



Strategi Positioning Sertifikasi Khatib sebagai Instrumen Standardisasi Dakwah Moderat dan Penguatan Ekonomi Umat: Studi pada Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LD PBNU)

Fitrah Amaliah Hasibuan^{1*}, Muhamad Zen², Fatmawati³

¹⁻³ Magister Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

*Email : fitrahmaliahhasibuan07@gmail.com, zen@uinjkt.ac.id, fatmawati@uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi positioning kelembagaan yang dibangun Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LD PBNU) melalui program standardisasi dan sertifikasi khatib, serta menelaah relevansinya bagi penguatan dakwah moderat dan ekonomi umat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan yang dilengkapi analisis dokumen atas publikasi program, pemberitaan, dan literatur ilmiah terkait. Data dianalisis dengan analisis isi menggunakan kerangka teori positioning, yang dioperasionalkan ke dalam empat dimensi, yaitu segmen sasaran, titik kesamaan, titik pembeda, dan bukti pendukung. Hasil analisis menunjukkan bahwa LD PBNU memosisikan diri bukan sebagai pemberi izin berkhotbah, melainkan sebagai pembina kompetensi yang bertumpu pada tradisi keilmuan pesantren dan manhaj Ahlussunnah wal Jama'ah. Titik pembeda tersebut memisalkannya dari sertifikasi yang berbasis otoritas administratif negara maupun otoritas fatwa, sekaligus meredakan kekhawatiran publik terhadap kontrol politik atas mimbar. Adapun keterkaitan sertifikasi dengan penguatan ekonomi umat diposisikan sebagai proposisi teoretis dan bukan temuan empiris: sertifikasi berpotensi menautkan legitimasi kompetensi dengan kepercayaan publik, peluang penugasan, dan penataan honorarium, namun rantai tersebut masih memerlukan pengujian lapangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikasi khatib berfungsi ganda, yakni sebagai pengendali mutu dakwah sekaligus penanda posisi kelembagaan, dengan tantangan utama berupa resistensi sosial, keterbatasan sumber daya, dan persepsi komersialisasi dakwah.

Kata kunci: Sertifikasi Khatib; Positioning Kelembagaan; Dakwah Moderat; Ekonomi Umat; LD PBNU

ABSTRACT

*This study examines the institutional positioning strategy developed by the Da'wah Institute of the Nahdlatul Ulama Executive Board (LD PBNU) through its preacher standardization and certification programme, and assesses its relevance to strengthening moderate preaching and the community economy. The study employs a descriptive qualitative approach using library research complemented by document analysis of programme publications, news reports, and related scholarly literature. The data were analysed through content analysis using positioning theory, operationalised into four dimensions: target segment, points of parity, points of difference, and reason to believe. The analysis shows that LD PBNU positions itself not as a licensing authority for preaching but as a competence-development body grounded in pesantren scholarly tradition and the *Ahlussunnah wal Jama'ah* manhaj. This point of difference distinguishes it from certification based on state administrative authority or on fatwa authority, while addressing public concern over political control of the pulpit. The link between certification and the strengthening of the community economy is presented as a theoretical proposition rather than an empirical finding; certification may connect competence legitimacy with public trust, assignment opportunities, and honorarium arrangements, yet this chain still requires field testing. The study concludes that preacher certification serves a dual function, as an instrument of quality control and as a marker of institutional position, facing challenges of social resistance, limited resources, and perceptions of commercialisation.*

Keywords: Preacher Certification; Institutional Positioning; Moderate Preaching; Community Economy; LD PBNU.

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan tugas mulia dalam Islam yang berkedudukan sebagai kelanjutan misi para nabi dan rasul dalam menyeru manusia kepada kebaikan dan ketaatan kepada Allah. Meskipun demikian, dalam praktik sosial keseharian, dakwah kerap dipahami dalam jangkauan yang sempit, yaitu semata-mata sebagai tugas ulama dan semata-mata berbentuk ceramah. Penyempitan makna tersebut berimplikasi pada lemahnya perhatian terhadap mutu penyampaian pesan, padahal mimbar khutbah merupakan salah satu saluran komunikasi keagamaan dengan jangkauan paling luas dan paling rutin di Indonesia. Karena itu, standardisasi kompetensi dai dan khatib diperlukan agar pesan dakwah tetap berada dalam koridor Islam yang moderat, inklusif, dan *rahmatan lil 'alamin* (Zen, Abdillah, & Fatmawati, 2024).

Kebutuhan tersebut semakin mendesak seiring terbukanya akses produksi dan distribusi pesan keagamaan melalui media digital. Di satu sisi, keterbukaan ini memperluas jangkauan dakwah; di sisi lain, ia melemahkan mekanisme penyaringan otoritas keilmuan sehingga siapa pun dapat tampil sebagai penceramah tanpa rujukan keilmuan yang jelas. Dalam situasi demikian, wacana

standardisasi penceramah muncul sebagai respons kelembagaan, sekaligus memicu polemik publik mengenai batas antara penjaminan mutu dan pengendalian mimbar (Kamaludin, 2024).

Di antara lembaga yang menempuh jalur penjaminan mutu tersebut adalah Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LD PBNU), lembaga berskala nasional yang bergerak di bidang dakwah Islam di lingkungan Nahdlatul Ulama (Zen & Wali, 2023). Bersama Badan Pengurus Masjid Istiqlal dan Lembaga Takmir Masjid PBNU, LD PBNU menyelenggarakan Program Standardisasi Kompetensi Imam dan Khatib Jumat yang berlangsung rutin setiap bulan; angkatan ke-IX diselenggarakan pada 27 April 2025 di Aula Pusdiklat Masjid Istiqlal, Jakarta. Program ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas imam dan khatib agar mampu menyampaikan dakwah yang solutif, mendidik, relevan, dan moderat, serta memiliki kompetensi keilmuan, etika, dan kepekaan sosial dalam membimbing umat.

Kajian terdahulu mengenai sertifikasi pendakwah bergerak pada tiga arah. Pertama, kajian yang menyoroti respons dai terhadap gagasan sertifikasi serta membedakan sertifikasi sebagai izin dan sebagai penanda kompetensi (Fahrurrozi, 2018; Syarifudin, 2018). Kedua, kajian yang membaca sertifikasi sebagai wacana publik yang sarat pro-kontra di media massa (Kamaludin, 2024). Ketiga, kajian yang menilai kontribusi sertifikasi terhadap penguatan moderasi beragama, khususnya program Sertifikasi Dai Majelis Ulama Indonesia (Ahwani & Hasiolan, 2025) serta strategi pemasarannya (Zen, Abdillah, & Fatmawati, 2024). Adapun kajian mengenai LD PBNU sejauh ini lebih banyak menyoroti adaptasi dakwah digital dan pemberdayaan ekonomi umat (Zen & Wali, 2023; Zen, Alhaq, & Fatmawati, 2025).

Dari peta tersebut tampak dua kesenjangan. Pertama, belum ada kajian yang membaca program sertifikasi khatib LD PBNU secara khusus sebagai strategi *positioning* kelembagaan, yakni upaya menempatkan citra tertentu mengenai mutu, otoritas, dan legitimasi dakwah dalam benak khalayak. Kedua, dimensi ekonomi dari sertifikasi umumnya disebut sepintas tanpa penjelasan mekanisme yang menghubungkan sertifikasi dengan perbaikan kehidupan pelaku dakwah. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengajukan dua pertanyaan: (1) bagaimana LD PBNU membangun *positioning* kelembagaan melalui program sertifikasi khatib, dan (2) sejauh mana program tersebut dapat ditautkan dengan penguatan ekonomi umat. Kontribusi penelitian terletak pada penerapan kerangka *positioning* secara operasional pada lembaga dakwah, serta pada perumusan tautan sertifikasi–ekonomi umat sebagai proposisi yang dapat diuji, bukan sebagai klaim yang diandaikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) yang dilengkapi analisis dokumen. Studi

kepastakaan merupakan metode yang bertumpu pada pengumpulan, evaluasi, dan analisis sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian, mencakup buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, serta sumber daring dan repositori institusional. Metode ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai perkembangan konsep dan teori, sekaligus mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang dapat diisi penelitian lanjutan (Sari, Susmita, & Ikhlas, 2025).

Sumber data dibedakan menjadi dua. Sumber primer berupa dokumen dan publikasi program standarisasi kompetensi imam dan khatib LD PBNU serta pemberitaan yang meliput penyelenggaraannya. Sumber sekunder berupa artikel jurnal dan buku yang membahas sertifikasi pendakwah, moderasi beragama, dan teori *positioning*. Seluruh bahan dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengodekan pernyataan yang berkaitan dengan sasaran program, klaim mutu, dasar otoritas, dan manfaat yang dijanjikan, kemudian mengelompokkannya ke dalam empat dimensi *positioning* yang telah dirumuskan pada kajian teori.

Perlu ditegaskan bahwa penelitian ini tidak melakukan pengumpulan data lapangan, baik berupa wawancara dengan pengelola program dan peserta sertifikasi maupun survei persepsi jemaah. Konsekuensinya, analisis yang disajikan bersifat interpretatif atas dokumen dan bukan pengujian hubungan sebab-akibat. Simpulan mengenai *positioning* karenanya dibaca sebagai posisi yang *diartikulasikan* lembaga melalui dokumen dan program, bukan sebagai persepsi khalayak yang telah terukur. Demikian pula tautan antara sertifikasi dan penguatan ekonomi umat diposisikan sebagai proposisi teoretis yang masih memerlukan verifikasi empiris. Keterbatasan ini sekaligus menjadi pijakan bagi agenda penelitian lanjutan yang diuraikan pada bagian penutup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Sertifikasi Khotib dalam Perspektif Dakwah Kontemporer

Khatib adalah predikat atau sebutan yang dialamatkan kepada seseorang yang menyampaikan khutbah. Dalam ilmu Komunikasi ini merupakan salah satu bentuk komunikasi intra personal antara komunikator dengan komunikan yang terjadi di tempat tertentu yaitu Masjid. Khutbah sama halnya ceramah yang dalam kamus Bahasa Indonesia adalah pidato yang bertujuan memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk sementara ada audiens yang bertindak sebagai pendengar. Audiens yang dimaksud disini adalah keseluruhan untuk siapa saja, khalayak ramai, masyarakat luas, atau lazim. Jadi ceramah adalah pidato yang bertujuan untuk memberikan nasehat kepada khalayak umum atau masyarakat luas (Syarifudin, 2018).

Sertifikasi yang dimaksud adalah pemberian sertifikat kepada para da'i yang memenuhi kualifikasi sesuai standar pemerintah atau organisasi masyarakat sebagai tanda bahwa yang bersangkutan memiliki kelayakan untuk khotbah tampaknya sulit untuk dilaksanakan. Hal ini bukan saja karena menyangkut teknis sertifikasi melainkan juga karena adanya resistensi dari masyarakat. Karena sertifikasi model ini dipahami bahwa pemerintah mempunyai tendensi politik, khususnya sebagai kontrol atau pembatas yang dilakukan pemerintah terhadap khatib. Namun jika sertifikasi dalam makna kompetensi khatib bukan pembatasan, apalagi sertifikasi sebagai izin khotbah tidak menjadi soal, sehingga seorang khatib yang ingin mendapatkan sertifikat harus mengikuti pelatihan terlebih dahulu

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka tantangan tugas para khatib semakin berat, karena dalam kenyataan kehidupan di tataran masyarakat mengalami perubahan pola hidup yang menonjol. Dalam situasi demikian, dalam menuju keberhasilan kegiatan khutbah tersebut, maka perlu sekali keberadaan khatib yang terampil untuk memiliki kemampuan, kecakapan yang memadai sehingga mampu memutuskan menen tukan sebuah proses kegiatan berhasil guna, berdaya guna dalam upaya pencapaian tujuan yang diinginkan (Fahrurrozi, 2018).

Pesan dakwah harus dikemas semenarik mungkin agar memiliki daya tarik sehingga dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di YouTube agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan YouTube, Instagram, dan sebagainya, sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. Kedua, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang ditinggalkan orang (Efendi, 2021).

Sertifikasi khatib ialah proses penilaian atau pembinaan yang bertujuan untuk memastikan seorang khatib memiliki kompetensi menyampaikan khutbah, seperti pemahaman agama yang luas, kemampuan berbicara, dan kelayakan isi khutbah. Dalam praktik di Indonesia, istilah ini sering dibahas sebagai Upaya standarisasi kualitas khatib.

Dengan demikian, sertifikasi khatib berperan sebagai instrumen pengendali mutu (quality control) dalam praktik dakwah, sehingga materi khutbah yang disampaikan tetap berada dalam koridor ajaran Islam yang moderat, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Lebih lanjut, melalui proses pembinaan yang terstruktur, sertifikasi ini juga membuka ruang

bagi peningkatan profesionalisme khatib, baik dari aspek kompetensi, etika dakwah, maupun adaptasi terhadap perkembangan media dan teknologi. Oleh karena itu, implementasi sertifikasi khatib tidak dapat dilepaskan dari berbagai aspek pendukung yang saling berkaitan, sebagaimana dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. Analisis Strategis dalam perencanaan program atau organisasi

Aspek	Rincian dan Strategi Implementasi
Standar Kompetensi	Pemahaman agama luas, kemampuan retorika, dan etika dakwah.
Nilai Moderasi	Berwawasan Aswaja, inklusif, dan menjadi <i>rahmatan lil 'alamin</i> .
Strategi Positioning	Membangun citra LDPBNU sebagai otoritas penjaga kualitas dakwah.
Penguatan Ekonomi	Legitimasi profesi, standarisasi honorarium, dan peluang kerja formal.
Media Dakwah	Pemanfaatan YouTube, Instagram, vlog, infografis, dan meme.
Transformasi Sosial	Membangun kesadaran sosial dan mengurangi perilaku negatif masyarakat.

Sumber: data diolah dari berbagai sumber

Tabel tersebut menunjukkan sebuah strategi pengembangan organisasi yang komprehensif dengan mengintegrasikan kualitas sumber daya manusia, penguatan ideologi, dan adaptasi teknologi. Melalui standarisasi kompetensi dan nilai moderasi Aswaja, LDPBNU berusaha membangun legitimasi kuat yang tidak hanya meningkatkan posisi tawar organisasi secara profesional, tetapi juga membuka jalan bagi penguatan ekonomi para da'i melalui peluang kerja formal dan standarisasi honorarium. Keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada efektivitas pemanfaatan media digital sebagai sarana penyebaran pesan yang inklusif, yang pada akhirnya bermuara pada transformasi sosial nyata di masyarakat sesuai prinsip *rahmatan lil 'alamin*.

Strategi Positioning LDPBNU dalam Program Sertifikasi Khotib

Bagian ini membaca program sertifikasi khatib LD PBNU dengan empat dimensi *positioning* yang telah dirumuskan pada kajian teori. Pada dimensi segmen sasaran, program ini menyasar dua kelompok sekaligus. Segmen primer adalah imam dan khatib Jumat, khususnya yang berafiliasi dengan jaringan Nahdlatul Ulama dan takmir masjid mitra. Segmen sekunder adalah pengurus masjid dan jemaah, yang berperan sebagai pihak penilai kelayakan seorang khatib. Penyelenggaraan program di Masjid Istiqlal, masjid negara dengan visibilitas tinggi, menunjukkan bahwa sasaran persepsi program tidak terbatas pada peserta pelatihan, melainkan juga publik yang lebih luas.

Pada dimensi titik kesamaan, LD PBNU menegaskan atribut yang juga diklaim penyelenggara lain, yaitu kompetensi keilmuan, kemampuan retorika, etika dakwah, dan komitmen pada moderasi beragama. Pemenuhan atribut ini

penting agar program diakui setara dengan program sejenis, seperti Sertifikasi Dai MUI yang juga menekankan kompetensi dan moderasi (Ahwani & Hasiolan, 2025). Titik kesamaan tidak menjadikan lembaga unggul, tetapi menjadikannya layak dipertimbangkan.

Perbedaan justru terletak pada dimensi titik pembeda, yang dapat dilacak dari tiga hal. Pertama, dasar otoritas. Program yang diinisiasi Kementerian Agama bertumpu pada otoritas administratif negara sehingga paling rentan dibaca sebagai kontrol atas mimbar (Kamaludin, 2024), sedangkan MUI bertumpu pada otoritas fatwa lintas organisasi. LD PBNU bertumpu pada otoritas tradisi keilmuan pesantren dan kesinambungan sanad di lingkungan Nahdlatul Ulama. Kedua, rujukan manhaj. LD PBNU secara eksplisit menautkan standar kompetensi dengan manhaj Ahlussunnah wal Jama'ah an-Nahdliyah, sehingga moderasi tidak diposisikan sebagai kebijakan yang datang dari luar, melainkan sebagai kelanjutan tradisi keagamaan yang telah dianut jemaahnya sendiri. Ketiga, bentuk layanan. Program diselenggarakan sebagai pembinaan rutin bulanan berbasis pelatihan, bukan sebagai perizinan sekali jadi, sehingga posisi yang dibangun adalah pembina kompetensi dan bukan pemberi izin berkhutbah.

Bukti pendukung atas klaim posisi tersebut diartikulasikan melalui beberapa perangkat: keberlanjutan program yang telah mencapai angkatan ke-IX, kemitraan kelembagaan dengan Badan Pengurus Masjid Istiqlal dan Lembaga Takmir Masjid PBNU, penyusunan pedoman dakwah, serta penegasan bahwa dakwah harus beretika, berwawasan Aswaja, dan relevan dengan tantangan zaman. Kemitraan dengan Masjid Istiqlal berfungsi ganda, yakni sebagai dukungan teknis penyelenggaraan sekaligus sebagai penanda simbolik yang memperkuat kredibilitas program di mata publik.

Dibaca secara keseluruhan, *positioning* yang dibangun LD PBNU dapat dirumuskan sebagai pembina mutu dakwah berbasis tradisi pesantren dan manhaj Aswaja, bukan pengendali mimbar. Rumusan ini fungsional karena sekaligus menjawab sumber resistensi terbesar terhadap sertifikasi, yaitu kekhawatiran akan pembatasan kebebasan berdakwah. Meskipun demikian, posisi tersebut mengandung risiko yang perlu dicatat: apabila cakupan program tetap terbatas pada jaringan internal Nahdlatul Ulama, klaim sebagai penjaga mutu dakwah berskala nasional sulit dipenuhi; sebaliknya, apabila diperluas jauh melampaui jaringan tersebut, titik pembeda yang berbasis manhaj justru dapat melemah. Rangkuman pembacaan ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembacaan Dimensi Positioning Program Sertifikasi Khatib LD PBNU

Dimensi	Artikulasi dalam program LD PBNU	Perbandingan dengan penyelenggara lain
Segmen sasaran	Imam dan khatib Jumat jaringan NU serta takmir masjid mitra; jemaah sebagai segmen sekunder.	MUI dan Kementerian Agama cenderung menyasar penceramah lintas organisasi.
Titik kesamaan	Kompetensi keilmuan, retorika, etika dakwah, dan komitmen moderasi.	Atribut serupa juga diklaim MUI dan Kementerian Agama.
Titik pembeda	Otoritas tradisi keilmuan pesantren; manhaj Aswaja an-Nahdliyah; pembinaan rutin, bukan perizinan.	Kementerian Agama bertumpu pada otoritas administratif negara; MUI pada otoritas fatwa.
Bukti pendukung	Program bulanan hingga angkatan ke-IX; kemitraan Masjid Istiqlal dan LTM PBNU; pedoman dakwah.	Legitimasi regulatif dan kelembagaan formal.
Risiko posisi	Jangkauan terbatas pada jaringan internal dan potensi persepsi eksklusivitas.	Rentan dibaca sebagai kontrol negara atas mimbar.

Sumber: hasil analisis penulis atas dokumen program dan literatur terkait, khususnya Kamaludin (2024) serta Ahwani dan Hasiolan (2025).

Sertifikasi Khotib sebagai Instrumen Standarisasi Dakwah Moderat

Sertifikasi Dai yang diinisiasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan sebuah program penilaian kompetensi bagi para pendakwah yang bertujuan untuk memastikan bahwa dakwa yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang rahmatan lil alamin. Sertifikasi ini menunjukkan bahwa seorang dai memiliki pemahaman agama yang mendalam, kemampuan komunikasi yang baik, dan komitmen pada nilai moderasi agama. Selain itu, program ini bertujuan untuk menangani masalah dakwah yang sering disalahgunakan untuk mendukung sektarianisme atau radikalisme. Diharapkan dai yang disertifikasi dapat menyampaikan dakwah secara inklusif, fleksibel, dan sesuai dengan konteks harmoni sosial Masyarakat (Ahwani & Hasiolan, 2025).

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surah Al-Anbiya ayat 107

لِّلْعَظِيمِينَ رَحْمَةً إِلَّا أَرْسَلْنَاكَ وَمَا

Artinya: Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.” (QS. Al-Anbiya: 107).

Ayat ini menunjukkan bahwa misi utama diutusnya Nabi Muhammad adalah untuk membawa rahmat bagi seluruh alam, tidak hanya bagi umat manusia, tetapi juga bagi seluruh makhluk di alam. Sebagai umat Islam, kita diharapkan untuk meneladani sifat Rasulullah SAW dan menjadikan Islam sebagai rahmat yang membawa kebaikan, kedamaian, dan keadilan bagi semuanya (Rohim, 2025).

Implementasi Sertifikasi Khotib terhadap Penguatan Ekonomi Umat

Seseorang disebut profesional dalam bidang pekerjaannya apabila memiliki pengetahuan, kemampuan dan keterampilan yang lebih tinggi dalam melaksanakan profesinya. Oleh karena itu untuk menjadi seorang yang profesional dalam bidang tertentu harus mempersiapkan diri terlebih dahulu melalui pendidikan yang tepat dan pengalaman serta pembinaan mental yang memadai. Dalam hal ini, jelaslah bahwa pekerjaan Penyuluh Agama sebagai profesi yang harus dijunjung tinggi. Maka tentunya mereka harus memiliki sikap dan mental profesional dalam menjalani profesinya. Di antara sikap dan mental profesional yang harus dimiliki oleh Penyuluh Agama adalah sebagai berikut:

- a. Proses kerja seseorang profesional mencitrakan refleksi integritas diri yang bermoral, berwatak, berkarakter serta memiliki kompetensi yang tinggi dan memiliki pemahaman yang luas serta kesadaran tinggi terhadap visi dan misi profesi, dalam arti memiliki standar kualitas.
- b. Proses kerja seorang profesional mengacu kepada iktikad untuk mewujudkan kebajikan bagi umat manusia demi tegaknya kehormatan profesinya dan tidak selalu mengharapkan imbalan materi serta tidak terjerat oleh kepentingan seketika dan pragmatis, berarti ada jaminan kualitas dalam pekerjaannya.
- c. Proses kerja professional seseorang dilandasi Kemahiran teknis yang berkualitas tinggi yang diraih melalui proses Pendidikan atau pelatihan yang Panjang (Rohman & Nugraha, 2017).

Sertifikasi khotib memiliki peluang ekonomi yang signifikan dalam meningkatkan profesionalisme dan kesejahteraan pelaku dakwah. Melalui sertifikasi, khotib memperoleh legitimasi kompetensi yang dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik, sehingga memperbesar peluang untuk memperoleh penugasan dalam berbagai kegiatan dakwah formal maupun nonformal. Selain itu, sertifikasi juga berpotensi mendorong standarisasi honorarium profesi khotib serta membuka akses kerja pada berbagai lembaga keagamaan dan instansi formal. Dalam konteks yang lebih luas, keberadaan khotib yang kompeten dapat berkontribusi terhadap penguatan ekonomi umat melalui penyampaian dakwah yang berorientasi pada pemberdayaan sosial dan ekonomi masyarakat.

Dakwah memiliki peran penting sebagai alat transformasi sosial, terutama dalam upaya mengubah perilaku dan nilai-nilai masyarakat. Melalui pendekatan komunikasi yang efektif, dakwah dapat menjadi sarana untuk menyebarkan pesan moral dan etika Islam yang bertujuan memperbaiki kehidupan individu maupun masyarakat secara keseluruhan

- a. **Penyampaian Nilai-nilai Kebajikan:** Dakwah, melalui berbagai media komunikasi, berfungsi untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan yang sesuai dengan ajaran Islam. Pendekatan komunikasi yang efektif dapat memastikan bahwa pesan-pesan ini disampaikan dengan cara yang dapat diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga mendorong perubahan perilaku yang lebih positif.
- b. **Penggunaan Media dan Teknologi:** Dalam era digital, dakwah semakin mengandalkan teknologi dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui konten yang relevan dan pendekatan yang adaptif, dakwah dapat mempengaruhi perilaku masyarakat secara luas, baik di tingkat individu maupun kelompok, dengan menekankan pentingnya akhlak yang baik dan kehidupan yang selaras dengan nilai-nilai Islam.
- c. **Pendekatan Empati dan Dialog:** Dakwah yang efektif seringkali menggunakan pendekatan komunikasi yang empatik dan berbasis dialog, yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Hal ini memungkinkan para pendakwah untuk lebih memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, serta menyesuaikan pesan dakwah agar lebih relevan dan mampu menjawab permasalahan sosial yang ada.
- d. **Transformasi Sosial Berbasis Nilai:** Dakwah tidak hanya berfungsi untuk mengajarkan ajaran agama, tetapi juga sebagai alat untuk mentransformasi masyarakat dengan menanamkan nilai-nilai sosial yang konstruktif. Misalnya, dakwah dapat mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap sesama, meningkatkan solidaritas sosial, serta mengurangi tindakan-tindakan negatif seperti korupsi, kemalasan, dan diskriminasi
- e. **Membangun Kesadaran dan Kepatuhan:** Dakwah yang disampaikan dengan pendekatan komunikasi yang baik dapat membangun kesadaran dan kepatuhan terhadap ajaran Islam, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku individu dan kelompok dalam masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, dakwah dapat menginspirasi perubahan yang mendalam, baik dalam ranah personal maupun sosial.

Jadi, dalam keseluruhan proses ini, efektivitas dakwah sebagai alat transformasi sosial sangat bergantung pada kemampuan pendakwah untuk menggunakan strategi komunikasi yang tepat, adaptif, dan sesuai dengan konteks sosial-budaya masyarakat yang dituju (Muhsinah, 2024).

Tantangan dan Prospek Pengembangan Program Sertifikasi Khotib

Sekilas runtutan waktu pemberitaan media massa pada tahun 2017 hingga 2021 menjelaskan tentang adanya pro-kontra penerapan program standardisasi penceramah agama di Indonesia. Permasalahannya sebenarnya bukan soal setuju atau tidak atas program itu, namun lebih pada latar yang mendasari atas pilihan setuju dan tidaknya. Jika melihat kembali pada sikap mereka (para penceramah) pada program standardisasi, ada banyak opsi yang seharusnya bisa dipilih. Opsi-opsi yang dikemukakan akan tergantung pada kondisi yang sedang terjadi pada tiap wilayah/daerah. Pada satu kesempatan menteri agama Lukman Hakim Syarifuddin menginisiasi program standardisasi penceramah.

Melalui wawancaranya ia mengatakan “Sekarang kementerian agama bekerja keras untuk merumuskan apa kualifikasi atau kompetensi yang diperlukan sebagai standar penceramah itu. Standardisasi itu mengacu pada materi yang diberikan oleh para penceramah kepada pendengarnya.” Kata “bekerja keras” menunjukkan keseriusan pemerintah melalui kementerian agama akan menerapkan sebuah standar tertentu yang ditujukan kepada penceramah agama. Ada sedikit penekanan atas standar yang akan diterapkan itu yaitu tentang materi. Menteri agama tidak menyebutkan yang selain materi, seperti membidik person atau institusi tertentu (Kamaludin, 2024).

Program sertifikasi khotib menghadapi berbagai macam tantangan, baik dari aspek sosial, kelembagaan, maupun regulasi. Resistensi masyarakat terhadap standarisasi dakwah, keterbatasan sumber daya, serta persepsi komersialisasi dakwah menjadi hambatan utama dalam implementasinya. Namun demikian, program ini memiliki prospek yang signifikan dalam meningkatkan profesionalisme khotib, memperkuat dakwah moderat, serta mendorong standarisasi kompetensi secara nasional. Selain itu, sertifikasi khotib juga berpotensi membuka peluang ekonomi bagi pelaku dakwah serta mendukung pengembangan dakwah berbasis digital yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Dalam perspektif pemasaran, positioning merupakan strategi untuk menempatkan citra suatu produk atau lembaga dalam benak Masyarakat. Konsep positioning pertama kali dikemukakan oleh Jack Trout pada tahun 1969 dan populer saat dia menerbitkan buku bersama Al Ries berjudul *Positioning – The Battle for Your Mind* pada tahun 1981. Mereka mengemukakan bahwa positioning adalah sebuah “perang” untuk menciptakan impresi yang unik dalam benak konsumen sehingga berbeda dengan competitor, selain itu, positioning dapat dibangun dari aspek kenyamanan/kemudahan bagi konsumen (Juhaidi, 2022).

Pandangan ini diperkuat oleh Hayat, 2016 bahwa Positioning merupakan istilah marketing dengan segala aktifitas brand, produk, individu, bahkan perusahaan guna menanamkan kesan baik dimata konsumen ataupun masyarakat, sehingga masyarakat dapat membedakan produk tersebut dengan produk dari perusahaan lain. Dengan demikian, positioning menjadi penting dalam membangun persepsi publik terhadap kualitas dan kredibilitas suatu lembaga. Dalam konteks penelitian ini, sertifikasi khatib dapat dipahami sebagai strategi positioning LDPBNU dalam membangun citra dakwah yang profesional dan moderat (Sihabudin, et al, 2023).

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa program sertifikasi khatib LD PBNU berfungsi sebagai instrumen ganda. Sebagai instrumen standardisasi, program ini menjadi mekanisme pengendali mutu yang menjaga materi khutbah tetap berada dalam koridor Islam moderat. Sebagai instrumen *positioning*, program ini menempatkan LD PBNU pada posisi pembina mutu dakwah yang bertumpu pada tradisi keilmuan pesantren dan manhaj Ahlussunnah wal Jama'ah, yang secara sengaja dibedakan dari sertifikasi berbasis otoritas negara maupun otoritas fatwa. Perbedaan dasar otoritas inilah, dan bukan perbedaan tujuan moderasinya, yang menjadi titik pembeda utama program tersebut.

Adapun tautan antara sertifikasi dan penguatan ekonomi umat dirumuskan sebagai proposisi berantai—dari legitimasi kompetensi, penurunan biaya pencarian bagi pengguna jasa, perluasan peluang penugasan, hingga kemungkinan penataan honorarium—yang dalam penelitian ini belum diuji secara empiris. Dengan demikian, kontribusi penelitian terletak pada dua hal: penerapan kerangka *positioning* secara operasional pada lembaga dakwah keagamaan, serta perumusan tautan sertifikasi–ekonomi umat sebagai proposisi yang dapat diuji, yang sebelumnya lebih sering dinyatakan sebagai klaim tanpa mekanisme yang jelas.

Berdasarkan simpulan tersebut, disarankan tiga hal. Pertama, LD PBNU perlu mengomunikasikan secara konsisten bahwa sertifikasi merupakan pembinaan kompetensi dan bukan perizinan berkhotbah, sebab pada titik inilah terletak pembeda program sekaligus sumber resistensinya. Kedua, khatib dan pengurus masjid perlu diposisikan sebagai dua segmen dengan pesan yang berbeda: bagi khatib, sertifikasi ditawarkan sebagai peningkatan kapasitas; bagi pengurus masjid, sebagai penanda mutu yang memudahkan pemilihan khatib. Ketiga, pemerintah dan lembaga terkait perlu mempertimbangkan pengakuan formal atas sertifikat kompetensi khatib, karena tanpa pengakuan tersebut mata rantai ekonomi yang diproposisikan sulit terwujud.

Penelitian ini terbatas pada analisis dokumen dan kepustakaan sehingga tidak dapat mengukur persepsi khalayak maupun dampak ekonomi program. Penelitian lanjutan disarankan menempuh pendekatan lapangan, misalnya survei persepsi jemaah dan takmir masjid terhadap khatib bersertifikat, wawancara dengan pengelola program dan alumni pelatihan, serta perbandingan sistematis antara program LD PBNU, MUI, dan Kementerian Agama untuk menguji ketahanan titik pembeda yang dirumuskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahwani, M. A. (2025). Peranan Program Sertifikasi Dai Mui Dalam Upaya Penguatan Pendidikan Moderasi Beragama. *Syaikhona: Jurnal Magister Pendidikan Agama Islam*, 3(1).
- Efendi, E. (2021). Strategi Media Dakwah Kontemporer. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 9(2).
- Fahrurrozi, F. (2018). Sertifikasi atau Standarisasi Khatib? Respons Para Da'i di Kota Mataram. *Jurnal Komunikasi Islam (Journal of Islamic Communication)*, 8(1).
- Muhsinah, M. (2024). Analisis peran dakwah sebagai alat transformasi sosial: Tantangan dan strategi komunikasi dalam konteks masyarakat modern. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1).
- Juhaidi, A. (2022). *Pemasaran Jasa Pendidikan Teori Dan Praktik*. Aswaja Pressindo.
- Kamaludin, M. (2024). Polemik Program Sertifikasi Dai: Studi Wacana Kritis di Media Massa. *Lenvari: Journal of Social Science*, 2(1).
<https://doi.org/10.61105/jss.v2i1.100>
- Rahmadani, I., BadrurRosyid, M., & Amin, D. M. (n.d.). *Analisis Gaya Komunikasi Khatib Jumat Ustaẓ H. Ahmad Fauẓi di Masjid Raya Darussalam: Pendekatan Retorika Dakwah*.
- Rohman, D. A., & Nugraha, F. (2017). *Menjadi Penyuluh Agama Profesional: Analisis Teoritis dan Praktis*. Lekkas.
- Rohim, A (2025). *Khotbah Jum'at Moderasi Beragama: Materi Setahun Merawat Keharmonisan*.
- Sari, M. N., Susmita, N., & Ikhlas, A. (2025). *Melakukan penelitian kepustakaan*. Pradina Pustaka.

- Sihabudin, M. M. R., Laila, H. N. A., Kharis, K., & Fatimah, R. S. (2023). Strategi positioning “Gemoy” Prabowo Subianto melalui media digital. *Humanus: Jurnal Sosiobumaniora Nusantara*, 1(1).
- Syarifudin, A. (2018) *Standarisasi Khatib Dan Peran Komunikasi Penyiaran Islam*.
- Zen, M., Abdilah, A., & Fatmawati, F. (2024). Strategi Marketing Sertifikasi DAI MUI dan PP Addai dalam Meningkatkan Kompetensi DAI di Era Digital. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(8). <https://al-haramjournal.id/index.php/JIM/article/view/4326/3385>
- Zen, M., Wali, A. M. N., & (2023). Tantangan Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama di Era Teknologi Informasi: Formulasi Materi di Youtube. *Hikmah*, 17(2), 201–218. <https://doi.org/10.24952/hik.v17i2.8100>
- Zen, Alhaq, D. L., & Fatmawati (2025). Strategi Dakwah Di Media Digital: Studi Kasus PBNU dan Muhammadiyah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat. *MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1).