



MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah

Volume 2 Nomor 1, Juni 2025. Halaman 49-68

E-ISSN. 3032-1093 (*Online*)

<https://jurnal.iaihnwpancor.ac.id/index.php/madina/index>

Strategi Dakwah Di Media Digital: Studi Kasus PBNU dan Muhammadiyah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat

Dinda Luthfiaturrahmah Alhaq¹, Muhamad Zen², Fatmawati³

^{1,2,3} UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

dinluthfiaturrahmah@gmail.com, zen@uinjkt.ac.id, fatmawati@uinjkt.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi dakwah di media digital yang diterapkan oleh Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) dan Muhammadiyah dalam pemberdayaan ekonomi umat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, yang mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber tertulis, seperti artikel, buku, laporan tahunan, serta konten dakwah digital yang diterbitkan oleh kedua organisasi tersebut melalui situs web dan media sosial. Hasil dari penelitian ini adalah Penelitian ini menunjukkan bahwa PBNU dan Muhammadiyah telah berhasil memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah yang tidak hanya menyampaikan nilai-nilai keagamaan, tetapi juga mendorong pemberdayaan ekonomi umat. PBNU fokus pada pengembangan ekonomi berbasis pesantren dan UKM, sementara Muhammadiyah menitikberatkan pada edukasi dan pengembangan wirausaha berbasis ekonomi syariah. Keduanya menggunakan media sosial, aplikasi, dan situs web untuk menyebarkan informasi, pelatihan, dan menciptakan peluang usaha sesuai prinsip Islam. Strategi ini membuktikan bahwa dakwah digital dapat mencakup aspek spiritual sekaligus sosial ekonomi, memberikan dampak nyata bagi peningkatan kesejahteraan umat.

Kata Kunci: Dakwah, Pemberdayaan Ekonomi, PBNU, Muhammadiyah

Abstract

This research aims to examine the digital media da'wah strategies implemented by the Nahdlatul Ulama (PBNU) and Muhammadiyah in empowering the people's economy. This research uses a qualitative approach with a literature study method, which collects and analyzes various written sources, such as articles, books, annual reports, as well as digital da'wah content published by the two organizations through websites and social media. The results of this study are This study shows that PBNU and Muhammadiyah have successfully utilized digital media as a means of da'wah that not only conveys religious values, but also encourages the economic empowerment of the people. PBNU focuses on economic development based on pesantren and SMEs, while Muhammadiyah focuses on education and entrepreneurship development based on sharia economy. Both use social media, apps, and websites to disseminate information, training, and create business opportunities according to Islamic principles. This strategy proves that digital da'wah can cover both spiritual and socio-economic aspects, making a real impact on improving the welfare of the people.

Keywords: *Dakwah, Economic Empowerment, PBNU, Muhammadiyah.*

Pendahuluan

Saat ini pengembangan teknologi mutlak diperlukan untuk mampu bersaing dalam dunia global. Perlu disadari bahwa realitas fenomena abad ke-21 ini dihadapkan pada tantangan- tantangan berat. Manfaat dari perkembangan teknologi yakni menghemat waktu, tempat serta pembiayaan. Kelebihan lainnya yakni mendukung dalam hal kolaborasi, koordinasi serta komunikasi. Contoh penggunaan teknologi yakni dakwah via internet, podcast, web resmi lembaga dakwah dan lainnya.¹

¹ Nur Annisa Tri Handayani and Haki Algifari Jama, "Perkembangan Teknologi Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Lembaga Dakwah (Studi Pada Lembaga Dakwah Nu Dan Muhammadiyah)," *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 2, no. 6 (2014): 244–45.

Di era digital ini, menuntut berbagai aspek untuk berkembang, beradaptasi dan berinovasi dengan teknologi. Tidak hanya bisnis yang bertransformasi di era digital, tetapi aspek ekonomi, pendidikan bahkan praktik keagamaan dan dakwah agama juga bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi di era ini. Dakwah secara langsung dengan lisan yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW, kini telah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.²

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Media digital, seperti internet, media sosial, dan aplikasi mobile, telah menjadi alat strategis untuk menyampaikan pesan Islam kepada khalayak yang lebih luas. Dalam konteks Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, pemanfaatan media digital untuk dakwah menjadi semakin relevan. Hal ini tidak hanya memberikan peluang untuk memperluas jangkauan dakwah tetapi juga menghadirkan tantangan baru, terutama dalam hal strategi komunikasi yang efektif dan adaptasi terhadap karakteristik audiens modern.³

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah salah satu kelompok demografis utama yang tumbuh dalam era digital. Mereka memiliki preferensi terhadap konten visual, interaktif, dan mudah diakses melalui perangkat mobile. Oleh karena itu, strategi dakwah harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi ini agar pesan Islam dapat diterima secara efektif. Tantangan lain yang dihadapi adalah persaingan dengan konten hiburan, rendahnya literasi digital di kalangan dai, serta potensi penyebaran informasi yang tidak akurat melalui

² Nur Rifqah Nadiyah and M. Nur Rochim Maksum, "Dinamika Dakwah Islam Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital: Perspektif Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2024): 91.

³ Akbar Rizquni Mubarak and Sunarto, "Moderasi Beragama Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang," *Journal Of Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (2024): 2.

platform digital.⁴

Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah merupakan organisasi Islam terbesar di Indonesia. Keduanya memiliki peran yang penting dalam menyebarkan dakwah di tengah masyarakat. Kedua organisasi ini tentu turut bertransformasi di era digital terutama dalam pendekatan dan strategi dakwahnya dalam menghadapi tantangan dakwah di era digital. Dakwah saat ini harus beradaptasi dan berinovasi dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju, karna dakwah merupakan bentuk komunikasi keagamaan yang terus berkembang.⁵

PBNU dan Muhammadiyah telah mengadopsi berbagai strategi dalam menghadapi tantangan ini. PBNU, misalnya, meluncurkan program "Jagat Dakwah NU" yang memanfaatkan podcast dan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara interaktif.⁶ Pemberdayaan ekonomi umat jugamenjadi fokus utamadalam strategi dakwah keduaorganisasi ini. Dengan memanfaatkan media digital,mereka berusaha menggalang dana dan menciptakan program-programekonomiyang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui pendekatan ini, diharapkan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran ajaran agama tetapi juga sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi.⁶

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah PBNU dan Muhammadiyah di media digital dalam konteks pemberdayaan ekonomiumat. Studi ini akan mengeksplorasi bagaimana kedua organisasi tersebut memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan

⁴ Noviana Aini, "Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital Di Era Generasi Z," *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2023): 109–16, <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>.

⁵ Al Kahfi and Nurul Fadilah, "Peran Prodi Manajemen Dakwah Untuk Memperkuat Profesi Pengelola Zakat: Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat," *Idarotuna* 6, no. 2 (2024): 144, <https://doi.org/1010.24014/idarotuna.v4i1>.Peran.

⁶ Nurul Fadilah, "Peran Lembaga Dakwah Dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa Di Jurusan Manajemen Dakwah," *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 2 (2022): 390.

dakwah sekaligus mendorong transformasi sosial-ekonomi di kalangan umat Islam. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan strategidakwah berbasis digital yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*library research*).⁷ Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah digital yang dilakukan oleh PBNU dan Muhammadiyah dalam konteks pemberdayaan ekonomi umat berdasarkan sumber-sumber literatur yang relevan. Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan fenomena dakwah digital yang dilakukan oleh PBNU dan Muhammadiyah serta menganalisis strategi yang diterapkan dalam pemberdayaan ekonomi umat. Data yang digunakan bersumber dari jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan organisasi, dan dokumen resmi lainnya.⁸

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi pustaka, di mana peneliti mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang relevan, baik dari sumber primer maupun sekunder.⁹ Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memahami strategi dakwah yang diterapkan oleh PBNU dan Muhammadiyah dalam konteks pemberdayaan ekonomi umat.¹⁰ Fokus utama analisis adalah pada tema-tema dakwah yang berkaitan dengan kewirausahaan, literasi keuangan, serta penggunaan teknologi untuk mendukung ekonomi umat melalui media digital.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang

⁷ Fita Faturhurokhmah, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, ed. Diajeng Ragil Pangesturi, 1st ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2024).

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015).

⁹ Sugiyono.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020).

lebih dalam mengenai strategi dakwah digital yang diterapkan oleh kedua organisasi tersebut, serta bagaimana dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi umat. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan mengenai efektivitas penggunaan media digital dalam mendukung kegiatan dakwah yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi di kalangan umat Islam di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Peran Media Sosial dan Distribusi Dakwah

Media sosial telah menjadi salah satu instrumen paling signifikan dalam distribusi dakwah Islam di era digital. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan pesan-pesan keagamaan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam¹¹. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi tetapi juga sebagai ruang interaksi yang dinamis antara pendakwah dan audiens.

Media sosial juga menawarkan keunggulan berupa interaktivitas yang tinggi. Platform ini memungkinkan audiens untuk memberikan tanggapan langsung melalui komentar, likes, atau berbagi konten. Sebagai contoh, akun Instagram resmi Nahdlatul Ulama (@nuonline_id) telah berhasil memanfaatkan fitur-fitur seperti unggahan visual, video pendek, dan siaran langsung untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara menarik dan relevan bagi generasi muda. Studi menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh @nuonline_id telah memperluas jangkauan dakwah PBNU secara signifikan.¹²

Kecepatan distribusi informasi adalah salah satu keunggulan

¹¹ Ibnu Kasir and Syahrol Awali, "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern," *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (2024): 59.

¹² Andika Romadani and Yasser Fikry, "Peran Media Sosial Dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline_Id)," *Jurnal Prosiding Jurnalistik* 7, no. 1 (2021).

utama media sosial. Pesan dakwah dapat disampaikan secara instan ke seluruh dunia tanpa batas geografis. Hal ini memungkinkan pendakwah untuk merespons isu-isu terkini dengan cepat, sehingga dakwah menjadi lebih kontekstual dan relevan. Penelitian oleh Fajrussalam et al. (2022) mengungkapkan bahwa media sosial seperti WhatsApp dan Telegram sering digunakan untuk menyebarkan materi keagamaan dalam bentuk teks, gambar, atau video kepada komunitas Muslim secara efisien.¹³

Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menghadirkan tantangan etika. Pendakwah harus memastikan bahwa konten yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai Islam, menjaga akhlak dalam komunikasi, dan menghindari penyebaran informasi yang tidak valid atau provokatif. Dalam perspektif Islam, penting untuk menjaga niat yang baik serta mematuhi adab bermedia sosial agar dakwah tidak menimbulkan fitnah atau konflik di kalangan umat.¹⁴

Pemberdayaan Ekonomi Umat melalui Media Sosial

Media sosial telah menjadi alat yang efektif dalam pemberdayaan ekonomi umat, memungkinkan organisasi Islam untuk memobilisasi sumber daya dan mendukung inisiatif ekonomi berbasis komunitas. PBNU dan Muhammadiyah, sebagai organisasi Islam besar di Indonesia, memanfaatkan platform digital untuk menggalang dana, mempromosikan produk lokal, dan menyediakan pelatihan kewirausahaan.¹⁵

Media sosial memfasilitasi penggalangan dana secara online untuk mendukung program-program ekonomi umat. Baitulmaal Iltizam

¹³ Nurul Hidayatul Ummah, "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2023): 151–69, <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

¹⁴ Ibnu Kasir and Syahrol Awali, "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern."

¹⁵ Safitri, Faizah Zahra, and M Ridwan Sasid Ahmad, "Dampak Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon," *Journal of Sociology Education Review* 1, no. 3 (2021): 5.

Indonesia, misalnya, telah berhasil meningkatkan dana ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) melalui pengelolaan media sosial Instagram yang efektif.¹⁶ Dengan membagikan cerita, foto, dan video, organisasi ini mampu membangun ikatan yang lebih erat dengan para pengikutnya dan menginspirasi mereka untuk berkontribusi dalam upaya kemanusiaan.¹⁷

Media sosial juga digunakan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kewirausahaan kepada masyarakat. Melalui webinar, video tutorial, dan konten-konten inspiratif, organisasi Islam dapat membekali umat dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk akademisi dan praktisi, dapat meningkatkan efektivitas program-program pemberdayaan ekonomi.¹⁸ Meskipun memiliki potensi besar, pemberdayaan ekonomi umat melalui media sosial juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah perlunya menjaga konten yang relevan dengan tren dan kebutuhan masyarakat. Selain itu, inovasi dalam program filantropi Islam, seperti penerapan fintech, dapat memberikan solusi yang lebih efektif dalam mengatasi masalah sosial.¹⁹

Dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi umat

Digitalisasi telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi ekonomi global, termasuk dalam konteks ekonomi umat. Proses ini memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produktivitas, penciptaan lapangan kerja baru, dan akses

¹⁶ Rijal Kurniawan, "Manajemen Dakwah Dan Peluang Amil Zakat Di Indonesia," in *Manajemen Dakwah* (Jakarta, 2024).

¹⁷ Arif Zidansyah, "Analysis of the Da ' Wah and Moral Messages of Habib Husein Ja ' Far Al Hadar in Developing Generation Z Through YouTube Channel," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2024): 75–86.

¹⁸ Syamsuriah, "Peran Media Dalam Berdakwah Di Era Moderen," *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI UMI* Vol. 17, no. No. 1 (2020): 47–55.

¹⁹ Kholifah Mursidin, "Penerapan Audit Zakat Dan Waqaf Di Indonesia," *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah* 4, no. 02 (2022), <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i02.74>.

yang lebih luas ke pasar global. Namun, digitalisasi juga menghadirkan tantangan seperti kesenjangan digital dan rendahnya literasi teknologi.

Digitalisasi mendorong efisiensi operasional dengan mengotomatisasi proses bisnis dan memanfaatkan teknologi berbasis data. Dalam konteks UMKM, yang menjadi tulang punggung ekonomi umat, digitalisasi memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang lebih rendah. Menurut penelitian dalam Jurnal Maharif al-Syariah (2025), digitalisasi UMKM di Indonesia telah meningkatkan produktivitas hingga 40% melalui adopsi platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee. Hal ini relevan karena mayoritas pelaku UMKM berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah, sehingga teknologi digital dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi yang efektif.²⁰ Selain itu, Gultometal (2024) dalam Jurnal Konstanta menyimpulkan bahwa teknologi digital membantu pelaku usaha mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi waktu dalam proses produksi dan distribusi.²¹

Digitalisasi juga menciptakan peluang kerja baru di sektor berbasis teknologi seperti pengembangan perangkat lunak, logistik berbasis aplikasi, dan pemasaran digital. Menurut Abdillah (2024) dalam Benefit: Jurnal of Business, Economics and Finance, sektor ekonomi digital di Indonesia telah menciptakan lapangan pekerjaan baru teknologi informasi, e-commerce, transportasi online, dan logistik.²² Namun, tantangan tetap ada, terutama terkait keterampilan tenaga kerja. Banyak

²⁰ Novita Yuli Kurniati, "Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Umkm Dalam Menghadapi Covid-19," *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 14, no. 2 (2024): 1171, <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i8.4033>.

²¹ Devia Syahfitri Purba, "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 130.

²² Nurul Fadilah, Muhammad Yudha Ardiansyah, and Muhammad Firdaus, "Integrasi Prinsip Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Kepercayaan Publik Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia Nurul," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 07, no. 01 (2025): 134–49.

individu dari kalangan umat belum memiliki literasi digital yang memadai untuk berpartisipasi dalam ekosistem ekonomi baru ini. Oleh karena itu, program pelatihan berbasis teknologi menjadi sangat penting untuk meningkatkan keterampilan masyarakat.²³

Salah satu dampak signifikan dari digitalisasi adalah kemampuannya membuka akses ke pasar global bagi pelaku usaha lokal. Dengan platform seperti Amazon dan Shopee, produk-produk lokal dapat dipasarkan secara internasional tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang besar²⁴. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memperluas skala operasi tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku usaha lokal untuk bersaing di tingkat global. Meskipun membawa banyak manfaat, digitalisasi juga menghadirkan tantangan signifikan bagi pertumbuhan ekonomi umat. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan akses terhadap teknologi di berbagai wilayah. Penetrasi internet di daerah pedesaan masih jauh tertinggal dibandingkan dengan daerah perkotaan.²⁵

Selain itu, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat tertentu menjadi hambatan dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal. Tanpa literasi yang memadai, banyak individu tidak mampu menggunakan teknologi secara efektif untuk mendukung kegiatan ekonomi mereka²⁶. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan infrastruktur digital serta peningkatan literasi teknologi di kalangan masyarakat luas.

²³ Nurul Fadilah and Muhamad Zen, "Urgensi Zakat Dan Waqaf Dalam Pembangunan Ekonomi Syariah Kontemporer The Urgency of Zakat and Waqaf in Contemporary Sharia Economic Development" 1, no. 2 (2024): 191–217, <https://doi.org/10.70742/arlash.v1i2.104>.

²⁴ Purba, "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia."

²⁵ M Arief Rahman, "Studi Literatur: Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 1, no. 1 (2024): 23.

²⁶ Kurniati, "Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Umkm Dalam Menghadapi Covid-19."

Program seperti "Gerakan Nasional Literasi Digital" dan pembangunan infrastruktur telekomunikasi seperti Palapa Ring merupakan langkah positif dalam memastikan inklusivitas ekonomi digital.²⁷

Strategi Dakwah Di Era Digital Pada Lembaga Dakwah NU Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Umat

Strategi Dakwah Di Media Digital Dalam Lembaga Dakwah NU dilihat dari bagaimana lembaga dakwah NU meresponi intelektual dan institusional moderen yang banyak muncul pada masa perkembangan teknologi dan modernitas. Dalam masa belakangan ini Berikut adalah beberapa perkembangan teknologi di lembaga dakwah Nahdlatul Ulama (NU) sebagai strategi dakwah pada di era digital saat ini²⁸:

1. Membuat program DIGDAYANU (Digitalisasi Data dan Layanan NU)

Program ini bertujuan untuk mengintegrasikan data dan layanan organisasi ke dalam satu platform digital, sehingga koordinasi dan administrasi menjadi lebih efisien. Ketua Umum PBNU, KH Yahya Cholil Staquf, menekankan pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan efisiensi kerja di seluruh cabang NU di Indonesia.²⁹

2. Digitalisasi Perguruan Tinggi Nahdhatul Ulama

Pada tahun 2023, PBNU meluncurkan inisiatif untuk mendigitalisasi sistem pendidikan di perguruan tinggi NU. Ini termasuk penerapan Learning Management System (LMS) dan

²⁷ Handayani and Jama, "Perkembangan Teknologi Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Lembaga Dakwah (Studi Pada Lembaga Dakwah Nu Dan Muhammadiyah)."

²⁸ Sudaya, "Peran Amil Dalam Penghimpunan Zakat (Studi Kasus Di LAZISMU Universitas Muhammadiyah Jakarta)" (Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2020), https://repository.umj.ac.id/4535/1/SKRIPSI_PAK_SUDAYA.pdf.

²⁹ Nurul Hidayat, "Tantangan Dakwah NU Di Era Digital Dan Disrupsi Teknologi," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 5, no. 1 (2024): 45–54, <https://www.nu.or.id/opini/tantangan-dakwah-nu-di-era-digital-dan-disrupsi-teknologi-y7mOz>.

perpustakaan digital yang memungkinkan akses mudah ke sumber daya pendidikan secara online. Transformasi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan daya saing lulusan.³⁰

3. Pengembangan *E-Library*

Beberapa institusi di bawah NU, seperti Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Tuban, telah mengembangkan perpustakaan elektronik yang menyediakan akses ke buku-buku elektronik, skripsi, tesis, dan jurnal ilmiah. Ini bertujuan untuk mendukung penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan di kalangan mahasiswa.³¹

4. Pendidikan Berbasis Digital

Lembaga Pendidikan Maarif NU telah diminta untuk terus mengembangkan pendidikan berbasis digital sebagai kunci utama dalam membentuk generasi muda yang siap menghadapi tantangan di era digital. Ini mencakup penggunaan teknologi dalam proses belajar mengajar untuk meningkatkan efektivitas pendidikan.³² (megapolitan) berikut beberapa perkembangan teknologi dalam pendidikan berbasis digital yang dilakukan oleh Nahdlatul Ulama (NU):

a. Program “Jagat Dakwah Nu”

Pada 7 Juni 2022 NU meluncurkan program melalui Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LD PBNU) “Jagat Dakwah NU,” yang bertujuan untuk mengembangkan dakwah berbasis digital. Program ini mencakup produksi konten dakwah dalam bentuk tulisan, video, hingga aplikasi keagamaan digital.

³⁰ M Mudhofi and Abdul Karim, “Transformation of New Media in Aswaja Al-Nahdliyyah Da’ Wah: Strategies and Challenges in the Contestation of Religious Authority in Indonesia,” *Islamic Communication Journal* 9, no. 1 (2024): 133–46.

³¹ Popi Yana and Arif Hidayat, “Rancang Bangun Sistem Pelayanan Perpustakaan Berbasis Dekstop Pada Universitas Nahdlatul Ulama Purbolinggo,” *JIKI (JURNAL ILMU KOMPUTER DAN INFORMATIKA)* 5, no. 1 (2024).

³² Muhammad Ridlwan et al., “Peran Perpustakaan Digital Dalam Pembelajaran Literasi Digital Siswa Sekolah Dasar,” *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya* 3, no. 1 (2025): 199.

Dengan memanfaatkan jaringan pesantren dan sumber daya manusia yang melimpah, program ini bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam moderat melalui media digital.³³

b. Modernisasi Media Melalui NUOnline

NU mendirikan NU online pada tahun 2003 sebagai media massa berbasis digital. Media ini terus berkembang dengan melakukan pembaruan infrastruktur dan kualitas konten hingga menjadi salah satu platform digital utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Modernisasi ini menunjukkan upaya NU dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung dakwah dan pendidikan.³⁴

c. Adopsi Internet oleh NU

NU berhasil mengadopsi teknologi internet sebagai media informasi keagamaan. NU menggunakan internet untuk menyampaikan pandangan keagamaannya secara luas, membuktikan bahwa organisasi ini mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi modern.

Memanfaatkan teknologi modern, NU mampu memperluas jangkauan dakwahnya dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada umat. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi umat di era digital, Nahdlatul Ulama (NU) telah mengembangkan berbagai program yang berfokus pada penguatan ekonomi masyarakat melalui sinergi dengan lembaga-lembaga perekonomian. Salah satu inisiatif yang menonjol adalah program NUCONOMIC yang diluncurkan oleh Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (LPNU), khususnya di Jawa Timur. Program ini bertujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan pendekatan yang terintegrasi dan berbasis

³³ Andi Achruh Nasrullah, Bahaking Rama, "Nahdlatul Ulama, Tokoh Dan Kegiatannya Dalam Dunia Pendidikan," *Nizam: Jurnal Islampedia* 6094 (2023): 21–28.

³⁴ Ridlwan et al., "Peran Perpustakaan Digital Dalam Pembelajaran Literasi Digital Siswa Sekolah Dasar."

komunitas.³⁵

NUCONOMIC berfungsi sebagai grand design dalam pemberdayaan ekonomi umat, yang melibatkan beberapa tahapan penting³⁶:

1. Pelatihan: LPNU menyediakan pelatihan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan teknis mereka.
2. Pendampingan: Setelah pelatihan, pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa para pelaku usaha dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh.
3. Pameran: Mengadakan pameran produk UMKM untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal kepada masyarakat luas.
4. Teknologi: Memanfaatkan teknologi informasi untuk membantu pemasaran produk, termasuk penggunaan platform e-commerce.
5. Melakukan evaluasi berkala terhadap program pemberdayaan untuk mengukur efektivitas dan dampaknya terhadap ekonomi umat.

Dalam mengupayakan ekonomi umat di era digital saat ini, Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) melakukan strategi dakwah dengan menggelar program literasi digital di berbagai lokasi di Indonesia, bekerja sama dengan Kementerian Informasi dan Komunikasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya generasi milenial, tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks dakwah dan pemberdayaan ekonomi. Dalam program ini, pelatihan mencakup penggunaan e-commerce, pemasaran digital, dan teknologi finansial (fintech) untuk membantu masyarakat

³⁵ Ralph Adolph, "Grand Design Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (Lpnu) Jawa Timur Dalam Pemberdayaan Umkm Melalui Gerakan Nuconomic," *Jurnal Dinamika Eknomi Syariah* 12, no. 1 (2016): 1–23.

³⁶ Ahmad Rofik et al., "Manajemen Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (LPNU) Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Kabupaten Kebumen Dalam Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Nahdlatul Ulama Di Kabupaten Kebumen," *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur* 2, no. 2 (2023): 2023, <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen>.

memanfaatkan peluang ekonomi yang ada.

Strategi Dakwah Di Era Digital Pada Lembaga Dakwah Muhammadiyah Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Umat

Salah satu aspek penting dari strategi dakwah Muhammadiyah adalah penguatan literasi digital di kalangan para dai dan masyarakat. Melalui pelatihan dan workshop, Muhammadiyah berupaya meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi untuk tujuan ekonomi. Literasi digital yang baik memungkinkan individu untuk memanfaatkan e-commerce, pemasaran digital, dan teknologi finansial (fintech) guna meningkatkan keterampilan dan akses terhadap peluang ekonomi.³⁷

Di era digital saat ini, lembaga dakwah Muhammadiyah mempunyai beberapa strategi dalam upaya pemberdayaan ekonomi umat salah satunya seperti Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui Lembaga Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (LPUMKM), Muhammadiyah memberikan pelatihan, pendampingan, dan akses ke sumber daya untuk membantu membangun bisnis yang berkelanjutan.³⁸

Dalam upaya memberdayakan ekonomi umat, Muhammadiyah juga berinovasi dalam penyajian konten dakwah yang relevan dengan isu-isu ekonomi. Konten-konten tersebut mencakup panduan tentang zakat produktif, kewirausahaan syariah, dan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan cara ini, Muhammadiyah tidak hanya menyampaikan ajaran agama tetapi juga memberikan solusi praktis bagi masalah ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat.³⁹

³⁷ Hasniati Chennie, "HAR Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Peningkatan Produksi Dalam Sistem Ekonomi Islam," *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 01 (2021): 17–26, <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.1421>.

³⁸ Adolph, "Grand Design Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (Lpnu) Jawa Timur Dalam Pemberdayaan Ukm Melalui Gerakan Nuconomic."

³⁹ Erliyanti, "Pendistribusian Dan Pengelolaan Zakat Produktif Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Umat," *Warta* 62, no. 1 (2019): 106–17.

Kesimpulan

Dakwah di media digital telah menjadi saluran penting dalam menyampaikan pesan-pesan agama, terutama dalam konteks pemberdayaan ekonomi umat. Dalam studi kasus ini, baik PBNU maupun Muhammadiyah memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan strategi dakwah yang tidak hanya memperkuat nilai-nilai keagamaan, tetapi juga mendorong pemberdayaan ekonomi umat. Melalui berbagai media sosial, aplikasi, dan situs web, kedua organisasi ini berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya ekonomi umat dalam kerangka ajaran Islam.

PBNU dan Muhammadiyah menerapkan pendekatan yang berbeda namun saling melengkapi dalam memanfaatkan media digital. PBNU lebih menekankan pada pembangunan komunitas ekonomi berbasis pesantren dan usaha kecil menengah (UKM), sementara Muhammadiyah lebih fokus pada edukasi dan pengembangan wirausaha melalui berbagai program yang berbasis pada ekonomis syariah. Kedua organisasi ini menggunakan media digital untuk menyebarkan informasi, menyediakan pelatihan, serta menciptakan peluang usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, dakwah yang dilakukan tidak hanya sebatas mengajarkan nilai-nilai agama, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam pemberdayaan ekonomi. Pemanfaatan media digital oleh PBNU dan Muhammadiyah dalam konteks dakwah ekonomi umat merupakan langkah strategis yang efektif. Kedua organisasi ini telah berhasil memanfaatkan teknologi untuk menggerakkan ekonomi umat, memperkenalkan peluang usaha, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya terbatas pada aspek spiritual, tetapi juga dapat mencakup dimensi sosial dan ekonomi yang memberi manfaat langsung bagi umat.

Daftar Pustaka

- Adolph, Ralph. "Grand Design Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (Lpnu) Jawa Timur Dalam Pemberdayaan Umkm Melalui Gerakan Nuconomic." *Jurnal Dinamika Eknomi Syariah* 12, no. 1 (2016): 1–23.
- Chennie, Hasniati. "HAR Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Peningkatan Produksi Dalam Sistem Ekonomi Islam." *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 01 (2021): 17–26. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.1421>.
- Erliyanti. "Pendistribusian Dan Pengelolaan Zakat Produktif Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Umat." *Warta* 62, no. 1 (2019): 106–17.
- Fadilah, Nurul. "Peran Lembaga Dakwah Dalam Mengembangkan Potensi Mahasiswa Di Jurusan Manajemen Dakwah." *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 2 (2022): 390.
- Fadilah, Nurul, Muhammad Yudha Ardiansyah, and Muhammad Firdaus. "Integrasi Prinsip Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Kepercayaan Publik Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia Nurul." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 07, no. 01 (2025): 134–49.
- Fadilah, Nurul, and Muhamad Zen. "Urgensi Zakat Dan Waqaf Dalam Pembangunan Ekonomi Syariah Kontemporer The Urgency of Zakat and Waqaf in Contemporary Sharia Economic Development" 1, no. 2 (2024): 191–217. <https://doi.org/10.70742/arlash.v1i2.104>.
- Faturhurokhmah, Fita. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Edited by Diajeng Ragil Pangesturi. 1st ed. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2024.
- Handayani, Nur Annisa Tri, and Haki Algifari Jama. "Perkembangan Teknologi Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Lembaga Dakwah (Studi Pada Lembaga Dakwah Nu Dan Muhammadiyah)." *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 2, no. 6 (2014): 244–45.
- Hidayat, Nurul. "Tantangan Dakwah NU Di Era Digital Dan Disrupsi Teknologi." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 5, no. 1 (2024): 45–54. <https://www.nu.or.id/opini/tantangan-dakwah-nu-di-era-digital-dan-disrupsi-teknologi-y7mOz>.
- Ibnu Kasir, and Syahrol Awali. "Peran Dakwah Digital Dalam

- Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (2024): 59.
- Kahfi, Al, and Nurul Fadilah. "Peran Prodi Manajemen Dakwah Untuk Memperkuat Profesi Pengelola Zakat : Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat." *Idarotuna* 6, no. 2 (2024): 144. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i1.Peran>.
- Kurniati, Novita Yuli. "Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Umkm Dalam Menghadapi Covid-19." *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 14, no. 2 (2024): 1171. <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i8.4033>.
- Kurniawan, Rijal. "Manajemen Dakwah Dan Peluang Amil Zakat Di Indonesia." In *Manajemen Dakwah*. Jakarta, 2024.
- Mubarak, Akbar Rizquni, and Sunarto. "Moderasi Beragama Di Era Digital:Tantangan Dan Peluang." *Journal Of Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (2024): 2.
- Mudhofi, M, and Abdul Karim. "Transformation of New Media in Aswaja Al-Nahdliyyah Da ' Wah: Strategies and Challenges in the Contestation of Religious Authority in Indonesia." *Islamic Comunication Journal* 9, no. 1 (2024): 133–46.
- Mursidin, Kholifah. "Penerapan Audit Zakat Dan Waqaf Di Indonesia." *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah* 4, no. 02 (2022). <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i02.74>.
- Nadiyah, Nur Rifqah, and M. Nur Rochim Maksum. "Dinamika Dakwah Islam Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital: Perspektif Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2024): 91.
- Nasrullah, Bahaking Rama, Andi Achruh. "Nahdlatul Ulama, Tokoh Dan Kegiatannya Dalam Dunia Pendidikan." *Nizam: Jurnal Islampedia* 6094 (2023): 21–28.
- Noviana Aini. "Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital Di Era Generasi Z." *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2023): 109–16. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>.
- Purba, Devia Syahfitri. "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam

- Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 130.
- Rahman, M Arief. "Studi Literatur: Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa* 1, no. 1 (2024): 23.
- Ridlwani, Muhammad, Almaytasa Munfarikah, Lana Camelya, and Muhammad Nofan. "Peran Perpustakaan Digital Dalam Pembelajaran Literasi Digital Siswa Sekolah Dasar." *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya* 3, no. 1 (2025): 199.
- Rofik, Ahmad, Dan Mukhsinun, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. "Manajemen Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (LPNU) Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Kabupaten Kebumen Dalam Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Nahdlatul Ulama Di Kabupaten Kebumen." *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur* 2, no. 2 (2023): 2023. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen>.
- Romadani, Andika, and Yasser Fikry. "Peran Media Sosial Dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline_Id)." *Jurnal Prosiding Jurnalistik* 7, no. 1 (2021).
- Safitri, Faizah Zahra, and M Ridwan Sasid Ahmad. "Dampak Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon." *Journal of Sociology Education Review* 1, no. 3 (2021): 5.
- Sudaya. "Peran Amil Dalam Penghimpunan Zakat (Studi Kasus Di LAZISMU Universitas Muhammadiyah Jakarta)." Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2020. https://repository.umj.ac.id/4535/1/SKRIPSI_PAK_SUDAYA.pdf.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- — —. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Syamsuriah. "Peran Media Dalam Berdakwah Di Era Modern." *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI UMI* Vol. 17, no. No. 1 (2020): 47–55.
- Ummah, Nurul Hidayatul. "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen*

Dakwah 11, no. 1 (2023): 151–69.
<https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

Yana, Popi, and Arif Hidayat. "Rancang Bangun Sistem Pelayanan Perpustakaan Berbasis Dekstop Pada Universitas Nahdlatul Ulama Purbolinggo." *JIKI (JURNAL ILMU KOMPUTER DAN INFORMATIKA)* 5, no. 1 (2024).

Zidansyah, Arif. "Analysis of the Da ' Wah and Moral Messages of Habib Husein Ja ' Far Al Hadar in Developing Generation Z Through YouTube Channel." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2024): 75–86.