

Analisis Metode Dakwah (Qs. An-Nahl [16]:125) Dalam Perspektif Filsafat Manajemen Dakwah

Rohman Al- Manduri
romiy207@gmail.com
Institut Ummul Quro al-Islami

Abstract

The rapid development of the digital era demands significant changes in the approach to da'wah management, requiring it to be more systematic, structured, and able to adapt to technological advancements. Amidst this complexity, this study aims to analyze the integration of da'wah management philosophy based on the study of the Qur'an, particularly QS. An-Nahl [16]:125, which emphasizes the importance of communication, patience, and wisdom in delivering messages. This research employs a qualitative method with a philosophical-normative approach, combining tafsir analysis and literature review related to management to explore the meaning and relevance of teachings in the context of contemporary da'wah. The findings of the study indicate that in order to build effective da'wah leadership, three core competencies must be possessed by a da'i: technical skills (the ability to convey messages effectively), human skills (the ability to interact and understand the audience), and conceptual skills (the ability to formulate a clear and comprehensive da'wah vision). These three competencies need to be integrated with Qur'anic values that prioritize ethics, patience, and wisdom in every action of da'wah. Managerial implementation in da'wah can be realized through the basic management functions of POAC (planning, organizing, actuating, controlling), practiced in an adaptive manner, keeping pace with the current times and technological advancements. This research concludes that the effectiveness of contemporary da'wah requires a synthesis of the Islamic values found in the Qur'an with modern, adaptive, and dynamic management principles.

Keywords: *Da'wah Management Philosophy, QS. An-Nahl:125, Da'wah Methods.*

Abstrak

Perkembangan pesat era digital yang terjadi saat ini menuntut adanya perubahan signifikan dalam pendekatan manajemen dakwah, yang harus lebih sistematis, terstruktur, dan mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Di tengah kompleksitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi filsafat manajemen dakwah yang berlandaskan pada kajian Al-Qur'an, khususnya QS. An-Nahl [16]:125, yang menekankan pentingnya komunikasi, kesabaran, dan kebijaksanaan dalam menyampaikan pesan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan filosofis-normatif yang mengkombinasikan analisis tafsir dan kajian literatur terkait manajemen, untuk menggali makna dan relevansi ajaran-ajaran dalam konteks dakwah kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam rangka membangun kepemimpinan dakwah yang efektif, terdapat tiga kompetensi utama yang perlu dimiliki oleh seorang dai, yakni technical skill (kemampuan teknis dalam menyampaikan pesan), human skill (kemampuan berinteraksi dan memahami audiens), dan conceptual skill (kemampuan untuk

merumuskan visi dakwah yang jelas dan menyeluruh). Ketiga kompetensi ini perlu diintegrasikan dengan nilai-nilai Qur'ani yang mengedepankan etika, kesabaran, dan kebijaksanaan dalam setiap tindakan dakwah. Implementasi manajerial dalam dakwah dapat diwujudkan melalui fungsi-fungsi dasar manajemen, yaitu POAC (planning, organizing, actuating, controlling) yang dipraktikkan dengan cara yang adaptif, mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang ada.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas dakwah kontemporer memerlukan sintesis antara nilai-nilai Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dengan prinsip-prinsip manajemen modern yang bersifat adaptif dan dinamis.

Kata Kunci: Filsafat Manajemen Dakwah, QS. An-Nahl: 125, Metode Dakwah.

A. PENDAHULUAN

Pada hakikatnya dakwah merupakan suatu kegiatan yang bersifat *basic fundamental* dalam membentuk masyarakat yang berkarakter berbudi pekerti, berbudi luhur dan berakhlakul karimah terutama terhadap objek dakwah nya (*mad'u*). Bukan hanya itu, dakwah juga menjadi subjek terpenting dalam memberikan *power* terhadap keteguhan baik secara kuantitas maupun kualitas keimanan bagi umat Islam, dengan pesan-pesan ajaran Islam yang disampaikan melalui beberapa metode atau strategi dakwah yang bersifat persuasif dan komunikatif serta responsif terhadap fenomena masyarakat.

Akan tetapi tanpa adanya manajemen sebagai asas berproses dan bertindak, sering menimbulkan kesalahan atau kekeliruan baik dalam penyampaian atau Tindakan. Apalagi di era digitalisasi saat ini yang memerlukan strategi dan metode yang relevan dengan kondisi serta situasi saat ini. Metode yang digunakan oleh pendakwah harus memberikan dampak signifikan atau dirasakan oleh mitra dakwah sebagai wujud dakwah itu sendiri.¹

Maka dengan begitu, peran Filsafat sebagai metodologis dalam konteks dakwah memberikan ruang yang sangat baik secara kontestasi diberbagai konteks. Sehingga asumsi dakwah tidak menjadi sempit secara substansi maupun esensi yang mana dakwah di artikan secara lisan seperti cerama, pidato dan sebagainya.

Apalagi manajemen dakwah yang seharusnya menjadi aspek urgen dalam membenahi dakwah agar dakwah tidak dipersempit secara makna maupun praktek di era digitalisasi. Oleh karena itu, peran filsafat dalam menelusuri baik secara

¹ Adilah Mahmud, "Hakikat Manajemen Dakwah," *Palita: Journal of Social Religion Research* 5, no. 1 (30 April 2020): 65–76.

ontology, epistemologi maupun aksiologi menjadi urgent dalam menelaah apa yang dimaksud dengan metode dakwah yang tercantum dalam QS. An-Nahl 16 [125] dari sisi manajemen dakwah secara teoritis dan praktis.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Ayat tersebut secara sederhana menunjukkan arti proses penyampaian pesan dakwah melalui tiga metode, bersifat komunikatif, responsive dan aplikatif secara independent.

Oleh karena itu, ini memberikan ruang analisis kritis lebih komperhensif terhadap tiga metode dakwah yang ditawarkan oleh al-Quran pada manusia terkhusus umat Islam. Dalam rangka menyampaikan pesan dakwah atau nilai-nilai keislaman terhadap objek dawah.

Maka di sini, yang menjadi titik sentral analisis nya ialah lebih kepada proses manajemen dakwahnya. Adapun penelitian mengenai ayat diatas dari berbagai literatur masih minim dalam menalaah dari aspek filsafat tentang manajemen dakwah, lebih kepada analisis definitif dakwah. Sebagian penelitian hanya berputar di penerjemahan dan penjabaran sempit dalam aspek definitif tentang dakwah nya saja.

Seperti jurnal yang berjudul Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah) yang ditulis oleh Nur Alhidayillah, mendefinisikan ayat tersebut secara sederhana.² Begitu juga yang dilakukan oleh Rofiq Hidayat menyimpulkan ayat tersebut dengan menyeru atau memanggil.³ dan masih banyak lagi penelitian studi Pustaka lainnya.

Namun ada penelitian Hashim & Borhan menjelaskan ketiga metode tersebut secara detail akan tetapi hanya berfokus pada ruang etika penyampaian

² nur Alhidayatillah, “Dakwah Dinamis Di Era Modern,” *Jurnal An-nida* '41, no. 2 (2017): 265–76.

³ Rofiq Hidayat, “Manajemen Dakwah Bil Lisan Perspektif Hadits,” *Jurnal Al-Tatwir* 6, no. 2 (31 Oktober 2019): 33–50.

secara spesifik tidak menyentuh aspek manajemennya.⁴ Walaupun secara definisi pendapat di atas benar secara teoritis akan tetapi menginterpretasikan ayat perlu digali secara komperhensif untuk mencari titik temu apa yang dimaksud ayat tersebut terutama dari aspek manajemen dakwah di analisis dari sisi filsafat.

Oleh karena itu, Filasafat manajemen dakwah yang dimaksud ialah menggali dari aspek nilai-nilai manajemen dakwah yang terkandung dalam metode dakwah dengan cara mengupas sedalam mungkin apa yang maksud dari dakwah *bil-hikmah*, *bil mauidzoh* dan *wadilhum* itu perspektif manajemen dakwah dengan melibatkan penafsiran para ulama serta karya ilmiah lainnya.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah literature review. Literature review merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian⁵. Kajian ini menggunakan metode deskriptif terhadap data-data yang sudah dikumpulkan baik data yang berupa data primer yaitu al-Qur'an dan kitab tafsir, kemudian data primer yaitu jurnal, buku dan website.

Melalui literature review, peneliti akan melakukan analisis terhadap berbagai publikasi ilmiah, jurnal akademis, buku-buku teks, laporan penelitian, dan sumber-sumber informasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyusun kerangka konseptual yang kokoh berdasarkan pemahaman mendalam terhadap literatur yang ada, serta mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang dapat diisi melalui penelitian ini

C. PEMBAHASAN

Filsafat Manajemen Dakwah

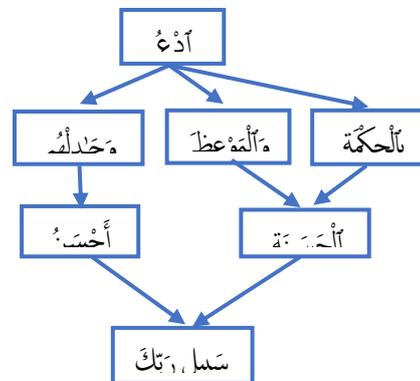
Pendekatan filosofis memiliki signifikansi metodologis yang fundamental dalam menganalisis integrasi manajemen dan dakwah, khususnya dalam konteks implementasi praktis pada organisasi dakwah. Landasan epistemologis dakwah

⁴ Zamri Bin Hashim dan Abd Hadi Bin Borham, "A Framework Concept of Ethics in Da'wah Method Based on Verse 125 of," *Borneo International Journal* 7, no. 3 (2024): 1–10.

⁵ Muannif Ridwan dkk, Pentingnya Penrapan Literature Review Pada Penelitian Ilmiah, *Jurnal Masohi*, Vol. 02, No. 01 Tahun 2021

yang bersumber dari Al-Qur'an, sebagai referensi otoritatif, memberikan legitimasi argumentatif yang kuat. Secara spesifik, Al-Qur'an Surah QS. an-Nahl [16]:125 mengandung formulasi metodologis dakwah yang bersifat komprehensif dan universal dalam pencapaian tujuan dakwah secara holistik.⁶

Analisis manajemen dakwah melalui perspektif metodologis berbasis filsafat merupakan pendekatan yang memiliki validitas dan relevansi tinggi dalam menginterpretasikan kandungan ayat tersebut. Hal ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap dimensi-dimensi konseptual dan praktis dalam implementasi dakwah kontemporer, Adapun kerangka metodologisnya dibawah ini:



Gambar 1 kerangka teoritis QS. An-Nahl [16]:125

Kerangka konseptual di atas merepresentasikan sistematika pemikiran dalam metodologi dakwah yang dikonstruksi untuk mengoptimalkan pemahaman tentang metode dakwah dari perspektif manajemen secara fundamental. Landasan utama metodologi ini mengacu pada Al-Qur'an Surah QS. an-Nahl [16]:125 yang menjadi fondasi strategis bagi para dai dalam mendiseminasikan nilai-nilai dan ajaran Islam.

Esensi dakwah berkorelasi erat dengan tujuan penciptaan manusia sebagaimana termaktub dalam QS. Az-Zariyat [51]:56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: "Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku,"

⁶ Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm.74.

Sehingga dalam konteks operasional, metodologi dakwah harus mengimplementasikan pendekatan yang berlandaskan prinsip *al-hasanah* atau *ihsan* terhadap objek dakwah (mad'u). Secara etimologis dan terminologis, dakwah merupakan seruan sistematis, ajakan konstruktif, panggilan spiritual, komunikasi persuasif dan bimbingan edukatif.

Karakteristik esensial dakwah meliputi:

1. Bebas dari unsur koersif (pemaksaan)
2. Menghindari eksploitasi
3. Berorientasi pada pencapaian sabilillah
4. Mengutamakan pendekatan humanis
5. Menjunjung tinggi nilai-nilai etis

Orientasi final dakwah terarah pada pencapaian *sabilik robbik* (jalan Tuhan), yang mengindikasikan transformasi spiritual dan sosial yang komprehensif dalam kerangka ketaatan kepada Allah SWT

Kajian Filsafat, Manajemen dan Dakwah

Pengaktualisasian tiga rumpun ilmu tersebut di perlukan uslub berupa filsafat manajemen dakwah terdiri dari tiga kata yaitu filsafat, manajemen dan dakwah. Tiga kata tersebut secara teori gabungan ilmu filsafat, ilmu manajemen dan ilmu dakwah yang mana ketiga ilmu tersebut memiliki peran tersendiri bagi dakwah baik secara sosial maupun struktural.

Adapun secara definitif dari ketiga kata ialah bahwa filsafat secara sederhana ialah *the love of wisdom* (Cinta kebijaksanaan) yang berorientasi pada pencarian hakikat segala sesuatu yang ada, sederhananya ialah mencari tahu (*curiosity*).⁷ Sedangkan, Manajemen secara definitif bisa di tinjau dari tujuh sudut pandang yaitu:

1. Alat atau cara (*Mens*)
2. Tenaga atau daya kekuatan (*Force*)
3. Sistem (*System*)
4. Proses (*Process*)

⁷ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm.2.

5. Fungsi (*Funcion*)
6. Tugas (*Task*)
7. Aktivitas atau Usaha (*Activity/Effort*)

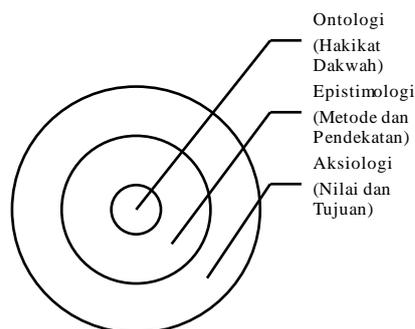
Ketujuh di ambil dari beberapa definisi para tokoh manajemen, untuk mencapai sebuah visi, misi dan tujuan organisasi dakwah.⁸

Di bawah ini penjelasan peran filsafat dan manajemen pada optimalisasi dakwah:

Pertama, sisi filsafat dalam konteks dakwah berperan sebagai kerangka berpikir untuk memahami realitas dakwah secara mendalam dan menyeluruh. Pendekatan ontologis membantu mengkaji hakikat dan fenomena dakwah di masyarakat sebagai sebuah fenomena sosial yang kompleks.

Epistemologi berperan dalam memahami proses penerimaan dan pengembangan dakwah dalam konteks sosial masyarakat, termasuk bagaimana pesan dakwah diterima dan direspon. Hal ini membantu pengembangan metode dakwah yang sesuai dengan karakteristik masyarakat.

Dimensi aksiologi menjamin upaya dakwah tetap berpegang pada nilai-nilai dan norma Islam. Integrasi ketiga aspek ini menjadikan dakwah sebagai gerakan transformatif yang memperhatikan realitas sosial, pola pikir masyarakat, dan nilai keislaman. Sehingga dakwah menjadi adaptif, komunikatif dan responsif terhadap perubahan zaman namun tetap kokoh dalam prinsip dasarnya.



Gambar 2 Filsafat Dakwah

⁸ noor Hamid, *Manajemen Bimbingan Haji Dan Umrah* (Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020), hlm.2.

Kedua, peran manajemen dalam dakwah memadukan dua aspek penting: seni dan ilmu. Yang *pertama* sebagai seni, manajemen membantu dai mengemas pesan dakwah secara menarik dan mudah diterima oleh mad'u melibatkan aspek kreatif, intuitif dan humanis. Sedangkan *kedua* sebagai ilmu, manajemen memberikan landasan pengetahuan sistematis bagi dai untuk mengatur dan mengembangkan kegiatan dakwah secara profesional berdasarkan kompetensi yang dimiliki. Berdasarkan pendetakan yang terstruktur, sistematis dan berbasis data baik dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dalam rangka memastikan pesan dakwah efektif dan efisien.

Kedua aspek ini menjadi penting karena dakwah yang efektif memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang baik, bukan hanya mengandalkan kemampuan retorika maupun orasi semata.⁹ Ilmu filsafat dan manajemen memiliki korelasi yang signifikan dengan problematika dakwah dalam konteks pemahaman permasalahan dakwah, baik dari perspektif struktural maupun sosial yang termanifestasi dalam realitas masyarakat. Implikasi dari integrasi kedua disiplin ilmu tersebut berperan sebagai kerangka referensial dalam upaya rekonstruksi dan resolusi berbagai problematika sosial serta esensi dakwah secara fundamental.

Oleh karena itu, dalam konteks metodologi dakwah yang termaktub dalam QS. an-Nahl [16]:125, dapat dilakukan analisis kritis melalui perspektif filsafat manajemen dakwah dengan pendekatan sebagai berikut:

1. Interpretasi Lafadz Ud'u (أُدْعُ)

Pendakwah secara etimologi dari kata Da'a yaitu Mangajak, memanggil dan menyeru. Sedangkan kata *ud'u* tersebut bermakna fi'il amar yang bermakna panggillah. Karena orientasi lafadz *Ud'u* secara interpretasi menurut beberapa ulama dalam penafsirannya seperti dalam tafsir as-Showi yaitu mangajak kepada manusia yang mana disitu pendakwahnya Nabi Muhammad.¹⁰

Maka secara tidak langsung mengarah pada subjektif yaitu pendakwah sebagai promotor, inisiator, motivator, medisiator atau komunikator dalam

⁹ Subhabrata Bobby Banerjee, "Decolonizing Management Theory: A Critical Perspective," *Journal of Management Studies* 59, no. 4 (Juni 2022): 1074–87.

¹⁰ Ahmad bin Muhammad as-Showi, *Hasyiah as-Showi ala Tafsir al-Jalalain* (Mesir: Darul Imam Sya fi'i, 2014), hlm.436.

menyampaikan pesan (*Message*) dakwah.¹¹ hal ini menunjukkan bahwa dalam sebuah manajemen dakwah disebut *leadership* atau *top leader* sebagai penggerak organisasi dalam memberikan saran, pesan dan perintah baik secara tulisan atau perbuatan terhadap semua elemen organisasi dakwah.¹²

Leadership harus mumpuni dalam bidang kepemimpinannya baik secara pengetahuan atau wawasan dalam mengatur dan mengelola lembaga dakwah. Adapun karakteristik pemimpin ideal dalam lembaga atau organisasi tercermin dengan mempunyai tiga kemampuan atau keterampilan. Pertama, *technical skill*, yaitu Pemahaman yang mendalam tentang cara kerja yang efektif dalam organisasi dakwah. Kedua, *human skill*, yaitu Kemampuan untuk bekerja dengan baik bersama orang lain, baik di dalam maupun di luar organisasi serta kemampuan untuk memotivasi, memfasilitasi, dan mengkoordinasikan kegiatan kelompok, dan Ketiga, *conceptual skill*, ialah Kemampuan untuk melihat organisasi sebagai satu kesatuan dan memahami bagaimana bagian-bagiannya saling terkait dan Kemampuan untuk menganalisis situasi kompleks, mengembangkan alternatif solusi, dan membuat keputusan yang tepat.¹³ hal ini harus memahami cara kerja efektif, mempelajari perilaku para stakeholder serta mengedepankan pendekatan sosiologi dan psikologi untuk memahami dinamika dan probelamtika suatu organisasi dakwah.

Selain itu, Peran manajerial (da'i) di lembaga dakwah harus memiliki beberapa kaitannya diantaranya sebagai pemimpin simbolis (*figure head*) ialah Da'i sebagai pemimpin simbolis berperan sebagai representasi resmi lembaga dakwah, yang melakukan tugas-tugas seremonial dan representasional. Ia menjadi wajah utama yang mewakili lembaga di hadapan publik. Pemimpin (*leader*) ialah memainkan peran kepemimpinan yang aktif, menggerakkan dan memotivasi anggota organisasi, serta mengambil keputusan strategis untuk kemajuan lembaga dakwah., penghubung (*liaison*) yaitu da'i bertindak sebagai penghubung antara

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 5 ed. (Jakarta: Kencana, 2016), hlm.216.

¹² Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm.17.

¹³ Istina Rakhmawati, "Karakteristik Kepemimpinan Dalam Perspektif Manajemen Dakwah," *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 2 (2016): 171–88.

lembaga dakwah dengan lingkungan eksternalnya. Ia membangun dan memelihara jaringan kerja sama serta komunikasi dengan pihak-pihak terkait, seperti komunitas, instansi pemerintah, atau lembaga mitra.¹⁴

Sehingga pendakwah diharuskan bersikap adaptif, inklusif dan responsif dalam bergerak dan berkomunikasi baik secara vertikal, horizontal, dan diagonal, orientasinya ialah menciptakan membangun harmonisasi dan sinergitas serta memitigasi keretakan antar sesama elemen secara struktural maupun kultural dalam organisasi.

Oleh karena itu, pemimpin lembaga atau organisasi harus memiliki sifat-sifat Qur'ani.¹⁵ meliputi sikap emosional menjadi modal awal untuk memimpin lembaga diantaranya ialah:

- 1) Beriman dan bertakwa (Q.S. Al-Furqan [25]:72-74).
- 2) Kelebihan Jasmani (Q.S. 2 Al-Baqarah 247)
- 3) Amanah dan adil (QS. An-Nisa [4]:58)
- 4) Adil dan Jujur (Q.S An-nisa [4]: 53)
- 5) Penyantun (Q.S. Al Hijr [15]:88)
- 6) Istiqomah (Q.S. Al Ahqaf [46]: 13)

Selain sifat-sifat diatas yang disebutkan sebagian besar berorientasi kepada penerimaan pesan dakwah (nilai-nilai Islam) agar manajemen lembaga dakwah/organisasi lebih efektif dan efisien. Untuk mencapai efektivitas manajemen dakwah salah satunya harus mempunyai sifat visioner dalam meningkatkan kemajuan suatu lembaga demi tercapainya visi, misi dan tujuan yang sudah direncanakan secara matang diawal.

2. Interpretasi Lafad (إلى)

Lafaz *ila* yang bermakna "kepada" mengindikasikan suatu proses transformatif dalam implementasi metode dakwah. Lafaz ini berperan sebagai penghubung konseptual antara manajemen dakwah dengan objek dakwah dalam mentransmisikan nilai-nilai dakwah. Sebelum mengimplementasikan metode bil

¹⁴ ni Putu Depi Yulia Peramesti Dan Dedi Kusmana, "Kepemimpinan Ideal Pada Era Generasi Milenia," *Transformasi: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 14 Maret 2018, 73–84,

¹⁵ Mardiana Aprianti dan Febi Ayu SaFitri, "Konsep Kepemimpinan Dalam Al-Qur'an," *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (2023): 418–31.

hikmah, bil mauidzoh hasanah, dan bil mujadalah, diperlukan serangkaian proses sistematis yang mencakup analisis lingkungan dan ekosistem dakwah sebagai landasan operasional.

Interpretasi lafaz ila menjadi kerangka acuan bagi institusi dakwah dalam mengarahkan dinamika organisasi sesuai visi dan misinya. Proses ini memiliki korelasi signifikan dengan sustainabilitas aktivitas dakwah. Tahapan operasional meliputi perencanaan temporal, penetapan sasaran, pengelolaan sumber daya manusia, kategorisasi aktivitas, manajemen pendanaan, penetapan target, dan evaluasi komprehensif.¹⁶ Elemen-elemen tersebut merupakan fondasi institusional yang terintegrasi dalam asas manajemen untuk memperkuat eksistensi lembaga dakwah.

Aktualisasi lafaz ila termanifestasi dalam empat tahapan proses manajerial yang mendukung efektivitas dan efisiensi ketiga metode dakwah tersebut, yakni POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*).¹⁷ Keempat fungsi ini memiliki peran integral dalam menstrukturisasi dan mengoptimalkan substansi dakwah. Dalam perspektif filsafat manajemen dakwah, integrasi ini mencerminkan pendekatan sistematis dalam mengorganisasi aktivitas dakwah sesuai dengan prinsip-prinsip yang termaktub dalam QS. An-Nahl ayat 125. sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dalam konteks manajemen dakwah memiliki kedudukan sangat urgen mengingat suatu lembaga dakwah tidak bisa optimal tanpa perencanaan yang matang. Karena erat kaitan penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.¹⁸

Maka dari itu *hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuat hari esok...* QS.al-Hasr [59]:19 hal ini bertujuan untuk sebagai formulasi untuk masa depan yang mengarah pada apa yang akan menjadi tujuan suatu organisasi dakwah.¹⁹

¹⁶ Mahmuddin, *Manajemen Dakwah* (Ponorogo: Wade Publish, 2018), hlm.70.

¹⁷ Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, dan Fauziyah Lamaya, "Manajemen Dan Eksekutif," *Jurnal Manajemen* 3, no. 2 (2019).

¹⁸ Muhammad Ridwan, "Perencanaan Dakwah Perspektif Komunikasi Sosiokultural," *Jurnal Studi Islam & Peradaban* 14, no. 02 (2019): 146–68.

¹⁹ Munir dan Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm.77.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Terwujudnya suatu perencanaan yang telah tersusun secara matang melalui beberapa proses ialah adanya organisasi yang mana perencanaannya tertuang atau berbentuk visi, misi dan tujuan dari suatu organisasi.

Tujuannya ialah terciptanya suatu kesatuan yang utuh, sinergisitas, sinkronisasi, dan mekanisasi yang sehat. Pengorganisasian yang menekankan pada kesatuan dalam bertindak, *dan berpeganglah kamu semua kepada tali Allah (agama) dan janganlah kamu bercerai-berai.* (QS. Ali-imran [02]103.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Kesuksesan suatu lembaga dakwah atau organisasi tergantung pada kemampuan pemimpin lembaga dakwah dalam menggerakkan elemen (*stakeholder*). *Actuating* memiliki fungsi diantaranya *directing, commanding, leading, coordinating, staffing* disertai *continue activity* (konsistensi) dalam mengembangkan atau meningkatkan organisasi.

Proses pergerakan mempunyai pedoman dasar dalam konteks lembaga dakwah telah di jelaskan dalam QS. Al-Kahfi 15[2]

Ayat tersebut ada dua opsi dalam menggerakkan yaitu punishment dan reward dan diayat dakwah harus memberikan kabar gembira dan menakutkan QS. Al-Furqon 25 [56]. Tujuan nya ialah membangkitkan stimulus pergerakan dalam meningkatkan dan mengembangkan dakwah secara struktural maupun dalam konteks sosial atau kultural.

4. Evaluasi (*Controlling*)

Organisasi dalam dunia lembaga dakwah harus mempunyai *controlling* pada setiap proses yang telah dilakukan. Pemimpin harus melaksanakan penevaluasian terhadap roda organisasi, untuk mengetahui penyelewengan, penyimpangan, kekurangan, keretakan, dan sebagainya. Hal ini bertujuan memperbaiki gejala-gejala tersebut yang terjadi di dalam perjalanan organisasi.

Hal ini kemudian titik perhatian dan menjadi bukti dan mendorong pemimpin harus bersikap responsif, sehingga memunculkan stimulus dalam memperbaiki dan menata kembali dengan membuat wewenang atau keputusan yang tepat dan relevan berdasarkan data-data actual atau faktual.

Pendekatan manajerial ini menekankan pentingnya perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, aktualisasi program, dan pengawasan berkelanjutan dalam mengimplementasikan metode dakwah secara efektif. Hal ini mencerminkan sintesis antara nilai-nilai normatif dakwah dengan prinsip-prinsip manajemen modern dalam konteks pengembangan dakwah kontemporer.

Selain itu, Keempat asas diatas sebagai jembatan dalam menjalan ketiga metode yang akan dijelaskan selanjutnya. Tujuannya ialah untuk memaksimalkan suatu implementasi manajemen dakwah, mengakomodasi objek material dan objek formal dengan tujuan lebih sistematis dan spesifik.

3. Interpretasi Lafad (بِالْحِكْمَةِ)

Menurut *Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy*, al-hikmah berarti kelebihan dalam pengetahuan dan pemahaman, kebijaksanaan, kebenaran, perbuatan, hal-hal yang baik, alasan di balik (al-'illah) yang terjadi atau diperintahkan, menempatkan sesuatu pada tempatnya.²⁰ Dalam kamus *Al-Mu'jam al-Wasit*, al-hikmah berarti keadilan, pengetahuan, kesabaran, dan menyampaikan kebenaran dengan lemah lembut²¹. Dalam bahasa Inggris, hikmah lebih sering disebut dengan istilah 'wisdom', yang berarti kemampuan untuk mengambil keputusan dan memberikan nasihat yang baik berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang terbentuk sejak lama dalam masyarakat atau budaya²². Dari makna-makna tersebut, istilah al-hikmah dalam bahasa Arab memiliki cakupan yang luas dengan mengaitkan sesuatu dengan keuntungan, pengetahuan, kebaikan, dan sebab (al-'illah). Makna tersebut hampir menunjukkan kebijaksanaan seseorang yang dianugerahkan oleh Allah dan sebab dari sesuatu yang terjadi. Sedangkan hikmah secara bahasa lebih terbatas pada faktor kebijaksanaan yang dimiliki seseorang yang disebut dengan 'hikmah'.

Harun Yahya, menjelaskan bahwa hikmah tidak hanya dimaknai dengan kebijaksanaan saja, tetapi lebih dari itu. Hikmah secara umum merujuk pada kecerdasan dan kemampuan seseorang dalam berpikir, menanggapi realitas, dan

²⁰ *Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy*. (Larousse: Al-Munazzhamah al-'Arabiyyah Li al-Tarbiyyah wa al-Thaqafah wa al-'Ulum., 1989), h.168.

²¹ Sayyid Ahmad Nasir, *Al-Mu'jam al-Wasit* (Beirut: Dar Ihya' al-Thurath al-'Arabiyy, 2008) hlm.1879.

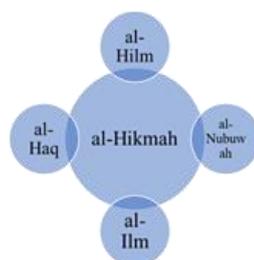
²² A. S. Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (United Kingdom: Oxford University Press, 2011) hlm.786.

menarik kesimpulan. Namun, hikmah sangat penting dalam menyeru atau mengajak mata hati manusia kepada kebenaran, keadilan, dan sebagainya. Makna al-hikmah tidak terbatas pada sesuatu, tetapi digunakan secara luas dan memiliki atau berimplikasi positif pada kebaikan seseorang dan sesuatu yang terjadi.

Terminologi al-hikmah yang berasal dari kata dasar hakama mengandung makna penetapan keputusan, yang bersinonim dengan al-qada (penetapan hukum). Al-hakim merujuk pada subjek yang memiliki kapabilitas dalam pengambilan keputusan dengan pemahaman dan ketelitian yang komprehensif.

Secara etimologis, al-hikmah mencakup dimensi perkataan, ekspertis, habituasi, dan pengalaman empiris. Hal ini terimplementasi dalam tindakan yang bijaksana dan relevan dengan konteks, menempatkan setiap elemen pada posisi yang tepat sesuai dengan prinsip proporsionalitas.

Dalam konteks kepemimpinan organisasi dakwah, konsep al-hikmah menjadi fundamental dalam mempengaruhi mad'u atau objek dakwah.²³ Manajemen dakwah menggariskan bahwa seorang pemimpin harus menginternalisasi kebijaksanaan yang berlandaskan pada empat pilar fundamental. Di bawah ini diagram keempat sifat harus dimiliki seseorang ketika menjabat sebagai pemimpin.²⁴



Gambar 3 Skema al-hikmah

Al-hilm (kelemahlembutan) Mengacu pada kemampuan mengendalikan diri dan menghindari pengambilan keputusan yang didasari oleh emosi atau egosentrisme. Karakteristik ini esensial dalam mencegah distorsi judgment akibat

²³ Dwiva Ramadani Ginting dkk., "Efektivitas Metode Dakwah Bil Hikmah Dalam Penyebaran Islam Di Desa Kuta Gerat Kec.Munthe Kab.Karo" 02, no. 01 (2024).

²⁴ Hashim dan Borham, "A Framework Concept of Ethics in Da'wah Method Based on Verse 125 of." *Borneo International Journal* 7, no. 3 (2024): 1–10."

temperamen yang tidak terkendali. Profetik (kenabian) Menekankan pada fungsi pembimbingan stakeholder menuju kebenaran dan pencegahan dari deviasi moral serta pelanggaran etis.

Al-ilm (kompetensi keilmuan) Mensyaratkan penguasaan komprehensif terhadap aspek-aspek kepemimpinan, termasuk pemahaman mendalam tentang tanggung jawab manajerial dalam konteks organisasi. Al-haq (kebenaran) Mengimplementasikan prinsip-prinsip keadilan, integritas, dan transparansi dalam setiap pengambilan keputusan dan tindakan manajerial.

Keempat pilar tersebut merupakan manifestasi dari metode dakwah bil-hikmah sebagaimana tertuang dalam QS. An-Nahl [16]:125, yang merefleksikan pendekatan manajemen dakwah yang holistik dan berkeadaban. Dalam perspektif filsafat manajemen dakwah, integrasi keempat elemen ini membentuk fondasi kepemimpinan yang efektif dan berkelanjutan.

4. Interpretasi Lafad (وَالْمَوْعِظَةُ)

Maw'izah berasal dari kata al-wa'z. Dalam kamus *Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy*, istilah al-wa'z berarti nasihat dan peringatan untuk kembali kepada Allah dan memperbaiki kehidupan dengan perintah-Nya. Dalam kamus *Al-Mu'jam al-Wasit*, al-wa`z berarti mengingatkan seseorang tentang kewajiban yang diperintahkan oleh agama untuk mendapatkan keridhaan Allah di dunia dan akhirat. Sebaliknya, maw'izah adalah bentuk jamak dari kata mawa'izu. Artinya menasihati dengan perkataan dan perbuatan²⁵. Maw'izah memberikan nasihat dan mengingatkan tentang Islam melalui perkataan dan perbuatan.

Maka secara general Kata *mau'idzah* berasal dari wazan *wa'adza ya'idzu wa'dzan* yang berarti nasehat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Adapaun gabungan dari kata *mau'idzah hasanah* dapatlah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.

²⁵ *Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy* (Larousse: Al-Munazzhamah al-'Arabiyyah Li al-Tarbiyyah wa al-Thaqafah wa al-'Ulum., 1989), hlm.168.

Mau'idzah hasanah merupakan kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang *da'i* atau muballigh, disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk ke arah kebajikan, diterangkan dengan gaya bahasa sederhana supaya yang disampaikan itu dapat ditangkap, dicerna, dihayati dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan sehingga *mad'u* yang didakwahi memperoleh kebaikan dan menerima dengan rela hati serta merasakan kesungguhan *da'i* dalam menyelamatkan mereka dari suatu kedaratan.

Filosofi *Mua'idzoh hasanah* dalam konteks organisasi dakwah sebaiknya menerapkan 4 nilai yang tidak hanya berfokus pada substansi pesan akan tetapi juga pada pendekatan strategis dan beretika dalam organisasi atau lembaga dakwah, yaitu diantaranya:

Pertama, Pendekatan yang Humanis (filsafat kemanusiaan) yaitu *Mau'idzoh hasanah* menekankan kasih sayang dan kelembutan dalam menyampaikan suatu pesan, yang sejalan dengan filsafat kemanusiaan dalam manajemen dakwah. Sebuah lembaga dakwah perlu memiliki filosofi untuk memahami kebutuhan emosional dan psikologis dari audiensnya. Pengelolaan dakwah dengan pendekatan ini mendorong organisasi untuk tidak hanya menyampaikan ajaran agama, akan tetapi juga memanusiaikan para stakeholder (pendengar), memberikan perhatian, dan merangkul mereka dengan empati tanpa ada pandang bulu.

Kedua, mengedepankan integritas dan keteladanan (Filsafat etika) yaitu menekankan sikap atau sifat integritas dan keteladanan dari pihak yang berdakwah. *Mau'idzoh hasanah* menuntut *da'i* atau organisasi untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam yang baik sehingga menjadi contoh bagi masyarakat. Dalam konteks organisasi, ini berarti menciptakan budaya kerja yang adil, terbuka, dan penuh rasa hormat tidak mengeksploitasi bawahan. Pendakwah perlu menyampaikan nasihat dengan cara yang tidak memojokkan, memaksa atau mendiskreditkan para bawahan, tetapi mengedukasi, menginspirasi dan memotivasi dengan teladan.

Ketiga, Komunikasi yang Efektif dan Santun (Filsafat komunikasi) *Mau'idzoh hasanah* juga sejalan dengan filsafat komunikasi yang baik, yaitu menyampaikan pesan dengan cara yang santun, jelas, dan persuasif tanpa kekerasan

atau paksaan. Dalam organisasi dakwah, penting untuk merancang strategi komunikasi yang efektif agar pesan dakwah diterima dengan baik oleh audiens yang beragam. Ini mencakup pemilihan kata, bahasa tubuh, dan media komunikasi yang sesuai. Sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman atau kontradiksi baik secara vertical dan horizontal maupun regional.

Keempat, Dakwah yang Inklusif dan Partisipatif (filsafat kolaborasi) Metode *mau'idzoh hasanah* mengandung unsur dialog, yang berarti pendakwah mendengarkan dan menghargai pandangan audiens. Dalam organisasi dakwah, ini dapat diterapkan melalui kegiatan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Dakwah tidak hanya berbicara, tetapi juga mendengarkan dan merespons kebutuhan umat. Kolaborasi ini meningkatkan efektivitas pesan dan menciptakan ikatan yang kuat antara organisasi dan masyarakat. Mengedapankan sikap yang tidak kompetitif atau dikriminatif baik secara langsung maupun secara tidak langsung akan tetapi lebih bersikap resposif maupun kolaboratif.

Maka dapat di simpulkan bahwa dalam filsafat manajemen dakwah, *mau'idzoh hasanah* adalah sebuah pendekatan yang mengedepankan strategi berdakwah yang ramah, manusiawi, dan profesional, yang menekankan pada kelembutan dalam menyampaikan pesan dan menghargai audiens secara holistik berbagai aspek keadaan.

1. Interpretasi lafadz (وَجِدْلُهُمْ)

Mujadalah berasal dari turunan kata 'jadala, yujadilu, jidalan dan mujadalatan. Dalam kamus Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy, mujadalah berarti bertukar pendapat antara dua pihak yang berbeda pandangan atau berdebat.²⁶ Dalam Lisan al-'Arab (1968), mujadalah berarti berdebat (al-munazarah) atau bertukar pendapat.²⁷ Dalam kamus *Al-Mu'jam al-Wasit*, mujadalah berarti bertukar pikiran dan berdebat untuk mendapatkan solusi.²⁸ Dalam Kamus Besar Malay Arab Dewan, mujadalah berarti berdebat dan berdebat. Mujadalah adalah bertukar pendapat atau

²⁶ *Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy* (Larousse: Al-Munazzhamah al-'Arabiyyah Li al-Tarbiyyah wa al-Thaqafah wa al-'Ulum., 1989), hlm.289.

²⁷ Jamaluddin Muhammad Ibnu Mukarram al-Anshori Ibnu Mandzur, *Lisan al-Arab* (Beirut: Dar Beirut Li al-Tiba'ah wa al-Nasr, 1968), h.876.

²⁸ *Al-Mu'jam al-Wasit*. (Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabiyy, 2008) hlm.456.

berdialog dan berdebat atau berdiskusi antara dua pihak yang berselisih atau berbeda pendapat.²⁹

Filosofi *wadilhum* ialah menekankan komunikasi yang ramah dan tidak memaksa. Dalam manajemen dakwah, ini berarti menerapkan pendekatan komunikasi yang mengedepankan nilai positif, empati, simpatik dan menyesuaikan dengan keadaan audiens. Walaupun secara Bahasa *jadala* berkonotasi negatif Dengan memberikan nasihat yang bijak dan tidak menghakimi, organisasi dakwah dapat menciptakan lingkungan yang nyaman, di mana setiap anggota dan jamaah merasa dihargai dan didengarkan. Ini juga melibatkan keterampilan mendengarkan yang baik serta empati sebagai dasar komunikasi.

Dalam organisasi dakwah, perbedaan pendapat bisa terjadi. Perspektif *wadilhum* mendorong penyelesaian konflik melalui debat atau dialog yang konstruktif dan tidak menjatuhkan. Manajemen dakwah bisa menggunakan prinsip ini untuk meredakan ketegangan dengan cara yang adil dan menghormati semua pihak, sehingga konflik tidak merusak kebersamaan. Proses ini membutuhkan pemimpin dan anggota organisasi untuk memiliki kecakapan dalam berargumen secara logis dan sopan, dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam.

Dalam perspektif manajemen dakwah, metode *wadilhum* juga bisa dimaknai sebagai penekanan pada etika dan moralitas dakwah. Filosofi ini mengingatkan lembaga dakwah untuk menggunakan cara-cara yang tidak memaksa, tidak melibatkan paksaan, dan menghormati perbedaan. Dalam konteks organisasi, etika dakwah ini akan meningkatkan kredibilitas lembaga dan menjaga hubungan baik dengan berbagai kalangan.

Metode *wadilhum* dalam perspektif filsafat manajemen dakwah menekankan pendekatan kebijaksanaan, komunikasi yang baik, debat yang positif, dan etika yang tinggi dalam segala aktivitas organisasi dakwah. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip ini, organisasi dakwah dapat membangun lingkungan yang inklusif dan menghargai, serta strategi yang efektif untuk mencapai tujuan dakwah mereka.

²⁹ *Kamus Besar Malay Arab Dewan* (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka, 2006).

1. Interpretasi Lafadz (أَلْحَسَنَةُ) dan lafadz (أَحْسَنُ)

Lafadz (أَلْحَسَنَةُ) memiliki arti "yang baik" atau "kebaikan" merupakan landasan utama dalam tiga metode dakwah yang disebutkan, yaitu hikmah, mau'idzah, dan mujadalah. Metode ini harus berlandaskan pada kebaikan, baik dalam perkataan maupun perbuatan.

Adapun lafadz (أَحْسَنُ) yang berarti "yang lebih baik" atau "yang terbaik" khusus untuk metode mujadalah (debat/dialog). Ini menunjukkan bahwa dalam berdiskusi, berdebat atau berdialog, seorang pemimpin dakwah harus menggunakan cara yang lebih baik, lebih bijaksana, dan lebih efektif dalam mempengaruhi mad'u (objek dakwah).

Dalam konteks filsafat manajemen dakwah, hal ini mengandung makna bahwa seorang pemimpin organisasi dakwah harus mampu menggunakan gaya bahasa, retorika, dan keterampilan komunikasi yang baik, bijak, dan efektif dalam mengelola, mengatur, dan mengarahkan seluruh elemen organisasi untuk mencapai visi, misi, dan tujuan dakwah.

Pemimpin dakwah harus senantiasa berupaya untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang terbaik, baik secara lisan, tulisan, maupun keteladanan. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan kesadaran, pemahaman, dan penerimaan mad'u terhadap ajaran Islam yang disampaikan.

Penggunaan bahasa yang persuasif, motivatif, dan inspiratif menjadi kunci keberhasilan seorang pemimpin dalam mempengaruhi pengikutnya. Pemilihan kata-kata yang tepat, nada suara yang lembut, serta sikap yang penuh kasih sayang akan memudahkan penerimaan pesan-pesan dakwah di kalangan mad'u.

Dengan demikian, interpretasi lafadz (أَلْحَسَنَةُ) dan (أَحْسَنُ) dalam konteks filsafat manajemen dakwah mengarahkan pemimpin untuk senantiasa berbicara dan bertindak dengan kebaikan, kebijaksanaan, dan keunggulan dalam upaya mencapai tujuan dakwah yang mulia

D. PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa implementasi dakwah yang efektif memerlukan pendekatan yang komprehensif dan sistematis. Temuan menunjukkan bahwa kepemimpinan dakwah harus memiliki tiga kompetensi

utama: *technical skill* (kemampuan teknis), *human skill* (kemampuan interpersonal), dan *conceptual skill* (kemampuan konseptual). Pemimpin dakwah perlu mengintegrasikan sifat-sifat Qur'ani seperti amanah, adil, penyantun dan istiqomah dalam pengelolaan organisasi.

Proses manajemen dakwah teraktualisasi melalui empat fungsi utama (POAC): perencanaan strategis (*planning*), pengorganisasian sumber daya (*organizing*), pelaksanaan program (*actuating*), dan evaluasi berkelanjutan (*controlling*). Implementasi ini didukung oleh tiga metode dakwah utama:

1. Bil-hikmah yang menekankan pada kelembahlembutan, kenabian, kompetensi keilmuan, dan kebenaran
2. Mau'idzah hasanah yang mengintegrasikan pendekatan humanis, integritas, komunikasi efektif, dan dakwah inklusif
3. Mujadalah yang mengedepankan dialog konstruktif dengan komunikasi yang ramah

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatillah, Nur. "Dakwah Dinamis Di Era Modern." *Jurnal An-nida'* 41, no. 2 (2017): 265–76.
- Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy*. Larousse: Al-Munazzhamah al-'Arabiyyah Li al-Tarbiyyah wa al-Thaqafah wa al-'Ulum., 1989.
- Al-Mu'jam al-Wasit*. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabiyy, 2008.
- Aprianti, Mardiana, dan Febi Ayu Safitri. "Konsep Kepemimpinan Dalam Al-Qur'an." *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (2023): 418–31.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. 5 ed. Jakarta: Kencana, 2016.
- Banerjee, Subhabrata Bobby. "Decolonizing Management Theory: A Critical Perspective." *Journal of Management Studies* 59, no. 4 (Juni 2022): 1074–87.
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Gesi, Burhanudin, Rahmat Laan, dan Fauziyah Lamaya. "Manajemen Dan Eksekutif." *Jurnal Manajemen* 3, no. 2 (2019).
- Ginting, Dwiva Ramadani, Muhammad Fadhli Pulungan, Fadlan Habib, Sarhul Azkar Pohan, dan Rusydi Aulia Siregar. "Efektivitas Metode Dakwah Bil Hikmah Dalam Penyebaran Islam Di Desa Kuta Gerat Kec.Munthe Kab.Karo" 02, no. 01 (2024).
- Hamid, Noor. *Manajemen Bimbingan Haji Dan Umrah*. Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020.

- Hashim, Zamri Bin, dan Abd Hadi Bin Borham. "A Framework Concept of Ethics in Da'wah Method Based on Verse 125 of." *Borneo International Journal* 7, no. 3 (2024): 1–10.
- Hidayat, Rofiq. "Manajemen Dakwah Bil Lisan Perspektif Hadits." *Jurnal Al-Tatwir* 6, no. 2 (31 Oktober 2019): 33–50..
- Hornby, A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. United Kingdom: Oxford University Press, 2011.
- Ibnu Mukarram al-Anshori Ibnu Mandzur, Jamaluddin Muhammad. *Lisan al-Arab*. Beirut: Dar Beirut Li al-Tiba'ah wa al-Nasr, 1968.
- Kamus Besar Malay Arab Dewan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka, 2006.
- Mahmud, Adilah. "Hakikat Manajemen Dakwah." *Palita: Journal of Social Religion Research* 5, no. 1 (30 April 2020): 65–76.
- Mahmuddin. *Manajemen Dakwah*. Ponorogo: Wade Publish, 2018.
- Muhyiddin, Asep, dan Agus Ahmad Safei. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Munir, Muhammad, dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Alhidayatillah, Nur. "Dakwah Dinamis Di Era Modern." *Jurnal An-nida'* 41, no. 2 (2017): 265–76.
- Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asasiyy*. Larousse: Al-Munazzhamah al-'Arabiyyah Li al-Tarbiyyah wa al-Thaqafah wa al-'Ulum., 1989.
- Al-Mu'jam al-Wasit*. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabiyy, 2008.
- Aprianti, Mardiana, dan Febi Ayu Safitri. "Konsep Kepemimpinan Dalam Al-Qur'an." *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (2023): 418–31.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. 5 ed. Jakarta: Kencana, 2016.
- Banerjee, Subhabrata Bobby. "Decolonizing Management Theory: A Critical Perspective." *Journal of Management Studies* 59, no. 4 (Juni 2022): 1074–87.
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Gesi, Burhanudin, Rahmat Laan, dan Fauziyah Lamaya. "Manajemen Dan Eksekutif." *Jurnal Manajemen* 3, no. 2 (2019).
- Ginting, Dwiva Ramadani, Muhammad Fadhli Pulungan, Fadlan Habib, Sarhul Azkar Pohan, dan Rusydi Aulia Siregar. "Efektivitas Metode Dakwah Bil Hikmah Dalam Penyebaran Islam Di Desa Kuta Gerat Kec.Munthe Kab.Karo" 02, no. 01 (2024).
- Hamid, Noor. *Manajemen Bimbingan Haji Dan Umrah*. Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020.
- Hashim, Zamri Bin, dan Abd Hadi Bin Borham. "A Framework Concept of Ethics in Da'wah Method Based on Verse 125 of." *Borneo International Journal* 7, no. 3 (2024): 1–10.

- Hidayat, Rofiq. "Manajemen Dakwah Bil Lisan Perspektif Hadits." *Jurnal Al-Tatwir* 6, no. 2 (31 Oktober 2019): 33–50.
- Hornby, A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. United Kingdom: Oxford University Press, 2011.
- Ibnu Mukarram al-Anshori Ibnu Mandzur, Jamaluddin Muhammad. *Lisan al-Arab*. Beirut: Dar Beirut Li al-Tiba'ah wa al-Nasr, 1968.
- Kamus Besar Malay Arab Dewan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka, 2006.
- Mahmud, Adilah. "Hakikat Manajemen Dakwah." *Palita: Journal of Social Religion Research* 5, no. 1 (30 April 2020): 65–76.
- Mahmuddin. *Manajemen Dakwah*. Ponorogo: Wade Publish, 2018.
- Muhyiddin, Asep, dan Agus Ahmad Safei. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Munir, Muhammad, dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Nasir, Sayyid Ahmad. *Al-Mu`jam al-Wasit*. Beirut: Dar Ihya' al-Thurath al-`Arabiyy, 2008.
- Peramesti, Ni Putu Depi Yulia, dan Dedi Kusmana. "Kepemimpinan Ideal Pada Era Generasi Milenial." *Transformasi: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 14 Maret 2018, 73–84.
- Qutb, Sayyid. *Fi Zilal al-Qur'an*. Vol. 4. Kairo: Dar al-Shuruq, 1985.
- Qutb, Sayyid. *Fiqh Dakwah*. Jakarta: Pustaka Amani, 1995.
- Rakhmawati, Istina. "Karakteristik Kepemimpinan Dalam Perspektif Manajemen Dakwah." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 2 (2016): 171–88.
- Ridwan, Muhammad. "Perencanaan Dakwah Perspektif Komunikasi Sosiokultural." *Jurnal Studi Islam & Peradaban* 14, no. 02 (2019): 146–68.
- Showi, Ahmad bin Muhammad as-. *Hasyiah as-Showi ala Tafsir al-Jalalain*. Mesir: Darul Imam Syafi'i, 2014.
- Yahya, Harun. *True Wisdom is Described in the Quran*. India: Goodword Books, 2004.