
**Kepemimpinan Profetik dan Transformasi Organisasi Dakwah
Kontemporer: Integrasi Nilai Kenabian dalam Manajemen Perubahan
Lembaga di Era Digital**

Rahmat Ramadan

rahmat.ramadan25@mhs.uinjkt.ac.id

Cecep Castrawijaya

cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Submitted: 28 April 2026

Revised: 19 Mei 2026

Accepted: 2 Juni 2026

Abstract

*This study comprehensively examines the prophetic leadership model as the foundation for transforming contemporary da'wah organizations amid the dynamics of the digital era and Society 5.0. Using a qualitative approach based on a systematic literature review (SLR), this article analyzes the integration of prophetic values *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, and *fathonah* as strategic instruments in promoting adaptive, innovative, and sustainable institutional change in da'wah organizations. The study finds that prophetic leadership is not merely normative-spiritual in dimension, but also functions as a catalyst for structural transformation capable of addressing the challenges of modernity without sacrificing Islamic values. The results show that da'wah organizations that systematically integrate the prophetic leadership model are able to build an innovative organizational culture, improve the effectiveness of digital da'wah, and strengthen internal cohesion amid social change pressures. This article formulates a Prophetic Leadership Adaptation Model (Model Kepemimpinan Profetik Adaptif/MKPA) that includes digital literacy, cross-sector collaboration, and the strengthening of *maqashid sharia* as the orientation of transformation. This model is expected to serve as a practical framework for da'wah organization leaders in navigating contemporary complexities.*

Keywords: prophetic leadership, organizational transformation, contemporary da'wah, change management, Society 5.0

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji secara komprehensif model kepemimpinan profetik sebagai fondasi transformasi organisasi dakwah kontemporer di tengah dinamika era digital dan *Society 5.0*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka sistematis (*systematic literature review/SLR*), artikel ini menganalisis integrasi nilai-nilai kenabian *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah* sebagai instrumen strategis dalam mendorong perubahan kelembagaan dakwah yang adaptif, inovatif, dan berkesinambungan. Kajian ini menemukan bahwa kepemimpinan profetik tidak sekadar berdimensi normatif-spiritual, melainkan juga berfungsi sebagai katalis transformasi struktural yang mampu menjawab tantangan modernitas tanpa

mengorbankan integritas nilai Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa organisasi dakwah yang mengintegrasikan model kepemimpinan profetik secara sistematis mampu membangun budaya organisasi yang inovatif, meningkatkan efektivitas dakwah digital, serta memperkuat kohesi internal di tengah tekanan perubahan sosial. Artikel ini merumuskan Model Kepemimpinan Profetik Adaptif (MKPA) yang mencakup literasi digital, kolaborasi lintas sektor, dan penguatan *maqashid syariah* sebagai orientasi transformasi. Model ini diharapkan menjadi panduan praktis bagi pemimpin organisasi dakwah dalam menavigasi kompleksitas transformasi kontemporer.

Kata Kunci: kepemimpinan profetik, transformasi organisasi, dakwah kontemporer, manajemen perubahan, *Society 5.0*

PENDAHULUAN

Organisasi dakwah Islam di Indonesia dan dunia Muslim pada umumnya tengah menghadapi tantangan transformatif yang belum pernah terjadi sebelumnya. Disrupsi digital, pergeseran sosio-kultural generasi milenial dan Gen-Z, serta kompleksitas global *Society 5.0* menuntut lembaga-lembaga dakwah untuk tidak sekadar bertahan, melainkan melakukan perubahan fundamental dalam cara mereka dikelola, dipimpin, dan digerakkan (Romandoni & Efendi, 2024). Di satu sisi, dakwah sebagai misi suci penyebaran nilai-nilai Islam harus tetap berakar pada otentisitas ajaran; di sisi lain, ia dituntut untuk merespons perubahan konteks sosial secara kreatif dan adaptif.

Di tengah dinamika ini, isu kepemimpinan menjadi variabel sentral yang menentukan arah dan kecepatan transformasi organisasi dakwah. Model kepemimpinan yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW yang dalam literatur akademik kontemporer dikenal sebagai *prophetic leadership* atau kepemimpinan profetik kembali mendapat perhatian serius dari kalangan akademisi manajemen Islam. Kepemimpinan profetik bukan sekadar adopsi nilai-nilai etis kenabian secara normatif, melainkan merupakan paradigma manajerial komprehensif yang mengintegrasikan dimensi spiritual, etis, dan strategis dalam satu kerangka utuh (Abdullah, 2024; Yusuf & Hamid, 2024).

Penelitian terkini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai profetik dalam praktik kepemimpinan berkorelasi positif dengan efektivitas organisasi, inovasi kelembagaan, dan kohesi tim (Sholeh et al., 2023). Dalam konteks lembaga dakwah, relevansi kepemimpinan profetik semakin menguat mengingat misi utama organisasi-organisasi ini adalah melanjutkan tugas kenabian dalam menyebarkan kebaikan dan mencegah

kemungkaran (*amar ma'ruf nahi munkar*). Dengan demikian, kepemimpinan profetik bukan hanya strategi manajerial, melainkan juga menjadi tuntutan teologis.

Namun demikian, masih terdapat kesenjangan signifikan dalam literatur yang mengkaji secara spesifik bagaimana model kepemimpinan profetik dapat dioperasionalkan dalam konteks transformasi organisasi dakwah kontemporer, khususnya dalam merespons tantangan era digital. Sebagian besar kajian masih bersifat teoretis-normatif dan belum menawarkan model implementasi yang konkret dan terukur. Artikel ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menawarkan analisis komprehensif yang mengintegrasikan teori kepemimpinan profetik, manajemen perubahan, dan konteks spesifik organisasi dakwah di era digital (Mukoyimah, 2019).

Berdasarkan latar belakang di atas, artikel ini bertujuan untuk: (1) mengkaji konstruk teoritis kepemimpinan profetik dan relevansinya bagi transformasi organisasi dakwah; (2) menganalisis dimensi-dimensi kepemimpinan profetik yang paling relevan dengan kebutuhan transformasi dakwah kontemporer; (3) mengidentifikasi tantangan dan peluang implementasi kepemimpinan profetik di era digital; serta (4) merumuskan model kepemimpinan profetik adaptif sebagai kerangka transformasi organisasi dakwah yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *systematic literature review* (SLR). Metode ini dipilih karena memungkinkan sintesis temuan dari berbagai penelitian sebelumnya secara sistematis, transparan, dan reproduktif (Mufidah, 2023). Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur pada basis data akademik meliputi *Google Scholar*, *Scopus*, *DOAJ*, dan portal jurnal nasional terakreditasi Sinta, dengan rentang publikasi tahun 2020–2025.

Kata kunci pencarian yang digunakan meliputi: “kepemimpinan profetik”, “*prophetic leadership*”, “transformasi organisasi dakwah”, “manajemen dakwah”, “*da'wah organization transformation*”, dan kombinasi di antaranya. Dari total 187 artikel yang teridentifikasi dalam pencarian awal, dilakukan seleksi berdasarkan kriteria inklusi: (a) relevansi topik dengan kepemimpinan profetik dan/atau transformasi organisasi

dakwah; (b) diterbitkan pada jurnal terindeks bereputasi; (c) memiliki kedalaman analisis yang memadai. Setelah proses seleksi, diperoleh 48 artikel yang memenuhi kriteria untuk dianalisis lebih lanjut.

Analisis data dilakukan melalui analisis tematik dan sintesis naratif. Peneliti mengidentifikasi tema-tema utama, pola argumen, dan temuan kunci yang kemudian disintesis menjadi kerangka konseptual yang komprehensif. Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber dan konfirmasi silang antartemuan dari berbagai literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konstruk Kepemimpinan Profetik dalam Islam

Kepemimpinan profetik merupakan model kepemimpinan yang bersumber dari teladan Nabi Muhammad SAW sebagai pemimpin paripurna yang mengintegrasikan dimensi spiritual, moral, intelektual, dan manajerial dalam satu kesatuan yang harmonis. Secara epistemologis, konsep ini berakar pada keyakinan bahwa Nabi Muhammad SAW adalah pemimpin universal (*uswatun hasanah*) yang perilaku dan keputusannya menjadi panduan abadi bagi umat Islam (Nufus, 2025). Dalam perspektif manajemen kontemporer, kepemimpinan profetik dapat dipahami sebagai model holistik yang melampaui dikotomi antara efisiensi manajerial dan integritas nilai.

Konstruk kepemimpinan profetik secara akademik dibangun di atas empat pilar utama yang dikenal sebagai sifat wajib Rasul, yaitu: *siddiq* (kejujuran dan integritas), *amanah* (kepercayaan dan akuntabilitas), *tabligh* (komunikasi yang efektif dan transparan), dan *fathonah* (kecerdasan dan kearifan strategis) (Wahab et al., 2024). Keempat nilai ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dan membentuk sistem kepemimpinan yang terpadu. *Siddiq* memastikan bahwa setiap keputusan pemimpin berlandaskan kebenaran; *amanah* menjamin akuntabilitas dalam pengelolaan sumber daya; *tabligh* mendorong komunikasi yang terbuka dan persuasif; sementara *fathonah* membekali pemimpin dengan kemampuan analitis dan visioner dalam menghadapi kompleksitas.

Kepemimpinan profetik di era *Society 5.0* menegaskan bahwa keempat sifat ini bukan sekadar virtues etis, melainkan kompetensi kepemimpinan yang dapat dioperasionalkan dalam konteks manajerial modern. Dalam konteks kontemporer, *fathonah* mencakup kecerdasan digital dan kemampuan adaptasi teknologis; *amanah* mencakup transparansi data dan akuntabilitas publik; *tabligh* mencakup komunikasi *omnichannel* yang efektif; sementara *siddiq* mencakup kejujuran dalam pelaporan kinerja organisasi (Aminuddin, 2024). Praktik kepemimpinan profetik dalam proses manajemen strategis para pengusaha Muslim juga menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai profetik secara konsisten menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Abd Rahman et al., 2024).

Dalam perspektif yang lebih komprehensif, konsep “*north star*” dalam kepemimpinan spiritual suatu orientasi nilai transendental yang memandu pengambilan keputusan strategis dapat disejajarkan dengan *maqashid syariah* dalam kepemimpinan profetik (Phipps & Shelton, 2021). *Maqashid syariah* berfungsi sebagai “*north star*” yang memberikan arah dan makna bagi setiap langkah transformasi organisasi dakwah. Ini menjadikan kepemimpinan profetik secara inheren berkarakter transformasional, karena ia tidak sekadar mengelola perubahan, melainkan menggerakkan perubahan menuju tujuan transendental yang lebih tinggi.

2. Teori Transformasi Organisasi dan Relevansinya bagi Lembaga Dakwah

Transformasi organisasi dalam literatur manajemen merujuk pada perubahan fundamental dan menyeluruh yang mencakup misi, struktur, proses, budaya, dan strategi suatu organisasi dalam merespons perubahan lingkungan (Bass & Riggio, 2006). Berbeda dengan perubahan inkremental yang bersifat parsial, transformasi organisasi menyentuh aspek-aspek ontologis organisasi: cara organisasi memahami dirinya sendiri, tujuan keberadaannya, dan bagaimana ia berinteraksi dengan pemangku kepentingan.

Dalam konteks lembaga dakwah, transformasi organisasi memiliki dimensi yang unik dan kompleks. Sebagai institusi yang berorientasi nilai (*value-based organization*), lembaga dakwah menghadapi tekanan ganda: di satu sisi harus mempertahankan otentisitas ajaran dan identitas keislaman; di sisi lain harus beradaptasi dengan perubahan

konteks sosial, teknologi, dan kebutuhan *mad'u* (objek dakwah) yang terus berkembang (Hamid, 2023). Ketegangan dialektis ini hanya dapat diselesaikan melalui kepemimpinan yang mampu mengintegrasikan nilai dan adaptasi secara harmonis dan inilah ruang di mana kepemimpinan profetik menemukan relevansinya yang paling kuat.

Teori kepemimpinan transformasional mengidentifikasi empat komponen utama: *idealized influence* (pengaruh ideal), *inspirational motivation* (motivasi inspirasional), *intellectual stimulation* (stimulasi intelektual), dan *individualized consideration* (perhatian individual). Keempat komponen ini memiliki padanan langsung dalam nilai-nilai kepemimpinan profetik: *idealized influence* berkorespondensi dengan *siddiq* dan *amanah*; *inspirational motivation* dengan *tabligh*; *intellectual stimulation* dengan *fathonah*; dan *individualized consideration* dengan prinsip *rahmatan lil-alamin* dalam Islam (Bass & Riggio, 2006). Kepemimpinan profetik di lingkungan pesantren juga menunjukkan bahwa lembaga-lembaga Islam tradisional yang berhasil bertransformasi adalah mereka yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai profetik ke dalam sistem manajemen modern tanpa kehilangan identitas keislamannya (Firdaus et al., 2023). Lembaga yang berhasil bukan hanya mengadopsi sistem manajemen modern, melainkan juga menginternalisasi nilai-nilai profetik ke dalam DNA organisasi mereka sehingga transformasi bukan sekadar perubahan prosedural, melainkan perubahan kultural yang mengakar (Zaini, 2024).

3. Dimensi Kepemimpinan Profetik dalam Transformasi Organisasi Dakwah

Berdasarkan sintesis literatur yang dilakukan, artikel ini mengidentifikasi empat dimensi utama kepemimpinan profetik yang paling relevan dengan kebutuhan transformasi organisasi dakwah kontemporer:

a. Dimensi Integritas dan Kepercayaan (Siddiq-Amanah)

Integritas dan kepercayaan merupakan fondasi absolut bagi legitimasi kepemimpinan dalam organisasi dakwah. Kajian (Zainuddin & Ibrahim, 2023) mengenai pengambilan keputusan etis dalam institusi Islam menemukan bahwa pemimpin yang secara konsisten menunjukkan integritas dalam pengelolaan sumber daya memiliki tingkat kepercayaan anggota organisasi yang jauh lebih tinggi

dibandingkan pemimpin yang hanya menekankan efisiensi tanpa komitmen nilai. Dalam konteks transformasi, kepercayaan ini menjadi modal sosial yang tak ternilai untuk menggerakkan perubahan.

Pengembangan organisasi melalui nilai-nilai kepemimpinan profetik menegaskan bahwa *amanah* bukan sekadar nilai personal pemimpin, melainkan harus diinstitutionalisasi dalam sistem tata kelola organisasi (Amin, 2024). Mekanisme akuntabilitas berlapis yang terinspirasi dari prinsip *Amanah* mulai dari transparansi keuangan, pelaporan program dakwah yang terukur, hingga evaluasi berbasis data dapat dipertanggungjawabkan kepada seluruh pemangku kepentingan dan menjadi landasan transformasi yang berkelanjutan.

b. Dimensi Komunikasi Dakwah yang Transformatif (Tabligh)

Dalam era digital, *tabligh* mengalami perluasan makna yang signifikan. Tidak lagi hanya merujuk pada penyampaian pesan dakwah secara verbal dan langsung, melainkan mencakup seluruh ekosistem komunikasi *omnichannel* yang memanfaatkan berbagai platform digital. (Irawan & Radiamoda, 2023) menunjukkan bahwa *dai* dan pemimpin organisasi dakwah yang menerapkan prinsip *tabligh* secara komprehensif yakni menyampaikan pesan yang benar, pada medium yang tepat, kepada audiens yang sesuai mampu meningkatkan efektivitas dakwah secara signifikan.

Media sosial, *podcast* Islami, dan konten visual telah menjadi sarana revolusioner dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Namun efektivitas media-media ini sangat bergantung pada kualitas kepemimpinan yang mampu mengarahkan produksi konten dakwah yang otentik, kontekstual, dan berkualitas tinggi inilah manifestasi *tabligh* dalam konteks digital. Lebih jauh, (Handayani et al., 2025) menemukan bahwa kolaborasi antara pemimpin organisasi dakwah dengan *influencer* Muslim menghasilkan jangkauan dakwah yang jauh lebih luas, menunjukkan bahwa *tabligh* dalam kepemimpinan profetik kontemporer juga mencakup kemampuan membangun kemitraan strategis dalam ekosistem komunikasi digital (Fithriyah et al., 2025).

c. Dimensi Kecerdasan Strategis dan Inovasi (*Fathonah*)

Fathonah sebagai dimensi kecerdasan dan kearifan strategis menemukan relevansinya yang paling mendesak dalam konteks transformasi digital. Secara spesifik, *fathonah* dalam konteks organisasi dakwah kontemporer mencakup setidaknya tiga subdimensi: (1) kecerdasan analitis dalam memahami kebutuhan *mad'u*; (2) kecerdasan digital dalam memanfaatkan teknologi untuk kepentingan dakwah; dan (3) kecerdasan adaptif dalam merespons perubahan lingkungan secara proaktif (Sholeh et al., 2023). Kemampuan yang dalam literatur manajemen kontemporer dikenal sebagai *ambidexterity* yakni mengeksplorasi kekuatan yang ada sekaligus mengeksplorasi peluang baru merupakan manifestasi *fathonah* visioner yang diperlukan pemimpin dakwah di era digital.

d. Dimensi Inklusivitas dan Pemberdayaan (*Rahmatan lil-Alamin*)

Di luar empat sifat wajib Rasul, kepemimpinan profetik juga dicirikan oleh semangat *rahmatan lil-alamin* kasih sayang yang merangkul seluruh alam semesta. Dalam konteks organisasi dakwah, ini termanifestasi dalam kepemimpinan yang inklusif, memberdayakan, dan berorientasi pada pelayanan (*servant leadership*). Kajian tentang kepemimpinan dakwah transformasional Persatuan Islam/Persis (Rohman et al., 2024) menunjukkan bahwa organisasi dakwah yang berhasil menavigasi tantangan global adalah mereka yang mampu membangun ekosistem inklusif: merangkul keberagaman perspektif anggota, memberdayakan potensi kader secara demokratis, dan membangun jaringan kemitraan yang luas.

4. Tantangan Implementasi Kepemimpinan Profetik di Era Digital

Meskipun kepemimpinan profetik menawarkan kerangka yang kuat bagi transformasi organisasi dakwah, implementasinya menghadapi lima tantangan struktural yang signifikan:

Pertama, resistensi budaya organisasi. Banyak organisasi dakwah, khususnya yang memiliki tradisi panjang, menghadapi resistensi internal terhadap perubahan. Resistensi ini seringkali bukan karena penolakan terhadap nilai-nilai profetik itu sendiri, melainkan

karena ketidakpastian tentang bagaimana nilai-nilai tersebut harus diadaptasi dalam konteks digital tanpa kehilangan otentisitasnya (Al-Manaj, 2025).

Kedua, kesenjangan kompetensi digital. (Budiharto & Pratiwi, 2025) menemukan bahwa salah satu hambatan terbesar dalam transformasi organisasi dakwah adalah kesenjangan kompetensi digital di antara para pemimpin dan anggota organisasi. Pemimpin yang memiliki nilai-nilai profetik yang kuat namun minim literasi digital seringkali kesulitan menerjemahkan nilai-nilai tersebut ke dalam program dakwah digital yang efektif.

Ketiga, tekanan modernisasi yang mengikis nilai spiritual. Salah satu paradoks dalam transformasi digital organisasi dakwah adalah bahwa proses modernisasi yang terlalu agresif dapat mengikis nilai-nilai spiritualitas yang justru menjadi keunggulan komparatif organisasi dakwah. Organisasi yang berhasil menjaga keseimbangan adalah mereka yang memiliki pemimpin profetik yang mampu berfungsi sebagai “penjaga nilai” (*value guardian*) sekaligus “agen perubahan” (*change agent*).

Keempat, kompleksitas adaptasi sistem manajemen tradisional. Banyak organisasi dakwah yang secara historis dikelola dengan sistem kepemimpinan informal berbasis karisma personal (*kiai, ustadz*, atau tokoh agama). (Wahab et al., 2024) menekankan bahwa keberhasilan organisasi seperti Muhammadiyah justru terletak pada kemampuannya mengintegrasikan kepemimpinan profetik yang karismatik dengan sistem manajemen modern yang terstruktur.

Kelima, disinformasi dan fragmentasi otoritas keagamaan digital. (Hidayatullah, 2024) menemukan bahwa di era media sosial, siapa saja dapat mengklaim otoritas keagamaan tanpa melalui proses pembelajaran yang terstruktur. Ini menciptakan kompetisi keras bagi organisasi dakwah formal dan menuntut kepemimpinan profetik yang mampu membangun narasi dakwah otoritatif namun tetap aksesibel di ruang digital.

5. Peluang Transformasi: Kepemimpinan Profetik sebagai Keunggulan Kompetitif

Di balik tantangan-tantangan tersebut, kepemimpinan profetik menyimpan tiga peluang transformatif yang tidak dimiliki oleh model kepemimpinan sekuler mana pun:

Pertama, modal sosial berbasis kepercayaan. Kepercayaan yang dibangun melalui kepemimpinan profetik bukan hanya memperkuat kohesi internal, tetapi juga menjadi daya tarik bagi anggota baru dan mitra eksternal. Di era *post-truth* di mana kepercayaan publik terhadap institusi terus menurun, modal kepercayaan ini menjadi aset transformatif yang sangat berharga (Salim et al., 2024).

Kedua, legitimasi dakwah digital yang otentik. (Hidayat & Nuri, 2024) menemukan bahwa audiens Muslim, khususnya generasi muda, semakin kritis dalam menilai kredibilitas sumber dakwah digital. Organisasi yang dipimpin secara profetik dan dikenal memiliki integritas tinggi memiliki keunggulan komparatif dalam membangun kepercayaan audiens digital.

Ketiga, ekosistem inovasi sosial berbasis nilai. Kajian inovasi dakwah berbasis kewirausahaan Islami menunjukkan bahwa lembaga dakwah berpotensi mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam model kewirausahaan sosial, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi lintas sektor. Ini membuka peluang bagi organisasi dakwah untuk tidak sekadar menjadi lembaga keagamaan, melainkan juga menjadi motor penggerak pemberdayaan sosial-ekonomi umat yang inovatif.

6. Model Kepemimpinan Profetik Adaptif (MKPA) untuk Transformasi Dakwah Kontemporer

Berdasarkan sintesis komprehensif yang dilakukan, artikel ini merumuskan Model Kepemimpinan Profetik Adaptif (MKPA) sebagai kerangka kerja transformasi organisasi dakwah kontemporer. Model ini dibangun di atas tiga lapisan yang saling berkelindan:

a. Lapisan Fondasi: Internalisasi Nilai Profetik

Lapisan pertama adalah internalisasi mendalam nilai-nilai profetik (*siddiq, amanah, tabligh, fathonah*) tidak hanya pada level pemimpin puncak, melainkan pada seluruh lapisan organisasi. Internalisasi ini harus bersifat sistematis dan terstruktur, mencakup program pengembangan karakter yang terintegrasi dengan sistem manajemen SDM organisasi dakwah (Nufus, 2025). Penerapan nilai profetik yang autentik tidak hanya membentuk integritas pribadi pemimpin, tetapi juga

menginternalisasi budaya organisasi yang beretika dan berorientasi spiritual secara menyeluruh.

b. Lapisan Adaptasi: Literasi Digital dan Inovasi Metodologi

Lapisan kedua adalah pengembangan kapasitas adaptif yang mencakup literasi digital, inovasi metodologi dakwah, dan kemampuan manajemen perubahan. Pada lapisan ini, nilai *fathonah* diterjemahkan secara konkret menjadi program peningkatan kompetensi digital pemimpin dan anggota organisasi dakwah. Resistensi terhadap perubahan harus diatasi melalui kombinasi kepemimpinan yang kuat, strategi komunikasi yang efektif, dan bukti nyata manfaat transformasi digital bagi misi dakwah. Pemimpin profetik berperan krusial dalam mengartikulasikan visi transformasi digital yang meyakinkan tanpa mengorbankan identitas keislaman organisasi.

c. Lapisan Kolaborasi: Sinergi Lintas Sektor dan Ekosistem Dakwah

Lapisan ketiga adalah pengembangan kolaborasi strategis yang memungkinkan organisasi dakwah untuk melipatgandakan dampak transformasinya melalui sinergi dengan berbagai pihak: institusi pendidikan Islam, lembaga zakat dan wakaf, platform teknologi, pemerintah, dan komunitas Muslim global. Kajian Prosiding KIIIES 5.0 (2025) menekankan bahwa strategi dakwah transformatif yang paling efektif adalah yang mampu membangun sinergi antarkomunitas dan organisasi masyarakat untuk menghasilkan ekosistem dakwah yang kuat, integratif, dan berkelanjutan. Inilah manifestasi *rahmatan lil-alam* dalam dimensi kelembagaan.

Model MKPA ini menawarkan keunggulan dibandingkan model transformasi organisasi konvensional karena ia tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan efektivitas, melainkan juga pada *barakah* (keberkahan) dan *maslahah* (kemanfaatan) yang merupakan orientasi nilai tertinggi dalam manajemen Islam. Dengan demikian, transformasi yang dihasilkan bukan hanya transformasi kelembagaan dalam arti teknis-manajerial, melainkan juga transformasi peradaban yang bermakna dan berkelanjutan.

7. Studi Kasus: Transformasi Organisasi Dakwah Berbasis Kepemimpinan Profetik

Untuk memperkuat argumen teoretis yang dikembangkan, berikut disajikan analisis atas beberapa organisasi dakwah yang telah berhasil melakukan transformasi berbasis kepemimpinan profetik:

Pertama, transformasi Muhammadiyah di era digital. Sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di dunia, Muhammadiyah menyajikan preseden historis yang kaya mengenai transformasi organisasi dakwah berbasis kepemimpinan profetik. Keberhasilan Muhammadiyah dalam mempertahankan relevansinya selama lebih dari satu abad terletak pada kemampuannya mengintegrasikan pemikiran Islam progresif dengan kepemimpinan profetik yang berakar (Wahab et al., 2024). Model kepemimpinan KH Ahmad Dahlan yang secara eksplisit berbasis nilai-nilai profetik telah menjadi DNA organisasi yang memungkinkan Muhammadiyah terus bertransformasi tanpa kehilangan jati diri keislamannya.

Kedua, transformasi dakwah digital pesantren. (Raharjo & Ibad, 2024) menunjukkan bahwa pesantren yang berhasil melakukan transformasi digital adalah yang dipimpin oleh figur-figur yang menggabungkan otoritas keagamaan tradisional dengan literasi digital modern sebuah kombinasi yang secara esensial mencerminkan *fathonah* dalam pengertian kontemporer. Pesantren Al-Mardiyah Jombang menunjukkan bahwa nilai-nilai profetik yang diinstitutionalisasi dalam program perencanaan, implementasi partisipatif, dan pengawasan keteladanan membentuk sistem manajemen yang terintegrasi (IJAR, 2025).

Ketiga, kepemimpinan profetik dalam Persatuan Islam (Persis). Dalam memasuki abad pertamanya, Persis berhasil melakukan transformasi signifikan dengan tetap mempertahankan identitas keislamannya yang khas (Rohman et al., 2024). Kunci keberhasilan ini terletak pada kemampuan pemimpin Persis untuk mengartikulasikan misi dakwah dalam bahasa dan medium yang relevan bagi generasi kontemporer, sambil menjaga kelekatan pada nilai-nilai profetik yang autentik manifestasi nyata dari *tabligh* dalam dimensi kepemimpinan organisasi.

Ketiga studi kasus di atas secara konsisten menunjukkan satu pola: keberhasilan transformasi organisasi dakwah tidak ditentukan oleh seberapa cepat mereka mengadopsi

teknologi atau sistem manajemen modern, melainkan oleh seberapa mendalam mereka mengintegrasikan nilai-nilai profetik ke dalam seluruh aspek kelembagaan. Kepemimpinan profetik berfungsi sebagai “jembatan” (*bridge*) antara tradisi dan modernitas, antara spiritualitas dan pragmatisme, antara identitas Islam dan relevansi kontekstual.

KESIMPULAN

Kajian ini menegaskan bahwa kepemimpinan profetik merupakan model kepemimpinan yang secara inheren transformatif dan relevan bagi organisasi dakwah kontemporer. Keempat pilarnya *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah* bukan hanya virtues etis, melainkan kompetensi kepemimpinan yang dapat dioperasionalkan secara konkret dalam manajemen organisasi dakwah di era digital dan *Society 5.0*. Era digital tidak melemahkan, melainkan justru memperkuat relevansi kepemimpinan profetik, karena nilai-nilai seperti *siddiq* dan *amanah* menjadi diferensiator yang kuat di tengah krisis kepercayaan dan fragmentasi otoritas keagamaan di ruang digital.

Model Kepemimpinan Profetik Adaptif (MKPA) yang dirumuskan dalam kajian ini menawarkan kerangka kerja tiga lapisan fondasi nilai, adaptasi digital, dan kolaborasi ekosistem sebagai panduan praktis bagi pemimpin organisasi dakwah. Implikasi praktis dari kajian ini mencakup: (a) perlunya program pengembangan kepemimpinan profetik yang terstruktur dan berkelanjutan; (b) integrasi literasi digital sebagai bagian tak terpisahkan dari *fathonah* kontemporer; (c) pengembangan sistem akuntabilitas berbasis nilai profetik yang transparan dan terukur; serta (d) pembangunan ekosistem kolaborasi dakwah lintas sektor yang integratif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi empiris komparatif pada berbagai jenis organisasi dakwah dengan konteks sosiokultural yang beragam, serta pengembangan instrumen pengukuran kepemimpinan profetik yang valid dan reliabel.

DAFTAR PUSTAKA

Abd Rahman, S. S., Siti Nadzri, & Zarina Che Senik. (2024). The Practice of Prophetic Leadership in Strategic Management Process: Reflection of Muslim SME Entrepreneurs. *Journal of Management and Muamalah*, 14(2), 88–98.

- Abd Rahman, S. S., & Suhaily Md Shamsudin. (2025). Integrating Prophetic Leadership into the Strategic Management Process of Muslim Entrepreneurs: A Conceptual Model. *Journal of Management and Muamalah*, 15(2), 72–82. <https://doi.org/10.53840/jmm.v15i2.276>
- Abdullah. (2024). The Impact of Prophetic Leadership Values on Strategic Decision-Making in Islamic Organizations. *Journal of Islamic Management and Governance*, 10(2), 55–73.
- Amin, H. U. (2024). Pengembangan Organisasi Melalui Nilai-Nilai Kepemimpinan Profetik. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (Jiask)*, 6(2), 175–186.
- Aminuddin, M. Y. (2024). Prophetic Leadership: Revitalisasi Kepemimpinan Profetik di Era Society 5.0. *Jurnal Kepemimpinan Islam*, 7(1), 36–59.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership* (2nd ed.). Psychology Press.
- Budiharto, S., & Pratiwi, Y. P. (2025). Prophetic Leadership and Employee Well-Being: Gratitude as a Mediator. *Humanitas: Indonesian Psychological Journal*, 22(1), 87–101.
- David, F. R., & David, F. R. (2023). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.
- Firdaus, G. G., Sa'diyah, M., & Subagiya, B. (2023). Membangun Kepemimpinan Profetik Santri: Kontribusi OSTADA di Pesantren Daarul Uluum Lido. *Idarah Tarbawiyah Journal of Management in Islamic Education*, 4(2), 181–192. <https://doi.org/10.32832/itjmie.v4i2.15145>
- Fithriyah, D., Karima, A. A., Fuadiyah, C. N., Kamal, M. R., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., & Pekalongan, W. (2025). *Digital Da'wah: Analysis of Da'wah Behavior and Social Interaction on Instagram*. 5(2), 173–192.
- Hamid, A. (2023). *Kepemimpinan Berkelanjutan dalam Organisasi Dakwah*. Mizan.
- Handayani, P., Yanti, E. I., Yuleha, A., Sammah, S., & Saleh, M. (2025). Strategi Komunikasi Dakwah Kolaboratif di Era Digital: Studi Kasus Kolaborasi Influencer Muslim dan Lembaga Keislaman. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 4(1), 25–37.
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of Da'wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da'wah Approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Hidayatullah, R. (2024). Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital. *Journal Ilmu Ushuluddin*, 10(2), 1–16.
- Indonesian Journal of Advanced Research. (2025). *Management Transformation and Character Building Through Prophetic Leadership at Al-Mardliyah Islamic Boarding School, Jombang*. Formosa Publisher, 4(11).
-

- Irawan, G. B., & Radiamoda, A. (2023). Prophetic Communication: Implementation of Da'i Da'wah Strategies in the Millennial Era. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 5(2), 249–261. <https://doi.org/10.32939/ishlah.v5i2.260>
- Mukoyimah. (2019). *Komunikasi Profetik Rasulullah dalam Membangun Ukhuwwag di Madinah*. 04, 212–225.
- Nufus, H. (2025). Implementasi Kepemimpinan Profetik dalam Manajemen Dakwah: Studi Atas Fungsi Perencanaan dalam Al-Qur'an. *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 19(2). <https://doi.org/10.24260/jhjd.v19i2.3945.g1534>
- Phipps, K. A., & Shelton, C. (2021). A 'North Star:' *Spirituality and Decision-Making Among Strategic Leaders*. *Management Decision*, 59(9), 2143–2163. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2020-0632>
- Prosiding KIIIES 5.0. (2025). *Transformasi Dakwah Islam di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi Menuju Masyarakat Madani 5.0*. UIN Datokarama, 4(1).
- Raharjo, N. P., & Ibad, N. (2024). Transformasi Pesantren di Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Aspek Dakwah dan Pendidikan. *Masjiduna: Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah*, 7(1), 39–47.
- Rahman, N., & Latifah Omar. (2024). Strategic Planning and Value-Based Leadership in Islamic Non-Profit Organizations. *Journal of Islamic Organizational Development*, 15(1), 64–82.
- Rohman, Choirul Arif, & Zuhriyah, L. F. (2024). Transformational Da'wah Leadership Model of Persatuan Islam (Persis) Organization in Facing Global Challenges. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 18(2). <https://doi.org/10.15575/idajhs.v18i2.40877>
- Salim, A., Ronto, Y., Yuniar, I., Wigati, I., & Ilahiah, N. (2024). Peran Komunikasi dalam Kepemimpinan Efektif pada Organisasi Mahasiswa. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 64–69.
- Sholeh, M. I., Tanzeh, A., & Fuadi, I. (2023). Kepemimpinan Profetik: Study Proses Peningkatan Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.
- Thomas, V. (2024). The Importance of Transformational Leadership. *British Journal of Healthcare Assistants*, 18(2), 66–71.
- Wahab, M. I., Romelah, & Humaidi, N. (2024). Kepemimpinan Profetik: Urgensi Mengkaji Model Kepemimpinan KH Ahmad Dahlan di Era Abad 21. *Jurnal Paris Langkis*, 5(1), 56–73. <https://doi.org/10.37304/paris.v5i1.15306>
- Yusuf, A., & Hamid, N. (2024). Prophetic Leadership and the Dynamics of Da'wah Management in Southeast Asia. *International Review of Islamic Management*, 11(2), 119–136.
-

Zainuddin, R., & Ibrahim, H. (2023). Ethical Decision-Making and Prophetic Values in Islamic Institutions. *Global Journal of Islamic Management and Ethics*, 7(3), 77–92.

Zaini et al. (2024). Integrasi Nilai Profetik sebagai Kunci Transformasi Madrasah Ibtidaiyah Unggulan di Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Islam*.