

## **Efektivitas Manajemen dalam Dakwah**

Fariza Makmun<sup>1</sup>, Herliana Prastiwi<sup>2</sup>, Muhammad Shoful Umam<sup>3</sup>

<sup>1</sup>UIN Raden Intan Lampung, e-mail: farizamakmun@radenintan.ac.id

<sup>2</sup>UIN Raden Intan Lampung, e-mail: herlianaprastiwi@gmail.com

<sup>3</sup>UIN Raden Intan Lampung, e-mail: sofulumami@gmail.com

### **Histori Naskah**

*Diserahkan:*  
28-08-2024

*Direvisi:*  
16-05-2024

*Diterima:*  
24-12-2023

**Keywords** : *effectiveness, management, da'wah*

### **ABSTRACT**

*Management is an integral part of the implementation of activities that greatly affect the success of an activity. The implementation of da'wah must be designed, organized and packaged properly so as to produce effectiveness in carrying out da'wah activities. The purpose of this paper is to analyze how the effectiveness of management in da'wah. This research is a qualitative descriptive research. The results showed that da'wah activities do not only focus on the delivery process but before implementation until the end of da'wah activities. This activity is called an activity in da'wah management. Dawah activities must be designed, arranged, managed and coordinated properly by the preacher or dawah organization. By doing da'wah management, it will produce quality da'wah.*

### **ABSTRAK**

Manajemen merupakan suatu kesatuan pokok pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu kegiatan. Pelaksanaan dakwah harus dirancang, disusun dan dikemas secara baik sehingga menghasilkan keefektifan dalam menjalankan aktivitas dakwah. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk menganalisis bagaimana efektivitas manajemen dalam dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan dakwah tidak hanya fokus pada proses penyampaiannya saja akan tetapi sebelum pelaksanaan sampai pada akhir kegiatan dakwah. Kegiatan inilah yang disebut dengan kegiatan dalam manajemen dakwah. Kegiatan dakwah harus dirancang, diatur, dikelola dan dikoordinasikan dengan baik oleh dai atau organisasi dakwah. Dengan melakukan manajemen dakwah maka akan menghasilkan dakwah yang berkualitas.

**Kata Kunci** : Efektivitas, Manajemen, Dakwah

**Corresponding Author** : Herliana Prastiwi, e-mail: herlianaprastiwi@gmail.com

## PENDAHULUAN

Manajemen merupakan suatu kesatuan pokok pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu kegiatan (Romi & Fitri, 2020). Pada dasarnya kemampuan manusia itu terbatas, sedangkan kebutuhan manusia itu tidak terbatas. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan terbatasnya kemampuan dalam melakukan pekerjaan, mendorong manusia membagi tugas-tugas dan tanggung jawab. Adanya pembagian tugas dan tanggung jawab merupakan alur pelaksanaan manajemen, akan terbentuklah kerjasama dan keterikatan formal dalam bentuk sebuah organisasi. Dalam organisasi atau pengorganisasian, pekerjaan yang berat dan sulit akan dapat diselesaikan dengan ringan dan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Artinya manajemen sudah ada sejak pembagian tugas dan tanggung jawab dari sekelompok orang demi mencapai tujuan (Arif et al., 2022).

Seperti halnya manajemen, dakwah merupakan aktivitas penting dalam Islam, karena dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa kehancurannya. Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh dai dengan menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari hal yang mungkar dalam rangka mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Keberhasilan dari pelaksanaan dakwah dapat diukur dari kemampuan masyarakat yang menjadi sasaran atau objek dakwah mampu melaksanakan ajaran agama serta menjauhi hal-hal yang mungkar. Hal ini memerlukan aktivitas untuk mengadakan evaluasi atau memberikan penilaian terhadap materi yang disampaikan oleh dai kepada mad'u dan mad'u mampu memahami dan melaksanakan apa yang disampaikan oleh dai. Agar pelaksanaan dakwah dapat efektif, maka di lihat dari sudut pandang psikologi dakwah, ada beberapa ciri keefektifannya yaitu apabila dakwah memberikan pengertian kepada masyarakat atau mad'u tentang apa yang didakwahnya, mad'u merasa terhibur oleh dakwah yang diterima, dakwah berhasil meningkatkan hubungan baik antara dai dan mad'u, dakwah dapat mengubah sikap masyarakat, dan dakwah dapat memancing respon mad'u berupa tindakan (Samsinar, 2019).

Untuk itu, pelaksanaan dakwah harus dirancang, disusun dan dikemas secara baik sehingga menghasilkan keefektifan dalam menjalankan aktivitas dakwah. Dengan demikian, dai harus memahami manajemen dalam berdakwah, jika menginginkan dakwahnya berhasil dengan baik. Manajemen dakwah harus dimulai dengan perencanaan yang matang, pengorganisasian, pembiayaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi dakwah serta umpan baik dari kegiatan dakwah. Kegiatan ini merupakan fungsi manajemen yang harus dijalankan atau dilakukan oleh dai dalam berdakwah sehingga dapat mencapai tujuan dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengulas urgensi dari manajemen dakwah. Penelitian ini mengajukan pertanyaan penelitian: Apa definisi manajemen dakwah; apa saja aspek-aspek dalam manajemen dakwah? Apa saja ruang lingkup dalam manajemen dakwah?; bagaimana urgensi manajemen dakwah? Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nalar kritis bagi kegiatan dakwah berkaitan dengan pentingnya penerapan manajemen di dalamnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.(Sugiyono & Puji, 2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (Library Research) (Amir Hamzah, 2021). Penelitian ini didasarkan pada literatur di bidang dakwah terkait dengan efektivitas manajemen dalam dakwah (Bachtiar, 1997). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur. Teknik ini dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengkaji literatur-literatur yang terkait dengan efektivitas manajemen dakwah. Studi literatur dijadikan

sebagai landasan dalam menjelaskan dan merinci masalah-masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana efektivitas manajemen dalam dakwah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Definisi Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah adalah terminologi yang terdiri dari dua kata, yakni manajemen dan dakwah. Kedua kata ini berangkat dari dua disiplin ilmu yang sangat berbeda sama sekali. Istilah yang pertama, berangkat dari disiplin ilmu yang sekuler, yakni Ilmu Ekonomi, ilmu ini diletakkan di atas paradigma materialistis. Prinsipnya adalah dengan modal yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sementara itu istilah yang kedua berasal dari lingkungan agama, yakni Ilmu Dakwah. Ilmu ini diletakkan di atas prinsip, ajakan menuju keselamatan dunia dan akhirat, tanpa paksaan dan intimidasi serta tanpa bujukan dan iming-iming material. Ia datang dengan tema menjadi rahmat bagi semesta alam (Samsinar, 2019).

Manajemen dakwah adalah proses memajukan dakwah melalui POAC yaitu *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerakan), dan *Controlling* (pengawasan/ evaluasi) agar tercapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan, dengan harapan proses dakwah tersebut memperoleh hasil lebih efektif dan efisien (M. Munir, 2021). A. Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menenpatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah. Manajemen dakwah menurut Munir, yaitu sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah (Ulfi & Maimun, 2021). Dengan demikian manajemen dakwah ialah suatu perangkat dalam organisasi untuk mengolah suatu kegiatan dakwah dengan perencanaan kegiatan yang dikoordinir secara sistematis dan menempatkan SDM dengan tepat agar tujuan dakwah tersebut dapat berjalan dengan efektif dan efisien serta lebih mudah tercapai sesuai dengan hasil yang diharapkan.

### B. Aspek-Aspek dalam Kegiatan Manajemen Dakwah

Adapun aspek-aspek dalam kegiatan manajemen dakwah yaitu (Mahmud, 2020):

#### 1. Aspek Perencanaan Dakwah

Perencanaan merupakan pangkal tolak dari suatu aktivitas managerial. Oleh karena itu, perencanaan memiliki peran yang sangat urgen dalam suatu organisasi, sebab ia merupakan dasar dan titik tolak dari aktivitas selanjutnya. Agar proses dakwah dapat memperoleh hasil yang maksimal, maka perencanaan merupakan sebuah keharusan. Setiap sesuatu itu membutuhkan perencanaan, sebagaimana Rasulullah saw. bersabda: “Jika anda ingin mengerjakan suatu pekerjaan, maka pikirkanlah akibatnya, jika pekerjaan itu baik ambillah dan jika pekerjaan itu buruk, maka tinggalkanlah” (HR Ibnu al-Mubarak). Dalam organisasi dakwah, merencanakan menyangkut merumuskan tujuan organisasi, menetapkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan menyusun hirarki lengkap rencana-rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan semua aktivitas. Pada perencanaan dakwah bertujuan untuk menentukan langkah dan program dalam menentukan setiap sasaran, menentukan materi yang akan disampaikan, metode yang digunakan, media, serta dai yang akan menjadi pelaksana dakwah. Oleh karena itu, suatu perencanaan dakwah hendaknya memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Meyakini bahwa apa yang akan dilakukan adalah baik, dan landasannya adalah al-Qur'an dan Hadis.

- b. Pastikan bahwa aktivitas dakwah yang akan dilaksanakan memiliki manfaat yang baik atau memiliki kemaslahatan bagi umat.
- c. Untuk merencanakan aktivitas dakwah, dai harus memiliki ilmu pengetahuan yang memadai, sehingga dapat melaksanakan dakwahnya sesuai kompetensi ilmunya.
- d. Dipikirkan dan dianalisis proses dakwahnya serta kelanjutan dari aktivitas dakwah yang akan dilaksanakan.
- e. Memperkirakan dan memperhitungkan masa depan serta menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta penjadwalan waktu, lokasi, biaya, materi, metode, dan media yang akan digunakan.

Proses perencanaan dakwah merupakan tindakan sistematis yang dapat membantu mengidentifikasi cara-cara yang lebih baik untuk mencapai tujuan dakwah. Dengan melakukan perencanaan dakwah maka akan memberikan manfaat yaitu: (Rustandi, 2019)

- a. Dapat memberikan batasan tujuan dakwah sehingga mampu mengarahkan para dai secara tepat dan maksimal.
- b. Menghindari penggunaan secara sporadic sumber daya manusia dan benturan aktivitas dakwah yang tumpang tindih.
- c. Dapat melakukan prediksi dan antisipasi mengenai berbagai problema dan merupakan sebuah persiapan dini untuk memberikan solusi dari setiap problem dakwah.
- d. Dapat melakukan pengorganisasian dan penghematan waktu dan pengelolaannya secara baik.
- e. Dapat melakukan pengawasan sesuai dengan ukuran-ukuran objektif.

Perencanaan harus didahului dengan penelitian dan persiapan yang matang baik yang menyangkut tenaga sumber daya manusia, metode yang diterapkan dan komponen lainnya dalam berdakwah. Dengan perencanaan ini maka aktivitas dapat berjalan dengan baik, arah dan target dapat dengan mudah dicapai. Dengan demikian, kegiatan perencanaan dakwah merupakan kunci awal dalam melaksanakan proses dakwah agar memudahkan dai mencapai tujuan dakwah. Oleh karena itu, dakwah harus direncanakan secara matang sehingga memudahkan proses kegiatan dakwah selanjutnya.

## 2. Aspek Pengorganisasian Dakwah

Hani Handoko dalam Hasanuddin mengemukakan bahwa pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya. Pengorganisasian atau dalam istilah agama disebut *al-thanzim* merupakan wadah atau menekankan pada pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis. Organisasi dakwah memiliki tujuan dalam hal membagi kegiatan-kegiatan dakwah menjadi departemen-departemen atau divisi-divisi dan tugas-tugas yang terperinci dan spesifik, membagi kegiatan dakwah serta tanggung jawab yang berkaitan dengan masing-masing jabatan atau tugas dakwah, mengkoordinasikan berbagai tugas organisasi dakwah, mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan dakwah ke dalam unit-unit, membangun hubungan di kalangan dai, baik secara individual, kelompok dan departemen, menetapkan garis-garis wewenang formal, mengalokasikan dan memberikan sumber daya organisasi dakwah, serta dapat menyalurkan kegiatan-kegiatan dakwah secara logis dan sistematis (Hidayat, 2019).

Organisasi dakwah dapat dirumuskan sebagai rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah dalam melaksanakan kegiatan dakwah melalui pembagian dan pengelompokan pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja diantara satuan-satuan organisasi. Pengorganisasian mengandung koordinasi yang mendatangkan keuntungan berupa terpadunya berbagai kemampuan dan keahlian dari pelaksana dakwah dalam satu kerangka kerjasama dakwah yang semuanya diarahkan pada sasaran yang telah ditentukan. Pengorganisasian dakwah sangat penting, sebab pada proses

pengorganisasian ini akan menghasilkan sebuah rumusan struktur organisasi dakwah dan pendelegasian wewenang serta tanggung jawab dalam pelaksanaan dakwah. Selain itu, keberadaan sebuah organisasi dakwah akan mampu melestarikan dan menebarkan nilai-nilai ajaran Islam kepada penerima dakwah melalui penerapan program dakwah. Dengan demikian, peran organisasi dakwah sangat penting dalam mempengaruhi kehidupan sosial umat sehingga membawa perubahan bagi umat dan tercapai kerukunan, kedamaian dan kemaslahatan. Ada dua hal penting yang harus diperhatikan dalam pengorganisasian dakwah yaitu desain organisasi dakwah dan struktur organisasi dakwah. Desain organisasi dakwah dapat dilakukan dengan melibatkan keputusan-keputusan dalam melakukan spesialisasi dakwah, departementalisasi dakwah, sentralisasi dakwah, desentralisasi dakwah dan formalisasi dari dakwah. Sedangkan struktur organisasi dakwah berkenaan dengan kerangka formal organisasi dakwah. Dengan kerangka tersebut posisi atau jabatan diberikan tugas pokok masing-masing, dikelompokkan dan dikoordinasikan. Struktur organisasi dakwah ini menjadi sarana untuk membantu pimpinan organisasi dakwah dalam mencapai sasaran. Dengan demikian, pengorganisasian dakwah dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan unsur-unsur dakwah baik pelaku dakwah maupun penerima dakwah. Dengan pengelompokan ini maka memudahkan dalam pelaksanaan program dakwah.

### 3. Aspek Penggerakan Dakwah

Aspek lain yang harus menjadi perhatian bagi pelaku dakwah sebagai bagian dari manajemen dakwah adalah penggerakan dakwah. Ada beberapa hal yang menjadi perhatian dalam aspek penggerakan dakwah yaitu: (M. Munir, 2021).

- a. Spiritual seorang dai harus dapat meningkatkan ketahanan spiritualnya sehingga memperkuat pelaksanaan tugasnya sebagai sebuah amanah yang diembannya. Dai harus memiliki program personal dalam meningkatkan spiritualnya terutama berkaitan dengan ibadah dan muamalah.
- b. Pemikiran dai harus senantiasa memperkuat pemikirannya melalui berbagai pengamatan dan pengkajian. Oleh karena itu, dai harus mengembangkan dirinya untuk selalu menambah dan meningkatkan wawasan pengetahuannya agar dapat membantu penerima dakwah dalam menghadapi berbagai persoalan yang dihadapinya.
- c. Material dai harus memiliki kemampuan dalam mencari penghidupan bagi dirinya. Oleh karenanya, seorang dai harus memiliki kemampuan *interpreneurship* agar tidak menjadi beban bagi penerima dakwah.
- d. Penguasaan lapangan Seorang dai harus mengetahui kondisi atau lingkungan dari penerima dakwah. Dengan memahami lingkungan dan kondisi penerima dakwah memudahkan dai dalam menjalankan dakwahnya sehingga dai dapat memprediksi peluang dan kendala yang nantinya dihadapi dalam proses dakwah.
- e. Gerakan dakwah dai harus menguasai gerakan dakwahnya. Dengan penguasaan ini dai dapat mengikuti laju dakwahnya. Pemahaman terhadap gerakan dakwah yang tepat dapat memunculkan sikap dan tindakan dai terhadap apa yang akan dilakukan untuk kepentingan dakwahnya.

Dalam melaksanakan pergerakan dakwah, ada beberapa langkah yang harus ditempuh yaitu dengan pemberian motivasi, pembimbingan, perjalinan hubungan, penyelenggaraan komunikasi, dan pengembangan sumber daya manusia. Adapun langkah tersebut dapat dijelaskan berikut ini: (Rizki & Siregar, 2022).

- a. Pemberian Motivasi. Pemberian motivasi merupakan salah satu aktivitas yang harus dilakukan pimpinan dakwah dalam rangka pergerakan dakwah. Pada pelaksanaan dakwah, timbulnya kesediaan untuk melaksanakan tugas-tugas dakwah serta tetap terpeliharanya semangat pengabdian adalah karena adanya dorongan atau motivasi tertentu. Dengan

- pemberian motivasi tersebut maka dakwah dapat dijalankan dan mendorong para pelaku dakwah untuk mendapatkan keridhaan Allah swt.
- b. Pembimbingan. Pembimbingan merupakan tindakan pimpinan yang dapat menjamin terlaksananya tugas-tugas dakwah yang sesuai dengan rencana, kebijaksanaan dan ketentuan-ketentuan, agar apa yang menjadi tujuan dan sasaran dakwah dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Pembimbingan dilakukan dengan memberikan perintah atau petunjuk dan usaha-usaha lainnya yang dapat mempengaruhi dan menetapkan arah tindakan pelaku dakwah. Dengan bimbingan yang tepat dan kesadaran pelaksana dakwah dalam menjalankan perintah terhadap pimpinan dakwah maka usaha dakwah akan berjalan baik dan efektif.
  - c. Perjalinan Hubungan. Salah satu langkah dalam melakukan pergerakan dakwah adalah perjalinan hubungan. Langkah ini bertujuan untuk menjamin terwujudnya harmonisasi dan sinkronisasi usaha-usaha dakwah. Ada beberapa cara yang digunakan dalam langkah ini adalah melakukan musyawarah untuk mencapai mufakat, wawancara dengan para pelaksana dakwah, adanya buku pedoman dan tata kerja serta adanya memo berartai bagi pelaksana dakwah.
  - d. Penyelenggaraan Komunikasi. Dalam melaksanakan pergerakan dakwah dibutuhkan komunikasi yang baik antara pimpinan dan pelaksana dakwah. Komunikasi ini akan berjalan efektif jika memperhatikan beberapa hal yaitu memilih informasi yang akan dikomunikasikan, mengetahui cara-cara menyampaikan informasi, mengenal dengan baik pihak penerima komunikasi, membangkitkan pihak penerima informasi, membangun dan meningkatkan pelaksanaan melalui berbagai kegiatan dakwah untuk mengembangkan kesadaran, kemampuan, keahlian dan keterampilan pelaku dakwah.
  - e. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Langkah terakhir yang dilakukan dalam pergerakan dakwah adalah peningkatan sumber daya manusia. Ada beberapa cara yang dapat ditempuh dalam meningkatkan sumber daya manusia yaitu edukasi atau pendidikan, training atau pelatihan, peningkatan kompetensi dan melakukan pembelajaran.

Kelima langkah di atas harus menjadi perhatian bagi pimpinan dan pelaksana dakwah dalam menjalankan pergerakan dakwahnya sehingga memudahkan tercapainya tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **C. Ruang Lingkup Manajemen Dakwah**

Ruang lingkup kegiatan dakwah dalam tataran manajemen merupakan sarana atau alat pembantu pada aktivitas dakwah itu sendiri. Karena dalam sebuah aktivitas dakwah itu akan timbul masalah atau problem yang sangat kompleks, yang dalam menangani serta mengantisipasinya diperlukan sebuah strategi yang sistematis (Mahmud, 2020). Dalam konteks ini, maka ilmu manajemen sangat berpengaruh dalam pengelolaan sebuah lembaga atau organisasi dakwah sampai pada tujuan yang diinginkan. Sedangkan ruang lingkup dakwah akan berputar pada kegiatan dakwah, dimana dalam aktivitas tersebut diperlukan seperangkat pendukung dalam mencapai kesuksesan. Ketiga ruang lingkup manajemen dakwah tersebut merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan yakni:

1. Keberadaan seorang dai, baik yang terjun langsung maupun tidak langsung, dalam pengertian eksistensi dai yang bergerak di bidang dakwah itu sendiri.
2. Materi merupakan isi yang akan disampaikan kepada mad'u, pada tataran ini materi harus bisa memenuhi atau yang dibutuhkan oleh mad'u, sehingga akan tercapai sasaran dakwah itu sendiri.
3. Mad'u kegiatan dakwah harus jelas sasarannya, dalam artian ada objek yang akan didakwahi.

#### **D. Efektivitas Manajemen Dalam Dakwah**

Dakwah mensyaratkan sebuah manajemen yang baik guna memastikan dakwah yang disampaikan dapat diterima langsung oleh masyarakat atau mad'u. Pengelolaan dakwah yang baik akan menghasilkan perubahan dan meningkatkan efektivitas dakwah. Oleh karena itu, sangat penting untuk memaksimalkan fungsi manajemen agar semua program dan kegiatan suatu organisasi dakwah dapat berjalan sebagaimana mestinya. Manajemen dakwah merupakan suatu pengelolaan dakwah secara efektif dan efisien melalui suatu organisasi yang terintegrasi yang secara sadar ditetapkan untuk mencapai tujuan. Dalam arti bahwa manajemen dakwah sebagai suatu upaya sadar yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi yang direncanakan bersama-sama oleh stakeholder atau yang terlibat dalam pengelolaan organisasi dan sasaran yang menjadi targetnya. Kegiatan ini sangat diperlukan agar aktivitas dakwah dijalankan sesuai dengan model-model manajemen modern. Ada beberapa langkah yang dapat ditempuh dalam proses manajemen dakwah yaitu: (Arif et al., 2022).

1. Menentukan Visi dan Misi. Visi dan misi suatu organisasi dakwah harus jelas. Visi dan misi ini harus berpedoman pada ajaran Islam sebagai nilai-nilai universal dalam kegiatan dakwah. Gambaran masa depan dari kegiatan dakwah tertuang dalam visi. Sedangkan misi merupakan penjabaran dari visi. Misi dituangkan dalam bentuk program. Misi inilah yang memberikan petunjuk atau arah kepada manajemen dalam proses penentuan keputusan agar kegiatan dakwah sesuai dengan visi organisasi dan diwujudkan dalam koridor Al-Quran dan Hadis. Untuk memahami visi suatu organisasi maka diperlukan tatanan organisasi. Misi bertujuan untuk memberikan pedoman dalam pengelolaan atau manajemen sesuai dengan kegiatan dakwahnya. Visi dan misi memiliki substansi yang berbeda, namun saling berkaitan. Dengan demikian, sebuah organisasi dakwah harus memiliki visi dan misi yang jelas agar dapat menjalankan dan memajemen kegiatan dakwah dengan baik.
2. Menentukan Tujuan. Tujuan adalah dunia cita atau sesuatu yang ingin diwujudkan. Suatu kegiatan yang dilakukan harus berlandaskan pada tujuan. Begitu pula dalam kegiatan dakwah harus memiliki tujuan. Tujuan sangat penting bagi organisasi dakwah. Tujuan merupakan sebuah pernyataan yang memiliki makna yaitu keinginan yang dijadikan pedoman bagi organisasi dakwah dalam memajemen dakwah untuk mencapai hasil tertentu. Oleh karena itu, tujuan dalam organisasi dakwah harus jelas dan realistis.
3. Rencana Operasional. Dalam organisasi dakwah harus memiliki rencana operasional yaitu memilih rencana terbaik dari alternatif-alternatif yang telah dipersiapkan.
4. Menetapkan urutan kegiatan dan waktu secara rinci bagi rencana yang telah ditetapkan.
5. Mengelompokkan anggota dalam organisasi dakwah sesuai dengan bidang masing-masing.
6. Mengecek kemajuan rencana yang telah diusulkan.
7. Menganalisis data dan mengklasifikasikan data, informasi, dan fakta serta hubungan-hubungannya.
8. Menentukan solusi atau alternatif untuk memecahkan masalah yang terjadi.
9. Memilih solusi terbaik untuk mencapai hasil yang maksimal.

Dengan mengacu pada langkah di atas, maka organisasi dakwah dapat menjalankan dakwahnya dengan baik sesuai dengan tujuan dakwah yang telah ditetapkan atau sesuai dengan visi dan misi karena dakwah dikelola dengan baik sesuai dengan prosedur yang ada.

## **PENUTUP**

Dakwah merupakan ajakan kepada orang lain untuk berbuat baik dan melarang untuk berbuat jahat demi untuk keselamatan di dunia dan di akhirat. Dakwah adalah tugas dan kewajiban bagi semua umat Islam. Orang yang berdakwah atau dai harus memiliki kemampuan ilmu agama yang baik dan akhlak yang baik sehingga dapat menjadi teladan bagi masyarakat. Kegiatan dakwah tidak hanya fokus pada proses penyampaiannya saja akan tetapi sebelum pelaksanaan sampai pada akhir kegiatan dakwah. Kegiatan inilah yang disebut dengan kegiatan dalam manajemen dakwah. Kegiatan dakwah harus dirancang, diatur, dikelola dan dikoordinasikan dengan baik oleh dai atau organisasi dakwah. Manajemen dakwah bertujuan dan berguna sebagai penuntun dan pemberi arah dalam pelaksanaan dakwah sehingga dapat diwujudkan secara profesional dan berkualitas. Fungsi dari manajemen dakwah dimulai dari perencanaan yang baik, pengorganisasian, penggerakan atau pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi dakwah. Dalam mengelola dakwah maka banyak komponen yang terlibat mulai dari kemampuan dai atau sumber daya manusia dalam organisasi dakwah, material, dana atau biaya, alat atau media, metode, dan komponen lainnya. Dengan melakukan manajemen dakwah maka akan menghasilkan dakwah yang berkualitas.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Arif, K. M., Ed, M., Choirullah, A. L., Suja, A., & Si, M. (2022). Urgensi manajemen dalam dakwah. *Tahdzib Al Akhlak*, 5(1), 37–50.
- Bachtiar, W. (1997). *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*. Logos. [https://books.google.co.id/books/about/Metodologi\\_penelitian\\_ilmu\\_dakwah.html?id=CrFvAAAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Metodologi_penelitian_ilmu_dakwah.html?id=CrFvAAAACAAJ&redir_esc=y)
- DR. AMIR HAMZAH, M. A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif: Rekonstruksi Pemikiran Dasar Natural Research Dilengkapi Contoh, Proses, dan Hasil 6 Pendekatan Penelitian Kualitatif*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Hidayat, R. (2019). MANAJEMEN DAKWAH BIL LISAN PERSPEKTIF HADITS. *Al-Tatwir*, 6(1), 33–50.
- M. Munir, S. A. M. A. (2021). *Manajemen Dakwah*. Prenada Media.
- Mahmud, A. (2020). Hakikat Manajemen Dakwah. *AL-IDARAH : JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI ISLAM*, 5(1), 65–76.
- Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). Manajemen Komunikasi Dakwah Pemberdayaan Masyarakat melalui Lazisnu Kota Padangsidempuan. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 21(2), 132–149. <https://doi.org/10.15575/anida.v21i2.14920>
- Romi, & Fitri. (2020). *Evaluasi Efektivitas Manajemen Pembelajaran Guru Produktif Otomotif SMK*. 4(1).
- Rustandi, R. (2019). Analisis Historis Manajemen Dakwah Rosulullah Saw dalam Piagam Madinah. *TAMADDUN*, 7(02), 362–387.
- Samsinar. (2019). Urgensi Manajemen Dalam Dakwah. *Manajemen Dakwah*, 1(1).
- Sugiyono, & Puji, L. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitaitaif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Alfabeta.
- Ulfi, & Maimun. (2021). EFEKTIVITAS MANAJEMEN DAKWAH PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ SADAQAH MUHAMMADIYAH ( LAZISMU ). *AL-IDARAH : JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI ISLAM*, 5(2), 52–63.