

ALAMTARA.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative CommonsAttribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterima	Diterbitkan
06-Desember-2024	11- Desember-2024	20- Desember-2024	30- Desember-2024
DOI : https://doi.org/10.58518/alamtara.v8i2.3042			

Manajemen Dakwah dalam Perspektif Al-Quran

Nur Annisa Tri Handayani

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

E-mail: nurannisahandayani17@gmail.com

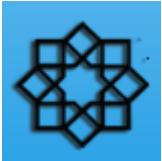
Haki Algifari Jama

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

E-mail: hakialgifari27@gmail.com

ABSTRAK: Era globalisasi menghadirkan tantangan baru dalam dakwah, seperti pengaburan identitas keberagamaan dan radikalisasi agama. Konteks ini menuntut dakwah untuk tidak hanya menjadi objek *ubudiyah* tetapi juga implementasi profesional yang relevan dengan kebutuhan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prinsip-prinsip manajemen dalam Al-Qur'an dan penerapannya dalam dakwah modern, terutama melalui media digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan metode kepustakaan (*library research*), yang berfokus pada analisis ayat-ayat dakwah dan prinsip manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qur'an mencakup prinsip-prinsip manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan, yang dapat diterapkan dalam kegiatan dakwah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi. Di era digital, dakwah dapat dilakukan melalui perencanaan yang matang, pengorganisasian yang melibatkan ahli teknologi, pelaksanaan melalui platform digital, dan pengendalian berbasis data. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah berbasis manajemen yang bersumber dari Al-Qur'an dapat menjadi solusi efektif dalam menghadapi tantangan era modern. Kontribusi penelitian ini terletak pada penekanan metode dakwah berbasis media digital dengan prinsip manajemen Islami, yang memperluas cakupan dakwah, meningkatkan relevansi, dan menjaga kesesuaian dengan ajaran Al-Qur'an.

Kata Kunci: Al-Qur'an, Dakwah, Era Digital, Manajemen Dakwah, Media Digital.



ABSTRACT: The era of globalization presents new challenges for da'wah, such as the obscuring of religious identity and religious radicalization. This context demands that da'wah not only serve as an act of *ubudiyah* but also as a professional implementation relevant to contemporary needs. This study aims to analyze the management principles in the Qur'an and their application in modern da'wah, particularly through digital media. The method used is a descriptive approach with library research, focusing on the analysis of da'wah-related verses and management principles. The findings show that the Qur'an encompasses management principles such as planning, organizing, directing, and controlling, which can be applied in da'wah activities to achieve effectiveness and efficiency. In the digital era, da'wah can be conducted through meticulous planning, organizing involving technology experts, execution via digital platforms, and data-driven control. This study concludes that management-based da'wah derived from the Qur'an can be an effective solution to address the challenges of the modern era. The contribution of this research lies in emphasizing digital media-based da'wah methods grounded in Islamic management principles, which expand the reach of da'wah, enhance relevance, and maintain alignment with Qur'anic teachings.

Keywords: Qur'an, Da'wah, Digital Era, Da'wah Management, Digital Media.

PENDAHULUAN

Dakwah adalah salah satu tugas utama umat Islam untuk menyampaikan risalah Allah SWT kepada manusia secara luas. Dalam konteks Islam, dakwah bukan hanya aktivitas spiritual, tetapi juga memiliki peran strategis dalam membentuk masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai ilahiyyah. Menurut Al-Qur'an, dakwah berfungsi sebagai *hudan* (petunjuk) bagi umat manusia untuk menjalankan peran sebagai khalifah di bumi (Q.S. Al-Baqarah: 2). Tantangan dakwah semakin kompleks di era globalisasi, di mana identitas keagamaan sering kali kabur, dan penyampaian pesan Islam dihadapkan pada dinamika sosial, politik, dan budaya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan dakwah yang terstruktur untuk menjawab kebutuhan zaman. Penelitian tentang manajemen dakwah, terutama yang merujuk pada prinsip-prinsip Al-Qur'an, menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa dakwah dapat dilakukan secara efektif, efisien, dan relevan dengan tantangan modern.

Dalam konteks dakwah, pengelolaan aktivitas yang efektif menjadi kunci keberhasilan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa manajemen dakwah melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan evaluasi yang sistematis¹. Misalnya, studi Abdullah menyoroti pentingnya metode berbasis

¹ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago: University of Chicago Press, 1982).



teknologi dalam mendukung dakwah modern². Selain itu, penelitian Farid menunjukkan bahwa prinsip manajemen yang efektif dapat meningkatkan jangkauan dakwah dan memperkuat relevansinya dengan audiens yang beragam³. Namun, sebagian besar penelitian ini hanya membahas aspek teknis dakwah tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan panduan Al-Qur'an. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana Al-Qur'an membahas prinsip-prinsip manajemen dalam konteks dakwah.

Meski banyak penelitian telah membahas manajemen dakwah, pendekatan yang menekankan hubungan antara prinsip-prinsip manajemen dan ayat-ayat Al-Qur'an masih kurang mendalam. Sebagian besar literatur cenderung bersifat teoritis tanpa memberikan panduan praktis yang spesifik. Misalnya, penelitian Ahmad hanya membahas aplikasi teknologi dalam dakwah tanpa meninjau landasan Al-Qur'annya⁴. Selain itu, metode dakwah konvensional seperti ceramah di masjid belum sepenuhnya diadaptasi ke dalam media digital secara optimal. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian yang mengintegrasikan prinsip manajemen Islami dengan pendekatan dakwah kontemporer yang sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an.

Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan: Bagaimana Al-Qur'an memberikan panduan mengenai prinsip-prinsip manajemen dakwah? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prinsip-prinsip manajemen dakwah berdasarkan Al-Qur'an, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, serta mengeksplorasi penerapannya dalam dakwah modern yang memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi terhadap pengembangan metode dakwah yang lebih relevan dan adaptif di era globalisasi.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik dengan memperluas pemahaman tentang hubungan antara manajemen dakwah dan nilai-nilai Al-Qur'an. Secara praktis, penelitian ini menawarkan panduan bagi para da'i dan organisasi dakwah dalam merancang strategi yang terstruktur, berbasis prinsip-prinsip Islami, dan relevan dengan audiens modern. Selain itu, penelitian ini berkontribusi dalam mengembangkan pendekatan dakwah digital yang tetap konsisten dengan ajaran Islam, membantu menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Dengan relevansinya terhadap tantangan zaman, penelitian ini diharapkan menjadi referensi penting dalam dunia dakwah Islam kontemporer.

² Yusuf Abdullah, "The Role of Technology in Enhancing Da'wah Effectiveness," *International Journal of Islamic Studies* 12, no. 3 (2021): 45-60.

³ Muhammad Farid, "Principles of Management in Islamic Da'wah," *Journal of Islamic Leadership and Management* 8, no. 1 (2020): 15-30.

⁴ Salim Ahmad, "Digital Da'wah and its Relevance in Contemporary Muslim Societies," *Journal of Islamic Digitalization* 5, no. 2 (2018): 89-102.



METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) untuk menganalisis prinsip-prinsip manajemen dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan memahami konsep-konsep manajerial yang ada dalam ajaran Al-Qur'an, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan dakwah. Data dikumpulkan melalui kajian pustaka, dengan mengakses berbagai sumber literatur, termasuk buku tafsir, artikel ilmiah, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini. Analisis dilakukan dengan pendekatan tematik (*tafsir maudu'i*), yang mengumpulkan ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan manajemen dakwah untuk dianalisis dan dihubungkan satu sama lain sesuai dengan tema yang ada.

Proses analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan, mulai dari reduksi data, pengorganisasian data, hingga penyajian hasil analisis. Ayat-ayat yang ditemukan relevan dengan topik manajemen dakwah kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan evaluasi dalam dakwah. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan kajian terhadap penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam dakwah di era modern, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial. Dengan menggunakan analisis deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai relevansi prinsip manajemen dakwah dalam Al-Qur'an untuk diterapkan pada dakwah kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Manajemen Dakwah

Secara etimologis kata manajemen berasal dari kata Inggris "*management*", yang berarti "ketatalaksanaan", "tata pimpinan", dan "pengelolaan". Dalam bahasa Arab, kata manajemen umumnya disebut "*at-tanzhim*" dan "*at-takhthith*". Oleh karena itu, dalam bahasa Inggris, manajemen berarti suatu proses perencanaan yang diterapkan oleh individu atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan dengan baik.

Manajemen secara terminologis mengandung makna sebagai berikut:⁵

1. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengaturan anggota organisasi dengan penggunaan sumber daya yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Manajemen adalah kekuatan yang menggerakkan usaha dan bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan usaha untuk mencapai tujuan tertentu dengan bekerja sama dengan orang lain.

Munir dan Ilaihi menyimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian tindakan merencanakan, menggerakkan, mengorganisasikan, mengendalikan, dan mendayagunakan sumber daya manusia serta sarana dan prasarana untuk

⁵ Ahmad Atabik, "Managemen Dakwah Perspektif Al-Qur'an" 1, no. 1 (2016).



mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Selain itu, pengertian manajemen juga sangat menekankan aspek pengaturan aktivitas fungsi sumber daya manusia.

Kata dakwah secara etimologi berasal dari bahasa arab *da'a - yad'u - da'watan - du'a* yang berarti memanggil, mengajak, menyeru, mengundang, mendorong, dan memohon. Proses menyampaikan ajaran Islam dari satu orang ke orang lain dikenal sebagai dakwah. Amar ma'ruf (ajakan kepada kebaikan) dan nahi munkar (mencegah segala bentuk kemaksiatan) dapat ditanamkan dalam penyebaran ajaran Islam.⁶ Oleh karena itu, dakwah dapat didefinisikan sebagai segala bentuk tindakan yang dilakukan untuk menyampaikan ajaran agama Islam kepada orang lain dengan cara yang bijaksana dengan harapan suatu individu atau komunitas akan taat dan mengamalkan sepenuhnya ajaran agama Islam.

Dakwah merupakan hal yang sangat diperlukan dalam agama islam. Sebagaimana tujuan dakwah untuk mengajak manusia agar selalu taat pada Allah agar memperoleh kebhagiaan didunia dan diakhirat nanti. Setiap muslim wajib untuk menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia untuk mendapatkan kedamaian dan ketentraman hidup.⁷ Hal ini sesuai firman Allah SWT dalam Q.S Ali-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْحُبْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَا عَنِ الْمُنْكَرِ هُنْ أُولَئِكَ هُنْ الْمُفْلِحُونَ

*"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka lah orang-orang yang beruntung."*⁸

Dalam melaksanakan dakwah harus dengan kemampuan masing masing. Apabila seorang muslim memiliki suatu kekuasaan tertentu maka pergunakanlah kekuasaannya untuk berdakwah. Jika seorang muslim hanya mampu dengan lisannya maka pergunakanlah untuk menyeru kepada kebaikan dan seandainya dengan lisan pun masih belum mampu maka pergunakanlah hati untuk berdakwah.⁹ Hal ini sesuai dengan sabda nabi Muhammad SAW yang berbunyi:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُعِسِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضَعْفُ الْإِيمَانِ

"Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka cegahlah dengan tanganmu, apabila belum bisa, maka cegahlah dengan mulutmu, apabila belum bisa, cegahlah dengan hatimu, dan mencegah kemungkaran dengan hati adalah pertanda selemah-lemah

⁶ Zulkarnaini, "Dakwah Islam di Era Modern," *Risalah: Jurnal Dakwah* 26, no. 3 (September 2005): 151–58, <http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v26i3.1271>.

⁷ Awaludin Pimay, *Metodologi Dakwah: kajian teoritis dari Khazanah Al-Qur'an* (Semarang: RaSAIL, 2006), 14.

⁸ "Qur'an Kemenag," diakses 13 September 2024, <https://quran.kemenag.go.id/>.

⁹ Samsul Munir Amin dan Achmad Zirzis, *Ilmu dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009).



iman". (HR. Muslim)

Menurut sebagian ulama berpendapat bahwa hukum dakwah adalah wajib kifayah. Yang artinya apabila dakwah sudah dilakukan oleh sebagian ata sekelompok orang, maka gugurlah setiap kewajiban dakwah atas seluruh kaum muslimin dikarenakan sudah ada yang melaksanakannya.¹⁰

Dalam dakwah, perilaku seorang muslim dalam menjalankan agama Islam dianggap sebagai *rahmatan lil alamin* yang harus diajarkan kepada semua orang. Maka dakwah didalamnya meliputi da'i, maddah (materi dakwah), mad'u (objek), dan thariqah yang merupakan unsur-unsur dakwah dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.¹¹

Oleh karena itu, bentuk idhlafiyyah yang menggabungkan kata manajemen dan dakwah memiliki tujuan yang sama yakni merencanakan tugas, mengelompokkannya, menghimpunnya, dan menempatkannya, dan kemudian menggerakkannya untuk mencapai tujuan dakwah. Dengan adanya perencanaan dalam berdakwah ini, dakwah dianggap sebagai semata-mata tujuan ubuddiyah tetapi juga dianggap sebagai implementasi dari berbagai profesi. Karena itu, tujuan dakwah akan tercapai dengan sukses jika kegiatan dakwah ini dapat direncanakan dengan baik.

Manajemen Dakwah Menurut Prespektif Al-Qur'an

Semua orang harus menggunakan kemampuan mereka dalam dakwah. Jika seorang muslim memiliki kekuatan tertentu, gunakanlah untuk berdakwah. Jika mereka hanya dapat berbicara, gunakanlah untuk menyeru kepada kebaikan dan jika mereka tidak dapat berbicara gunakanlah hati untuk berdakwah.

Oleh karena itu, salah satu komponen strategis dari kegiatan dakwah adalah penentuan metode dan pendekatan yang tepat untuk membuat dakwah menjadi aktual, faktual, dan kontekstual. Jika metodenya tidak tepat dan caranya tidak akurat, maka kegiatan dakwah akan terjerumus ke dalam upaya "arang habis besi binasa" dan berfokus pada pemecahan masalah tanpa solusi yang jelas.¹² Berikut beberapa ayat-ayat yang membahas mengenai manajemen dalam perspektif Al-Quran:

1. Q.S. As-Sajdah Ayat 5

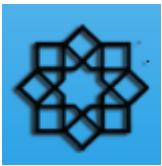
يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنْ السَّمَاوَاتِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرِجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ إِمَّا تَعْدُونَ

"Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik

¹⁰ Pimay, *Metodologi Dakwah: kajian teoritis dari Khazanah Al-Qur'an*.

¹¹ Arifin Zain, "Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Al-Hadits," t.t.

¹² Jundah Sulaiman dan Mansya Aji Putra, "Manajemen Dakwah Menurut Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Manajemen Dakwah* 8, no. 1 (28 Februari 2021), <https://doi.org/10.15408/jmd.v8i1.19926>.



kepadanya".¹³

Dalam QS. As-Sajdah ayat 5 kata "yudabbiru" berarti mengatur, mengurus, me-manage, mengarahkan, membina, merencanakan, melaksanakan dan mengawasi. Dari kata "yudabbiru" berasal kata "tadbīr", yang dalam bahasa manajemen berarti pengorganisasian.¹⁴

Menurut Imam Ibnu Katsir, "Dia (Allah) mengatur segala sesuatu dari langit ke bumi, kemudian semuanya naik (kembali) kepada-Nya" berarti Dia menurunkan rencana urusan-Nya dari langit ke tujuh penjuru bumi dalam waktu lima abad. Ini adalah makna yang sesuai dengan zahir Al-Qur'an bahwa Allah SWT mengatur semua hal di langit dan di bumi secara bertahap.¹⁵

M. Quraish Shihab berpendapat bahwa kata "yudabbiru" digunakan pada ayat di atas untuk menunjukkan pemikiran dan pengaturan sedemikian rupa tentang peristiwa yang akan datang. Pada dasarnya, segala sesuatu harus dipertimbangkan secara menyeluruh tentang dampak dan akibatnya sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan atau keinginan. Dari isi kandungan ayat diatas dapat dipahami bahwa Allah SWT sebagai pengatur alam (*Al-Mudabbir/ manager*).¹⁶

Semua perbuatan amal manusia didunia telah diatur oleh Allah SWT. Dimana Allah mengendalikan semua apa yang ada di bumi dan di langit. Sebagai manusia biasa, kita harus berusaha melakukan amal baik setiap hari. Sebagaimana ini merupakan bagian penting dari proses pelaksanaan manajemen adalah pengaturan atau proses pengorganisasian.

2. QS. Al-Fatihah Ayat 2

ذلِكَ الْكِتُبُ لَا رَبَّ لَهُ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

"Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam".¹⁷

Di dalam Al-Qur'an, terdapat makna manajemen sebagai bentuk penguasa adalah "Rabb" yang berarti raja yang mengatur atau menguasai. Hal ini juga merupakan arti manajemen dalam proses mengatur yang termasuk dalam bagian penting dari fungsi manajemen. Sebagai aktivitas yang mengatur alur kerja manajemen. Dalam ayat ini Allah sebagai yang menciptakan, yang memelihara serta yang mengatur segala urusan dimuka bumi ini yang apabila di dunia manusia disebut sebagai manager dalam sebuah perusahaan.

¹³ "Qur'an Kemenag."

¹⁴ Akhmad Sobrun Jamil, "Manajemen dalam Konsepsi Al-Qur'an," t.t.

¹⁵ Imam Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir, [terjemahan]*, oleh Arif Rahman Hakim, at. al, (Surakarta: Insan Kamil, 2015).

¹⁶ Siti Khoirul Munawaroh, "Manajemen dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 08 (21 Agustus 2021): 1420–31, <https://doi.org/10.36418/jist.v2i8.217>.

¹⁷ "Qur'an Kemenag."



3. QS Al-Hasyr Ayat 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ حَبِيبٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan."¹⁸

Dalam ayat ini menjelaskan mengenai pentingnya melakukan perencanaan dalam hidup dan melakukan evaluasi terhadap rencana yang telah dilaksanaan. Perencanaan sendiri merupakan proses dan penentuan yang telah direncanakan secara matang mengenai hal-hal yang akan dikerjakan untuk masa yang akan datang untuk mencapai suatu tujuan. Di dalam perencanaan ini sudah mencakup 5W+1H (*what?, why?, when?, where?, who?, how?*) mengenai apa yang akan dilakukan, kenapa dilakukannya hal tersebut, kapan akan dilakukannya, dimana dilakukan serta siapa dan bagaimana hal itu akan dilakukan.

4. QS. Al-Infitar Ayat 9-12

كَلَّا بَلْ تُكَذِّبُونَ بِاللَّهِينَ. وَإِنَّ عَلَيْكُمْ لَفْظِيْنِ. كِرَامًا كَبِيْرِيْنِ. يَعْلَمُونَ مَا تَفْعَلُونَ

"Jangan sekali kali begitu! Bahkan mendustakan hari pembalasan. Sesungguhnya bagi kamu ada (malaikat-malaikat) pengawas. Yang mulia (si sisi Allah) dan mencatat (amal perbuatanmu). Mereka mengetahui apa yang kamu kerjakan."¹⁹

Pada ayat ini menjelaskan bahwa kita harus selalu mengevaluasi diri, selain dapat dilakukan secara mandiri melalui metode muhasabah. Pengawasan atau evaluasi perspektif Alquran juga dapat dilakukan melalui kesadaran atas pengawasan dari sumber eksternal, seperti pengawasan Tuhan dan para malaikat-Nya. Pengawasan dari tuhan mendorong seseorang untuk memiliki kesadaran transenden yang mendorong mereka untuk selalu bertindak sesuai dengan keinginan Tuhan. Kesadaran transenden ini dikenal sebagai Ihsan.

5. QS Yunus ayat 31

قُلْ مَنْ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ أَمْنَ يَمْلِكُ السَّمَاءَ وَالْأَبْصَرَ وَمَنْ يُخْرِجُ الْحَيَّ مِنَ الْمَيْتِ وَيُخْرِجُ الْمَيْتَ مِنَ الْحَيِّ وَمَنْ يُدَبِّرُ الْأَمْرَ فَسَيَقُولُونَ اللَّهُ هَذِهِ فُلُنْ أَفَلَا تَتَفَوَّنَ

"Katakanlah (Nabi Muhammad), "Siapakah yang menganugerahkan rezeki kepadamu dari langit dan bumi, siapakah yang kuasa (menciptakan) pendengaran dan penglihatan, siapakah yang mengeluarkan yang hidup dari yang mati dan mengeluarkan yang mati dari yang hidup, serta siapakah yang mengatur segala

¹⁸ "Qur'an Kemenag."

¹⁹ "Qur'an Kemenag."



urusan?" Maka, mereka akan menjawab, "Allah." Maka, katakanlah, "Apakah kamu tidak takut (akan azab Allah)?".²⁰

Dari ayat Al-Qur'an sebelumnya dapat disimpulkan bahwa ayat tersebut berbicara tentang contoh manajemen atau manajer. Karena Allah SWT mengatur segala sesuatu yang ada di alam semesta ini, sehingga kita dapat menggunakannya sebagai landasan atau contoh untuk mengatur suatu hal sehingga teratur dengan baik. Dengan cara yang sama, kita (manusia) adalah makhluk yang diatur oleh Allah dengan cara yang baik agar kita bertakwa kepadanya dan mengikuti perintah-Nya. Salah satu programnya yang dapat dijalankan adalah dengan membangun Al-Qur'an sebagai landasan hukum utama. Dengan memiliki aturan atau pedoman, manusia dapat hidup dengan baik serta mendapatkan keberkahan, kenikmatan, dan pahala yang banyak. Dengan demikian pula sejalan dengan tujuan manusia yaitu menjadi insan yang bertakwa dan beriman kepada Allah SWT.

Menurut Ibnu Katsir, arti dari ayat "dan siapakah yang mengatur segala urusan" adalah bahwa Dzat yang memiliki otoritas atas segala yang melindungi, bukan yang melindunginya. Tidak ada pihak yang dapat menentang keputusannya, karena Dia adalah pengendali yang bijaksana. Menurut Ibnu Katsir, arti ayat "Dia mengatur perkara" adalah Dia mengatur seluruh makhluk, baik itu pengaturan terhadap siang malam dan seluruh alam semesta.²¹

Setelah melihat ayat-ayat dalam Al-Qur'an yang menunjukkan makna manajemen terdapat beberapa hal. Pertama, pada makna manajemen secara eksplisit dalam arti "pengaturan" manusia dan eksistensi manusia. Dan kedua, hakekat serta prinsip manajemen dakwah yang ditemukan dalam Al-Qur'an.

Ali Bin Talib berkata : "Kebenaran yang tidak terorganisir dapat dikalahkan oleh kebatilan yang terorganisir". Al Qur'an sebenarnya menunjukkan bagaimana proses dalam pengorganisasian, yang menekankan pentingnya menciptakan kesatuan dalam segala tindakan sehingga tercapainya sebuah tujuan. Firman Allah dalam surat Ali-Imran ayat 103, menyatakan:

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرُّوا وَإِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ
فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْرَجْنَا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَدْنَاكُمْ مِّنْهَا فَكَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ عَالِيَّتِهِ
لَعَلَّكُمْ تَهُتَّدُونَ

"Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah

²⁰ "Qur'an Kemenag."

²¹ Abu al-Fida Isma'il bin 'Umar Ibn Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-'Azhim* (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1999).



kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk".²²

Berdasarkan surah tersebut, menjelaskan bahwa Allah adalah contoh atau tauladan kita untuk memimpin karena Dia memiliki kemampuan untuk mengatur seluruh alam semesta, yang terdiri dari triliunan galaksi, beribu bintang, dan segala sesuatu yang ada di dunia ini. Dengan begitu banyak hal yang telah diatur oleh Allah semuanya berjalan dengan baik. Kitab suci Al-Qur'an sendiri mengandung semua bentuk atau metode majamen alam semesta.

Implementasi Manajemen dalam Kegiatan Dakwah

Dalam dakwah memiliki unsur-unsur yang artinya setiap komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut antara lain:²³

1. Subjek Dakwah

Subjek dakwah atau pelaku dakwah (da'i) secara teoritis, adalah orang yang menyampaikan dan menyebarluaskan ajaran agama Islam kepada orang lain.²⁴ Namun secara praktis, subjek dakwah atau komunikator terbagi menjadi dua kategori. Pertama, jika ditinjau kembali secara umum da'i adalah setiap muslim atau muslimat yang sudah baligh yang memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas dakwah yang merupakan kewajiban alami sebagai penganut Islam, seperti hadist berikut:

بِلَّغُوا عَنِي وَلَوْ آتَيْتُهُ

"Sampaikanlah dariku meski hanya satu ayat."

Kedua, da'I yang memiliki keahlian khusus dalam bidang dakwah Islam dan menerapkan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan agama dengan sepenuh hati baik dengan menguasai konsep, teori, maupun teknik dakwah tetentu.

2. Objek Dakwah

Objek dakwah yakni masyarakat yang dikatakan baik secara individu maupun kelompok yang mana setiap masyarakat memiliki tingkatan sosial yang berbeda. Untuk memastikan bahwa pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh mad'u, seorang da'I harus terlebih dahulu memahami kategori dan sifat objek

²² "Qur'an Kemenag."

²³ Nur Annisa Tri Handayani, "Pesan Dakwah dalam Film Animasi Riko The Series: Analisis Semiotika Roland Barthes" (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hidayatullah, pekanbaru, 2022).

²⁴ Novri Hardian, "Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits," *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 1 Juni 2018, 42–52, <https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.92>.



dakwah.²⁵

3. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan atau *message* yang dibawakan oleh subjek dakwah untuk disampaikan kepada objek dakwah berasal dari al-qur'an dan sunnah yang digunakan oleh da'I ketika menyampaikan pesan dakwah kepada objek dakwah.

4. Media Dakwah

Sarana dakwah atau sarana yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan dakwah agar dapat dilakukan secara efektif maka harus menggunakan media yang tepat. Dalam bukunya Aziz, Hamzah Yaqub mengatakan bahwa ada beberapa jenis media yang dapat digunakan untuk menyebarluaskan ajaran islam, yaitu:

- a) Lisan yang mencakup melalui suara seperti pidato, ceramah, perkuliahan, bimbingan, penyuluhan dan lain sebagainya.
- b) Tulisan yang mencakup dakwah melalui buku, majalah, surat kabar dan lain sebagainya.
- c) Media dakwah seperti lukisan, gambar, karikatur dan lainnya.
- d) Alat audio visual yakni alat yang digunakan pada kegiatan dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan seperti televisi, slide, internet dan lainnya.
- e) Akhlak yaitu perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam dari seorang da'I agar mad'u dapat dengan mudah memahami, menikmatinya dan mendengarkannya.

5. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan suatu prosedur teratur dan sistematis yang dilakukan pada kegiatan dakwah yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok.²⁶ Seorang da'I harus melakukan dakwah dengan cara yang tepat atau sesuai dengan situasi kondisi mad'u (penerima pesan). Dengan menguasai metode dakwah, pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'I ke mad'u akan lebih mudah dicerna dan ditrima dengan baik.

Ada beberapa metode dakwah. Yang pertama adalah dakwah bi al-lisan atau dakwah bi al-qalam, yang berarti menyampaikan pesan dakwah melalui media tulisan dan cetak. Yang kedua adalah dakwah bi al-hal, yang berarti menyampaikan dakwah melalui amalan nyata (perbuatan) dan keteladanan. Yang ketiga adalah dakwah dengan Hikmah, yang berarti menyampaikan dakwah dengan cara yang baik, arif, dan bijaksana. Yang keempat adalah dakwah dengan Mau'idzah Hasanah yang menyampaikan dan memberikan nasihat-nasihat dengan rasa kasih sayang. yang terakhir adalah dakwah dengan Mujadalah, yakni

²⁵ Samsul Munir Amin dan Achmad Zirzis, *Ilmu dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 15.

²⁶ Harjani Hefni dkk., *Metode dakwah* (Jakarta: Kencana : Prenada Media, 2003).



pendekatan dakwah secara diskusi atau argumentasi.²⁷

6. Efek Dakwah (Atsar dakwah)

Umpulan atau *feedback* yang diterima setelah melakukan aktivitas dakwah disebut efek dakwah atau atsar dakwah.²⁸ Atsar memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan langkah-langkah yang akan digunakan dalam dakwah berikutnya. Semua elemen dakwah harus dievaluasi atau dinilai secara keseluruhan. Jika seorang da'I tidak melakukan analisis atsar dakwah, kemungkinan besar mereka akan melakukan kesalahan lagi saat menggunakan strategi dakwah berikutnya.

Berikut adalah contoh yang relevan untuk perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*), dan pengendalian (*Controlling*) terkait kegiatan dakwah di era modern. Dakwah saat ini semakin memanfaatkan teknologi digital, sehingga contoh ini akan menggambarkan bagaimana dakwah dapat dilakukan dengan sinkronisasi terhadap tuntunan ayat Al-Quran melalui pendekatan modern.

1. Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap perencanaan, dilakukan analisis tren dakwah di era digital, di mana masyarakat lebih sering mengakses informasi melalui internet dan media sosial. Peneliti mengamati dan menyesuaikan metode dakwah agar sesuai dengan kebiasaan masyarakat modern, sambil tetap merujuk pada tuntunan ayat Al-Quran. Penelitian mendalam terhadap metode yang lebih relevan seperti penggunaan teknologi juga dilakukan. Contohnya dalam penyusunan rencana program dakwah berbasis digital yang berlandaskan pada Al-Quran. Tim merencanakan untuk membuat konten dakwah berupa podcast, video ceramah singkat di YouTube, Instagram, TikTok, serta artikel dakwah di blog atau website. Materi dakwah fokus pada masalah yang dihadapi masyarakat modern, seperti isu kesehatan mental, lingkungan, dan hubungan sosial, yang dikaitkan dengan nilai-nilai Islam.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Tahap ini mencakup pembentukan tim dakwah yang berkompeten dalam teknologi dan media sosial, serta memastikan bahwa setiap anggota memahami konsep dakwah yang sesuai dengan ajaran Al-Quran. Sumber daya teknologi seperti kamera, software editing video, dan akses ke platform media sosial dikelola dan diatur. Contohnya membentuk tim yang terdiri dari penceramah, ahli IT, desainer grafis, dan media sosial manager. Penceramah bertugas menyampaikan pesan yang sesuai dengan ayat-ayat Al-Quran, sedangkan ahli IT dan desainer memastikan bahwa konten dikemas dengan menarik secara visual. Media sosial

²⁷ Samsul Munir Amin dan Zirzis, *Ilmu dakwah*.

²⁸ Muhammad Munir, *Manajemen dakwah*, Cetakan ke-3 (Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2012).



manager bertanggung jawab untuk memposting konten secara terjadwal dan mengukur engagement audiens.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan adalah proses eksekusi dari konten dakwah yang telah disiapkan. Pesan dakwah disampaikan melalui platform yang paling relevan dengan target audiens, seperti media sosial, podcast, atau live streaming. Setiap materi yang dipublikasikan harus tetap mematuhi prinsip-prinsip Islam yang berdasarkan Al-Quran, disampaikan dengan bijaksana dan sesuai konteks kekinian. Contohnya tim meluncurkan podcast mingguan yang mengulas ayat-ayat Al-Quran dan hadis, lalu mengaitkannya dengan topik populer seperti kesehatan mental dalam Islam, kepemimpinan, atau lingkungan hidup. Video dakwah pendek dipublikasikan di platform seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau generasi muda. Live streaming ceramah atau diskusi interaktif diadakan di YouTube atau Zoom untuk mendiskusikan masalah yang dihadapi masyarakat dan memberikan solusi berdasarkan ajaran Islam.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Tahap pengendalian mencakup evaluasi dari seluruh proses dakwah untuk memastikan bahwa metode yang digunakan tetap relevan dan efektif, serta tetap sinkron dengan tuntunan Al-Quran. Pengendalian ini juga melibatkan pemantauan terhadap feedback audiens dan engagement di media sosial untuk menentukan apakah pesan dakwah tersampaikan dengan baik. Tim melakukan analisis data dari platform media sosial untuk mengevaluasi seberapa efektif konten yang telah dipublikasikan. Melalui survei online, mereka mendapatkan feedback dari audiens tentang materi dakwah yang diunggah. Evaluasi dilakukan terhadap materi yang paling banyak diakses dan respons positif terhadap ceramah, sehingga mereka dapat memperbaiki atau mengoptimalkan metode dakwah yang digunakan. Mereka juga memastikan bahwa konten tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam yang diajarkan dalam Al-Quran.

Program-program dakwah digital yang dapat menjadi referensi dilihat melalui podcast Islam yang sukses di Indonesia, aplikasi mobile yang menyediakan akses ke tafsir Al-Quran, atau komunitas dakwah online yang menggunakan prinsip-prinsip pengorganisasian dan controlling dari manajemen modern. Contoh seperti ini akan menunjukkan bagaimana sinkronisasi antara tuntunan Al-Quran dan metode dakwah kontemporer terjadi. Penggunaan **Balanced Scorecard** dalam mengukur efektivitas program dakwah, di mana tim dakwah bisa mengukur kinerja berdasarkan empat perspektif: finansial (sumber daya), pelanggan (penerima dakwah), proses internal (proses dakwah), dan pembelajaran/pertumbuhan (pengembangan penceramah atau tim dakwah). Dengan ini, artikel bisa menghubungkan relevansi manajemen modern dengan pengelolaan dakwah yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Manajemen dakwah di era globalisasi menghadapi tantangan modern seperti



media sosial, perubahan budaya, dan keberagaman. Media sosial memerlukan strategi konten yang menarik, sementara perubahan budaya dan keberagaman menuntut pendekatan dakwah yang inklusif dan toleran. Selain itu, generasi muda perlu didekati melalui dakwah kreatif dan interaktif. Oleh karena itu, dakwah harus fleksibel, inovatif, dan relevan agar pesan Islam tetap dapat diterima dan diamalkan dalam konteks global yang terus berubah.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menganalisis prinsip-prinsip manajemen dakwah dalam perspektif Al-Qur'an dan mengungkapkan bahwa Al-Qur'an tidak hanya memberikan petunjuk spiritual, tetapi juga mengandung ajaran yang berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen yang terencana dan terorganisir sangat penting dalam menjalankan dakwah. Dengan niat yang baik, perencanaan dakwah dapat bernilai ibadah dan menghasilkan dampak yang maksimal. Di era modern, penting bagi dakwah untuk menggunakan prinsip-prinsip manajemen yang efektif agar dapat berjalan lebih efisien, menjangkau audiens yang lebih luas, dan tetap relevan dengan perkembangan zaman, terutama melalui pemanfaatan media digital. Tanpa manajemen yang tepat, dakwah berisiko kehilangan arah dan tidak efektif dalam menyampaikan pesan Islam di masyarakat yang semakin kompleks dan global.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal ruang lingkup yang hanya terfokus pada konsep manajemen dakwah dalam Al-Qur'an tanpa membahas implementasi praktisnya dalam berbagai konteks masyarakat. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam tentang aplikasi konkret manajemen dakwah, terutama dalam mengadaptasi metode dakwah di berbagai negara dan budaya dengan menggunakan media digital yang semakin berkembang. Penelitian berikutnya juga bisa memperluas kajian untuk mengeksplorasi hubungan antara manajemen dakwah dan dampaknya terhadap masyarakat Muslim di era digital, sehingga dakwah dapat lebih efektif dalam menjawab tantangan kontemporer.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar para praktisi dakwah dan organisasi Islam memperhatikan pentingnya manajemen dalam perencanaan dakwah untuk memastikan keberhasilan dan efektivitas pesan yang disampaikan. Penggunaan media digital sebagai platform dakwah juga perlu dioptimalkan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip manajemen yang berbasis pada ajaran Al-Qur'an, guna mencapai audiens yang lebih luas dan tetap menjaga relevansi ajaran Islam.

BIBLIOGRAFI

- Abdullah, Yusuf. "The Role of Technology in Enhancing Da'wah Effectiveness." *International Journal of Islamic Studies* 12, no. 3 (2021): 45-60.



- Ahmad, Salim. "Digital Da'wah and Its Relevance in Contemporary Muslim Societies." *Journal of Islamic Digitalization* 5, no. 2 (2018): 89-102.
- Al-Farmawi, Abdul Hayy. *Al-Badiyah Fi Al-Tafsir Al-Mawdu'i: Dirasah Manhajiyah Mawdu'iyah*, terj. Rosihon Anwar, ed. Maman Abd. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Alfiyah, A., Ahlan, A., & Adila, F. (2022). Eksistensi Perempuan Dalam Dakwah Kontemporer Perspektif Al-Qur'an dan Hadis. Madinah: Jurnal Studi Islam, 9(2), 280-291. <https://doi.org/10.58518/madinah.v9i2.1386>
- Alfiyah, A., & Putri, N. A. (2022). Pembacaan Ayat Al-Qur'an dalam Tradisi Procotan: Studi Living al-Qur'an di Desa Kemantren Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir, 5(2), 160-170. <https://doi.org/10.58518/alfurqon.v5i2.1391>
- Atabik, Ahmad. "Managemen Dakwah Perspektif Al-Qur'an" 1, no. 1 (2016).
- Fahimah, S. (2020). Ayat-Ayat Dakwah; Kandungannya Dalam Bingkai Penafsiran Alquran. Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 4(1), 69-88. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/510>
- Farid, Muhammad. "Principles of Management in Islamic Da'wah." *Journal of Islamic Leadership and Management* 8, no. 1 (2020): 15-30.
- Handayani, Nur Annisa Tri. "Pesan Dakwah dalam Film Animasi Riko The Series: Analisis Semiotika Roland Barthes." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hidayatullah, Pekanbaru, 2022.
- Hardian, Novri. "Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 1 Juni 2018, 42-52. <https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.92>
- Hefni, Harjani, Munzier Suparta, M. Yunan Yusuf, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, dan Rahmat Semesta. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana: Prenada Media, 2003.
- Imam Ibnu Katsir. *Tafsir Ibnu Katsir*, [terjemahan], oleh Arif Rahman Hakim, et al. Surakarta: Insan Kamil, 2015.
- Jamil, Akhmad Sobrun. "Manajemen dalam Konsepsi Al-Qur'an," t.t.
- Khoirul Munawaroh, Siti. "Manajemen dalam Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 08 (21 Agustus 2021): 1420-31. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i8.217>.
- Kholid, A., & Shofiyah, S. (2022). Implementasi Al-Hikmah Dalam Metode Dakwah Di Surah An-Nahl Ayat 125. Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 6(2), 164-172. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v6i2.1155>
- Mahanum, Mahanum. "Tinjauan Kepustakaan." *ALACRITY: Journal of Education*, 9 Juli 2021, 1-12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>.
- Munir, Muhammad. *Manajemen Dakwah*. Cetakan ke-3. Rawamangun, Jakarta: Kencana, 2012.
- Musrifah. (2020). Pra-Pernikahan Rasulullah, Komunikasi Dakwah Dalam Konteks Budaya. Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 4(2), 131 – 142. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/589>



- Pimay, Awaludin. *Metodologi Dakwah: Kajian Teoritis dari Khazanah Al-Qur'an*. Semarang: RaSAIL, 2006.
- "Qur'an Kemenag." Diakses 13 September 2024. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Rahman, Fazlur. *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*. Chicago: University of Chicago Press, 1982.
- Samsul Munir Amin, dan Achmad Zirzis. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- Sulaiman, Jundah, dan Mansya Aji Putra. "Manajemen Dakwah Menurut Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Manajemen Dakwah* 8, no. 1 (28 Februari 2021). <https://doi.org/10.15408/jmd.v8i1.19926>.
- Yusron, M. Agus. "Memahami Tafsir dan Urgensinya." *ZAD Al-Mufassirin* 4, no. 1 (30 Juni 2022): 61–81. <https://doi.org/10.55759/zam.v4i1.35>.
- Zain, Arifin. "Dakwah dalam Perspektif Al-Qur`An dan Al-Hadits," t.t.
- Zulkarnaini. "Dakwah Islam di Era Modern." *Risalah: Jurnal Dakwah* 26, no. 3 (September 2005): 151–58. <http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v26i3.1271>.