.422>

## **Peran Sumber Daya Manusia dalam Mengembangkan Inovasi Kewirausahaan di Era Disrupsi: Studi pada Lembaga Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI)**

- Muliawaty, L. (2019). Peluang Dan Tantangan Sumber Daya Manusia Di Era Disrupsi. *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v10i1.1416>
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial. *Mu A's Arah : Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 45–52. <file:///C:/Users/Personal/Downloads/3666-Article Text-10588-1-10-20200721.pdf>
- Nikmah, W., Mukarromah, A., Widyansyah, D., & Anshori, M. I. (2023). Penggunaan Teknologi dalam Pengembangan SDM. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 1(5), 366–386. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v1i4.511>
- Putra, F. P., Kusnawan, A., & Yulianai, Y. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Sertifikasi Halal MUI. *TADBIR Jurnal Manajemen Dakwah*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/tadbir.v6i1.18810>
- Ramadhani, L. F., & Castrawijaya, C. (2025). Membangun Lembaga Dakwah Yang Inovatif Di Era Disruptif. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu (JIMI)*, 2, 08–12. <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimi/article/view/324/334>
- Rustandi. (2019). Kinerja Manajemen Sumber Daya Manusia di Eradisrupsi. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 10(02), 74. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4338>
- Setiawati, P. C. (2024). Strategi Majelis Ulama Indonesia (MUI) Mandailing Natal Dalam Mengembangkan Ekonomi Islam. *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 76–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.56874/eksya.v5i2.2222>
- Wahyuningrum, A., Anasom, H., & Kusmanto, T. Y. (2017). Strategi Dakwah Mui (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah Melalui Sertifikasi Halal. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35(2), 186. <https://doi.org/10.21580/jid.v35.2.1618>
- Wirianisa, S., & Zen, M. (2024). Peran Mui Pusat Dalam Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Implementasi Aplikasi Dakwah Mui. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(2), 318–328. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i2.33647>