

RUANG LINGKUP MANAJEMEN PELATIHAN DAKWAH

Sugiharto, Teddy Firmansyah, Aldi Azriel, Abdullah Ahmad, Ibnu Hambali, Nur'Alicya Aura Balqis, Ahmad Ramzy Akbari

(Manajemen Dakwah, FDIKOM, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia)

E-mail: sugih.arto@unjkt.ac.id teddyibnusufyan@gmail.com aldiazriel11@gmail.com
abdullahahmad310304@gmail.com lbnuhambali864@gmail.com alicyabalqis02@gmail.com
ramzyakbari832@gmail.com

Abstract

Islamic da'wah training management is an important discipline that integrates managerial principles with Islamic spiritual values to enhance the effectiveness of da'wah activities. This study aims to comprehensively define the scope of da'wah training management, analyze the challenges faced, and propose innovative solutions to overcome them. Using a literature review method, this study analyzes key concepts such as management functions (POAC), training cycles (ADDIE), and the essence of da'wah. The results show that da'wah training management encompasses four main aspects: systematic planning to design a relevant curriculum; creatively organizing resources amidst limitations; implementation using interactive methods; and holistic evaluation to measure impact. However, the program faces various challenges, including financial constraints, fluctuating participant commitment, and difficulty measuring results quantitatively. This study proposes innovative solutions such as a hybrid financing model, the implementation of blended learning, and the use of qualitative evaluation methods to overcome these obstacles. Overall, this study concludes that management professionalism is key to optimizing the potential of da'wah, making this noble activity more structured, measurable, and having a broad impact on civilization.

Keywords : scope, management, training, da'wah

Abstrak

Manajemen pelatihan dakwah Islam merupakan disiplin ilmu penting yang memadukan prinsip-prinsip manajerial dengan nilai-nilai spiritual Islam untuk meningkatkan efektivitas kegiatan dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mendefinisikan secara komprehensif ruang lingkup manajemen pelatihan dakwah, menganalisis tantangan yang dihadapi, dan mengusulkan solusi inovatif untuk mengatasinya. Dengan menggunakan metode tinjauan pustaka, penelitian ini menganalisis konsep-konsep kunci seperti fungsi manajemen (POAC), siklus pelatihan (ADDIE), dan hakikat dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pelatihan dakwah mencakup empat aspek utama: perencanaan sistematis untuk merancang kurikulum yang relevan; pengorganisasian sumber daya secara kreatif di tengah keterbatasan; implementasi menggunakan metode interaktif; dan evaluasi holistik untuk mengukur dampak. Namun, program ini

Article History

Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 613
Prefix DOI :
10.8734/Tashdiq.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Tasdiq



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](#)

menghadapi berbagai tantangan, termasuk kendala keuangan, komitmen peserta yang fluktuatif, dan kesulitan mengukur hasil secara kuantitatif. Penelitian ini mengusulkan solusi inovatif seperti model pembiayaan hibrida, penerapan pembelajaran campuran, dan penggunaan metode evaluasi kualitatif untuk mengatasi kendala-kendala tersebut. Secara keseluruhan, kajian ini menyimpulkan bahwa profesionalisme manajemen menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi dakwah, menjadikan aktivitas mulia ini lebih terstruktur, terukur, dan berdampak luas bagi peradaban.

Kata kunci : ruang lingkup, manajemen, pelatihan, dakwah

PENDAHULUAN

Manajemen, sebagai sebuah disiplin ilmu dan seni, telah lama diakui sebagai kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien, melampaui sekat-sekat sektor bisnis. Para teoretikus manajemen klasik dan modern, seperti Henri Fayol, George R. Terry, dan James A.F. Stoner, secara konsisten mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses sistematis yang terdiri dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling). Proses ini bersifat universal, di mana setiap aktivitas yang melibatkan pemanfaatan sumber daya manusia dan non-manusia untuk mencapai suatu sasaran dapat dioptimalkan melalui pendekatan manajerial. Namun, dalam ranah keagamaan, khususnya dakwah, penerapan manajemen masih seringkali dianggap sebagai hal yang sekunder, di mana keberhasilan lebih banyak disandarkan pada keikhlasan dan kekuatan spiritual semata. Padahal, urgensi dakwah sebagai sebuah aktivitas yang mengajak umat manusia menuju kebaikan, kebenaran, dan perbaikan peradaban, menuntut adanya profesionalisme dan efektivitas dalam setiap pelaksanaannya. Mengingat kompleksitas tantangan di era modern—mulai dari polarisasi ideologi, penyebaran hoaks, hingga disrupsi teknologi—aktivitas dakwah tidak lagi dapat dijalankan secara konvensional dan insidental. Ia membutuhkan sebuah sistem yang terencana, terorganisir, dan terukur. Salah satu aspek krusial yang memerlukan sentuhan manajerial adalah manajemen pelatihan dakwah.

Pelatihan, sebagaimana dijelaskan oleh Raymond A. Noe, adalah upaya terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu. Dalam konteks dakwah, pelatihan menjadi instrumen vital untuk membentuk para dai yang tidak hanya memiliki kedalaman ilmu agama, tetapi juga kompetensi teknis dan sosial yang relevan dengan kebutuhan audiens. Sebuah program pelatihan yang terkelola dengan baik dapat mengubah seorang individu menjadi komunikator yang efektif, manajer yang visioner, dan figur publik yang mampu memberikan solusi terhadap permasalahan umat. Sayangnya, fenomena yang sering terjadi adalah program pelatihan dakwah dijalankan tanpa analisis kebutuhan yang memadai, sehingga materi yang disampaikan terkadang tidak relevan dengan tantangan riil di lapangan. Kurikulumnya pun seringkali tidak terstruktur, minimnya evaluasi membuat pengelola program tidak pernah tahu seberapa besar dampak yang dihasilkan dari pelatihan tersebut. Hal ini menciptakan sebuah kesenjangan yang signifikan: meskipun semangat berdakwah sangat tinggi, kapabilitas para dai dalam menghadapi dinamika sosial seringkali terbatas. Inilah yang menjadi celah krusial dan mendorong urgensi penelitian ini. Penelitian ini secara spesifik berupaya mengisi kekosongan literatur dengan mengkaji secara mendalam ruang lingkup manajemen pelatihan dakwah melalui pendekatan studi literatur yang komprehensif.

Dengan berlandaskan pada teori-teori manajemen yang sudah mapan dan mengintegrasikannya dengan konsep dakwah, penelitian ini akan menguraikan bagaimana setiap tahapan manajemen pelatihan dapat diimplementasikan. Pada tahap perencanaan, penelitian ini akan membahas bagaimana analisis kebutuhan dapat dilakukan secara sistematis untuk menentukan tujuan yang SMART dan merancang kurikulum yang relevan, yang tidak hanya mencakup materi fikih dan akidah, tetapi juga keterampilan public speaking, manajemen media sosial, dan psikologi komunikasi. Selanjutnya, pada tahap pengorganisasian, penelitian ini akan menganalisis model pengelolaan sumber daya yang efektif—baik sumber daya manusia seperti tim pelatih dan relawan, maupun sumber daya finansial—mengingat lembaga dakwah sering kali memiliki keterbatasan anggaran. Tahap pelaksanaan akan menjadi fokus pembahasan tentang metode pelatihan yang paling efektif, seperti simulasi, studi kasus, dan pembelajaran kolaboratif, yang mampu mengubah teori menjadi praktik. Terakhir, pada tahap pengendalian dan evaluasi, penelitian ini akan merumuskan kerangka evaluasi yang holistik, yang tidak hanya mengukur peningkatan pengetahuan peserta, tetapi juga perubahan perilaku dan dampak jangka panjang dakwah di masyarakat, yang seringkali sulit diukur secara kuantitatif.

Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi dan menganalisis tantangan-tantangan spesifik yang dihadapi dalam manajemen pelatihan dakwah, seperti keterbatasan dana, fluktuasi komitmen peserta, dan kesulitan dalam mengukur keberhasilan dakwah yang bersifat non-materi. Berangkat dari analisis tantangan tersebut, penelitian ini akan menawarkan solusi-solusi inovatif dan praktis. Solusi-solusi tersebut mencakup adopsi model pendanaan kreatif seperti wakaf produktif dan kemitraan strategis, penerapan strategi blended learning untuk mengatasi keterbatasan waktu dan ruang, serta penggunaan metode evaluasi kualitatif untuk menangkap dampak dakwah yang mendalam dan multidimensional. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori manajemen dalam konteks keagamaan dan menjadi panduan praktis bagi para pengelola lembaga dakwah, sehingga program pelatihan tidak hanya berhasil dari sisi manajerial, tetapi juga mampu menghasilkan para dai yang berkapasitas tinggi, adaptif, dan mampu membawa perubahan positif di tengah masyarakat yang terus berkembang. Penelitian ini merupakan upaya untuk menunjukkan bahwa manajemen profesional adalah jalan untuk mengoptimalkan potensi dakwah, menjadikan aktivitas mulia ini lebih terorganisir, terukur, dan berdampak luas bagi peradaban.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan. Untuk melakukan penelitian ini, literatur yang relevan tentang ruang lingkup manajemen pelatihan dakwah dipelajari, dan sumber data yang digunakan terdiri dari data sekunder yang diperoleh dari buku referensi, jurnal ilmiah, artikel, dokumen, dan sumber resmi lainnya yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Setelah itu, literatur yang dipilih diperiksa secara menyeluruh untuk mendapatkan informasi tentang ide, gagasan, dan nilai-nilai yang berkaitan dengan konsumsi. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif-kualitatif, yang berarti membandingkan berbagai perspektif dan temuan literatur. Fokus analisis adalah Tentang Ruang Lingkup Manajemen Pelatihan Dakwah. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam tentang ruang lingkup manajemen pelatihan

dakwah. Selain itu, ini akan memberikan kontribusi pemikiran untuk kemajuan manajemen pelatihan dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep dasar Manajemen

Pengertian manajemen dapat kita lihat dari beberapa tokoh berikut :

1. George R. Terry

Dalam bukunya, *Principles of Management*, Terry mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. (Terry, 1982)

2. Ricky W. Griffin

Griffin, dalam bukunya *Management*, mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengontrolan sumber daya manusia, keuangan, fisik, dan informasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. (Griffin R. W., 2017.)

3. James A.F. Stoner

Stoner dalam bukunya *Management*, mengartikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan upaya-upaya para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. (Stoner, 1995)

4. Harold Koontz & Cyril O'Donnell

Kedua tokoh ini mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini menekankan peran manajer dalam membimbing, mengarahkan, dan mengkoordinasikan individu lain untuk mencapai tujuan bersama. (Koontz, 1972.)

5. Mary Parker Follett

Follett mendefinisikan manajemen sebagai "seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang". Definisi ini mirip dengan Koontz & O'Donnell, tetapi Follett lebih menekankan pada aspek psikologis dan sosial dari manajemen.

Dengan demikian Hampir semua tokoh menekankan bahwa manajemen bukan sekadar tindakan tunggal, melainkan sebuah serangkaian kegiatan yang saling berkaitan dan berkelanjutan. Proses ini umumnya mencakup perencanaan, pengorganisasian, penggerakan (pengarahan/penggerakan), dan pengawasan (pengendalian). (Koontz, 1972.)

Selain pengertian ada pula fungsi manajemen yang biasa di singkat POAC (Planing, Organizing, Actuating, dan Controlling) berikut adalah penjelasannya :

1. Planning (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses penetapan tujuan dan sasaran organisasi serta penentuan tindakan terbaik untuk mencapainya. Ini melibatkan perumusan strategi, kebijakan, dan program kerja yang akan menjadi panduan bagi semua aktivitas organisasi di masa depan. Perencanaan menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti "apa yang harus dicapai?", "kapan harus dicapai?", dan "bagaimana cara mencapainya?".

2. Organizing (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses pengalokasian sumber daya dan penyusunan struktur organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam tahap perencanaan. Fungsi ini meliputi pembagian tugas, pembentukan departemen, dan penetapan hubungan hierarki (wewenang dan tanggung jawab) antar individu atau unit kerja. Tujuan utamanya adalah memastikan sumber daya manusia dan non-manusia digunakan secara efisien.

3. Actuating/Leading (Pelaksanaan/Pengarahan)

Pelaksanaan atau pengarahan adalah proses menggerakkan anggota organisasi agar mereka bekerja secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan. Fungsi ini melibatkan berbagai kegiatan seperti kepemimpinan, motivasi, komunikasi, dan pembinaan. Intinya, tahap ini berfokus pada aspek manusia dalam manajemen, memastikan setiap orang memahami perannya dan termotivasi untuk melaksanakannya.

4. Controlling (Pengendalian)

Pengendalian adalah proses pengukuran kinerja, membandingkannya dengan standar yang telah ditetapkan, dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Fungsi ini memastikan bahwa kegiatan aktual sesuai dengan rencana. Pengendalian melibatkan penetapan standar kinerja, pengukuran kinerja aktual, perbandingan antara kinerja aktual dan standar, serta tindakan perbaikan jika terjadi penyimpangan. (Terry, 1982)

Konsep Dasar Pelatihan

Pelatihan dapat didefinisikan sebagai upaya sistematis dan terencana untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap (Knowledge, Skills, and Attitude - KSA) individu untuk melakukan pekerjaan atau tugas tertentu secara lebih efektif. Tujuan utamanya adalah untuk menutup kesenjangan antara kemampuan karyawan saat ini dan yang dibutuhkan oleh pekerjaan. Pelatihan umumnya berfokus pada kebutuhan saat ini atau jangka pendek. (Kazanas, 1999)

- Contoh: Pelatihan tentang penggunaan *software* baru untuk tim penjualan, pelatihan teknik pelayanan pelanggan, atau pelatihan keselamatan kerja.

Perbedaan dengan Pengembangan (Development)

Meskipun sering digunakan secara bergantian, pelatihan dan pengembangan memiliki fokus dan orientasi waktu yang berbeda. Perbedaan utama terletak pada tujuannya.

- Orientasi Waktu:
 - Pelatihan berorientasi pada jangka pendek dan spesifik. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja saat ini.
 - Pengembangan berorientasi pada jangka panjang dan lebih luas. Tujuannya adalah untuk mempersiapkan individu menghadapi tanggung jawab di masa depan, seperti promosi atau peran kepemimpinan. (Kirkpatrick, 2006)
- Fokus:
 - Pelatihan berfokus pada keterampilan teknis dan pekerjaan saat ini. Materi yang diberikan sangat spesifik dan langsung dapat diterapkan.

- Pengembangan berfokus pada kemampuan manajerial, kepemimpinan, dan personal growth. Materinya lebih abstrak dan bertujuan untuk membangun potensi karier jangka panjang. (Elfrianto, 2016)
- Tujuan:
 - Tujuan Pelatihan adalah untuk memperbaiki kinerja kerja saat ini.
 - Tujuan Pengembangan adalah untuk mempersiapkan individu menghadapi tantangan di masa depan. (Dr. Wawan Setiawan, 2020)
- Model pelatihan dakwah

Model ADDIE adalah kerangka kerja sistematis yang paling umum digunakan dalam perancangan dan pengembangan program pelatihan. Model ini memberikan pendekatan yang logis dan terstruktur, memastikan bahwa program pelatihan dirancang secara efektif dan relevan. Kelima tahapan dalam model ADDIE dapat diterapkan secara spesifik dalam konteks pelatihan dakwah. (Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, 2017)

1. Analysis (Analisis)

Tahap ini adalah fondasi dari seluruh proses pelatihan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan secara menyeluruh. Dalam konteks dakwah, tahap analisis meliputi:

Analisis Kebutuhan: Mengidentifikasi kesenjangan antara kemampuan dai atau aktivis dakwah saat ini dengan kemampuan yang dibutuhkan. Misalnya, apakah mereka perlu meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum, memahami isu-isu sosial kontemporer, atau mengelola media sosial untuk dakwah?

Analisis Peserta: Memahami karakteristik peserta pelatihan, seperti tingkat pengetahuan agama, latar belakang pendidikan, usia, dan motivasi mereka.

Analisis Tugas: Menentukan tugas-tugas spesifik yang harus dikuasai oleh dai, misalnya cara menyusun materi khotbah, teknik komunikasi persuasif, atau etika dalam berinteraksi dengan audiens. (Koontz, 1972.)

2. Design (Desain)

Setelah kebutuhan dianalisis, tahap desain berfokus pada perancangan kerangka kerja pelatihan. Ini adalah cetak biru yang akan memandu pengembangan materi. Dalam konteks pelatihan dakwah, tahap desain meliputi:

Menetapkan Tujuan Pembelajaran: Merumuskan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terikat waktu (SMART). Contoh: "Pada akhir pelatihan, peserta mampu menyusun kerangka ceramah yang logis dan menarik."

Menyusun Kurikulum dan Materi: Menentukan topik-topik yang akan diajarkan, urutan penyampaian, dan alokasi waktu untuk setiap sesi.

Memilih Metode Pelatihan: Menentukan metode yang paling efektif, seperti ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, atau simulasi dakwah di lapangan. (Robert Gagne, 1992)

3. Development (Pengembangan)

Tahap ini adalah realisasi dari desain yang telah dibuat. Materi-materi yang dirancang pada tahap sebelumnya mulai dikembangkan dan diproduksi. Dalam konteks pelatihan dakwah, pengembangan meliputi:

Pembuatan Modul dan Bahan Ajar: Menyiapkan modul pelatihan, slide presentasi, handout, dan panduan untuk pelatih. Materi ini harus relevan dengan nilai-nilai dakwah.

Pengembangan Alat Evaluasi: Membuat instrumen untuk mengukur pemahaman peserta, seperti tes pengetahuan, lembar observasi keterampilan, atau kuesioner sikap.

Pengembangan Studi Kasus: Menciptakan skenario atau studi kasus yang relevan dengan tantangan dakwah di era modern, misalnya cara menghadapi pertanyaan kritis dari audiens atau berdakwah di lingkungan yang majemuk. (Dharma, 2017)

4. Implementation (Implementasi)

Ini adalah tahap pelaksanaan program pelatihan. Semua yang telah direncanakan dan dikembangkan diimplementasikan di lapangan. Dalam konteks pelatihan dakwah, tahap implementasi meliputi:

Penyampaian Pelatihan: Melaksanakan pelatihan sesuai dengan jadwal dan metode yang telah ditetapkan.

Fasilitasi: Memastikan interaksi yang efektif antara pelatih dan peserta, serta mendorong partisipasi aktif.

Pengelolaan Logistik: Mengatur semua aspek teknis dan logistik, seperti lokasi, peralatan, dan konsumsi, untuk memastikan pelatihan berjalan lancar.

5. Evaluation (Evaluasi)

Tahap terakhir ini sangat krusial untuk mengukur efektivitas pelatihan. Evaluasi tidak hanya dilakukan di akhir pelatihan, tetapi juga sepanjang proses. Dalam konteks pelatihan dakwah, evaluasi meliputi:

Evaluasi Reaksi: Mengukur kepuasan peserta terhadap pelatihan (misalnya, melalui kuesioner).

Evaluasi Pembelajaran: Mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta (misalnya, dengan tes pra-dan pasca-pelatihan).

Evaluasi Perilaku: Mengamati apakah peserta benar-benar menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam praktik dakwah mereka sehari-hari.

Evaluasi Hasil: Mengukur dampak jangka panjang dari pelatihan, seperti peningkatan jumlah jamaah, efektivitas pesan dakwah, atau perubahan positif di masyarakat.

Dengan mengikuti model ADDIE, program pelatihan dakwah dapat dirancang tidak hanya secara konvensional, tetapi juga berdasarkan kebutuhan nyata dan diukur keberhasilannya secara objektif. (Kirkpatrick, 2006)

Konsep Dasar Dakwah

Secara etimologis, kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab, yaitu دَعَا (da'wah). Kata ini merupakan bentuk masdar (kata benda) dari kata kerja دَعَا (da'a) yang memiliki beberapa makna, antara lain:

Memanggil: Mengajak seseorang untuk datang atau mendekat.

Menyeru: Memanggil seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan sesuatu.

Mengajak: Memberikan ajakan atau undangan.

Memohon: Meminta atau berdoa.

Dalam konteks yang lebih luas, akar kata ini mengandung unsur ajakan, seruan, atau panggilan untuk menuju sesuatu. (Aziz, 2004)

Dalam terminologi Islam, dakwah memiliki makna yang lebih spesifik dan mendalam. Dakwah adalah kegiatan menyeru, mengajak, dan memanggil manusia untuk senantiasa beribadah kepada Allah SWT semata, mengikuti petunjuk-Nya, dan menjauhi segala larangan-Nya. (Aliyudin, 2009)

Makna terminologis ini mencakup beberapa aspek penting:

Menyeru kepada Tauhid: Inti dari dakwah adalah mengajak manusia untuk meyakini keesaan Allah SWT (tauhid) dan menolak segala bentuk kemusyrikan.

Mengajak kepada Ketaatan: Selain keyakinan, dakwah juga mengajak pada pelaksanaan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya, yang termanifestasi dalam amal shaleh dan ibadah.

Membawa Petunjuk Ilahi: Dakwah pada hakikatnya menyampaikan ajaran-ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW sebagai sumber petunjuk hidup.

Tujuan Perubahan: Dakwah bertujuan untuk membawa perubahan positif, baik pada diri individu maupun masyarakat, menuju keadaan yang lebih baik sesuai dengan nilai-nilai

Islam. Perubahan ini bisa bersifat perbaikan akidah, akhlak, muamalah (hubungan antar manusia), hingga perbaikan tatanan sosial. (Syukir, 1983)

Secara sederhana, dakwah terminologis adalah implementasi praktis dari ajaran Islam yang disampaikan kepada manusia dengan berbagai cara agar mereka memahami, meyakini, dan mengamalkan ajaran tersebut untuk kebaikan dunia dan akhirat.

Ruang Lingkup Manajemen Pelatihan Dakwah

Manajemen pelatihan dakwah adalah penerapan prinsip-prinsip manajemen ke dalam seluruh proses kegiatan dakwah. (Shihab, Pengantar Ilmu Dakwah, 2002) Ruang lingkupnya mencakup serangkaian tahapan sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi (pengetahuan, keterampilan, dan sikap) para pelaku dakwah. (Shaleh, 1999) Secara umum, ruang lingkup ini dapat dijelaskan melalui fungsi-fungsi manajemen (POAC: **P**erencanaan, **P**engorganisasian, **P**elaksanaan, dan **P**engendalian). (Syukir, 1983)

1. Perencanaan (Planning): Fondasi Awal Program Pelatihan Dakwah

Perencanaan adalah tahap paling fundamental dalam manajemen pelatihan dakwah. Tanpa perencanaan yang matang, program yang dijalankan tidak akan efektif dan cenderung membuang-buang sumber daya. (Kusnawan, 2009) George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (1982) halaman 18-19, mendefinisikan perencanaan sebagai seleksi dan penghubungan fakta serta pembuatan dan penggunaan asumsi-asumsi mengenai masa depan dengan jalan memvisualisasi dan memformulasikan aktivitas yang diperlukan. Dalam konteks dakwah, tahap ini meliputi:

Analisis Kebutuhan Dakwah: Tahap ini dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan para dai atau aktivis dakwah. Apakah mereka perlu meningkatkan kemampuan retorika, memahami isu-isu sosial-politik kontemporer, atau menguasai media digital untuk berdakwah? Analisis ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau pengamatan langsung di lapangan.

Penetapan Sasaran dan Tujuan: Tujuan pelatihan harus dirumuskan secara spesifik dan terukur (SMART). Misalnya, "Peserta mampu menyusun materi ceramah interaktif yang menarik bagi generasi muda" atau "Peserta mampu mengelola akun media sosial dakwah secara profesional." Tujuan ini harus sejalan dengan visi dan misi lembaga dakwah yang menaunginya.

Penyusunan Kurikulum Berbasis Islam: Kurikulum pelatihan harus dirancang dengan cermat, memadukan teori manajemen pelatihan modern dengan nilai-nilai Islam. Materi yang diajarkan harus berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis, serta relevan dengan tantangan dakwah di era modern. (Sulhan, 2017)

2. Pengorganisasian (Organizing): Alokasi Sumber Daya untuk Efektivitas

Pengorganisasian adalah proses alokasi dan penataan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. James A.F. Stoner dalam *Management* (1995) halaman 103, menjelaskan bahwa pengorganisasian adalah proses penentuan bagaimana kegiatan akan dilaksanakan dan bagaimana orang dan sumber daya akan dikelompokkan. Dalam konteks pelatihan dakwah, hal ini meliputi:

Pembentukan Tim Pelaksana: Membentuk tim yang solid, terdiri dari koordinator, trainer (pelatih), dan tim logistik. Masing-masing anggota tim harus memiliki pemahaman mendalam tentang manajemen pelatihan dan etika dakwah.

Seleksi dan Penyiapan Pelatih: Memilih pelatih yang tidak hanya kompeten dalam bidangnya, tetapi juga memiliki integritas dan pemahaman agama yang kuat. Pelatih dalam pelatihan dakwah harus mampu menanamkan nilai-nilai keislaman melalui teladan (uswah hasanah).

Manajemen Anggaran: Mengelola dana secara transparan dan akuntabel. Sumber dana bisa berasal dari infaq, sedekah, atau donasi lembaga, dan penggunaannya harus diprioritaskan untuk kegiatan yang paling berdampak. (Ilahi, 2006)

3. Pelaksanaan (Actuating): Menggerakkan Sumber Daya Manusia

Tahap pelaksanaan adalah inti dari seluruh proses manajemen, di mana rencana diubah menjadi tindakan nyata. Harold Koontz dan Cyril O'Donnell dalam *Principles of Management* (1972) halaman 465, mengartikan actuating sebagai proses mengarahkan dan mempengaruhi para bawahan dan kegiatan-kegiatan lainnya yang berkaitan. Dalam konteks dakwah, tahap ini meliputi:

Metode Pembelajaran Interaktif: Menggunakan metode yang tidak monoton, seperti diskusi kelompok (halaqah), simulasi khotbah, dan studi kasus. Metode ini membantu peserta lebih aktif dan internalisasi materi lebih mendalam.

Fasilitasi dan Motivasi: Pelatih berperan sebagai fasilitator yang mengarahkan diskusi dan memotivasi peserta. Motivasi dalam konteks dakwah dapat bersumber dari nilai-nilai spiritual, seperti pentingnya berdakwah sebagai amalan jariyah.

Manajemen Kelas: Memastikan suasana belajar yang kondusif, di mana peserta merasa nyaman untuk bertanya, berdiskusi, dan berbagi pengalaman tanpa takut dihakimi. (Hersey, 1977.)

4. Pengendalian dan Evaluasi (Controlling & Evaluation): Mengukur Keberhasilan Program

Pengendalian adalah tahap untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai rencana, sementara evaluasi berfungsi untuk mengukur sejauh mana tujuan telah

tercapai. Ricky W. Griffin dalam bukunya *Management* (2017) halaman 135, mendefinisikan pengendalian sebagai proses memonitor kinerja, membandingkannya dengan standar, dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Dalam konteks pelatihan dakwah, hal ini meliputi:

Evaluasi Reaksi: Mengumpulkan umpan balik dari peserta tentang kepuasan mereka terhadap materi, pelatih, dan fasilitas.

Evaluasi Pembelajaran: Mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui tes atau demonstrasi.

Evaluasi Perilaku: Memantau apakah peserta menerapkan ilmu yang diperoleh dalam praktik dakwah sehari-hari, misalnya melalui observasi atau laporan.

Evaluasi Dampak: Mengukur hasil jangka panjang, seperti peningkatan jumlah jamaah, perubahan positif di masyarakat, atau efektivitas pesan dakwah.

Ruang lingkup manajemen pelatihan dakwah mencakup seluruh siklus manajemen yang terintegrasi dengan nilai-nilai Islam. (Kusnawan, 2009) Melalui pendekatan sistematis ini, program pelatihan dakwah dapat dirancang, dilaksanakan, dan dievaluasi secara profesional dan efektif. Dengan demikian, kualitas sumber daya manusia dakwah dapat terus ditingkatkan, sehingga dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi umat dan masyarakat. Proses ini dimulai dengan perencanaan program yang teliti. Untuk memastikan bahwa kurikulum yang dibuat relevan dan tepat sasaran, tim perancang harus melakukan analisis menyeluruh untuk menentukan keterampilan yang diperlukan oleh relawan. Pengetahuan keislaman yang mendalam, keterampilan teknis seperti berbicara di depan umum dan mengelola media sosial, serta sikap dan standar dakwah yang baik harus dimasukkan dalam kurikulum. Oleh karena itu, relawan tidak hanya memperoleh pengetahuan tetapi juga memperoleh keterampilan praktis melalui program pelatihan.

Setelah perancangan, pelaksanaan program harus berjalan efektif. Untuk mencapai tujuan ini, model pembelajaran campuran adalah pilihan terbaik. Sementara sesi tatap muka digunakan untuk simulasi, praktik langsung, dan mentoring yang intensif, modul daring yang dapat diakses secara fleksibel menyediakan materi dasar. Metode ini memastikan bahwa relawan dapat mendapatkan bimbingan personal yang penting sambil belajar dengan nyaman tanpa mengorbankan waktu atau tempat. Insentif non-finansial seperti sertifikat, pengakuan publik, dan kesempatan untuk memimpin proyek sangat penting untuk mempertahankan motivasi dan komitmen dalam jangka panjang. Membangun rasa memiliki yang kuat terhadap lembaga dan misinya, apresiasi ini menunjukkan bahwa kerja mereka dihargai. Pada tahap terakhir, evaluasi program secara rutin dan menyeluruh adalah kunci keberlanjutan. Tidak hanya evaluasi ini mengukur tingkat kepuasan peserta, tetapi juga seberapa banyak materi dan keterampilan yang telah dikuasai dan bagaimana hal itu berdampak pada perilaku relawan dalam berdakwah. Hasil evaluasi ini berfungsi sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan program di masa depan. Siklus perancangan, pelaksanaan, dan

evaluasi yang dilakukan secara profesional ini memungkinkan lembaga dakwah untuk terus meningkatkan kualitas relawan secara konsisten. Ini memungkinkan dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat.

Tantangan utama yang dihadapi dalam mengelola pelatihan dakwah

Manajemen pelatihan dakwah, sebagai sebuah disiplin yang menggabungkan prinsip-prinsip manajerial dengan nilai-nilai spiritual, menghadapi berbagai tantangan unik yang seringkali tidak ditemukan dalam konteks pelatihan bisnis atau korporat. Tantangan ini bukan hanya bersifat teknis, melainkan juga multidimensional, menyentuh aspek finansial, sumber daya manusia, materi, hingga evaluasi. Keterbatasan sumber daya finansial merupakan salah satu hambatan paling signifikan yang kerap kali menghambat keberlanjutan dan kualitas program pelatihan dakwah. Mayoritas lembaga dakwah dan organisasi nirlaba yang menyelenggarakan pelatihan sangat bergantung pada donasi, sumbangan, atau infak dari masyarakat, yang sifatnya tidak stabil dan seringkali tidak mencukupi untuk membiayai operasional program secara profesional. Biaya yang dikeluarkan untuk pelatihan, mulai dari honorarium pelatih, pengadaan materi, sewa tempat, hingga konsumsi, dapat menjadi beban finansial yang berat. Akibatnya, banyak program pelatihan yang terpaksa dijalankan dengan fasilitas seadanya, materi yang kurang lengkap, dan durasi yang tidak optimal, yang pada akhirnya memengaruhi efektivitas dan capaian pembelajaran. Tantangan ini diperparah dengan tidak adanya model bisnis yang berkelanjutan untuk mendanai pelatihan. Lembaga dakwah jarang sekali menerapkan skema berbayar, karena dianggap bertentangan dengan semangat dakwah yang tulus dan ikhlas, sehingga peluang untuk mendapatkan dana yang konsisten menjadi sangat terbatas. (Ismail, 2022)

Selain tantangan finansial, manajemen pelatihan dakwah juga berhadapan dengan kompleksitas dalam mengelola sumber daya manusia, baik dari sisi pelatih maupun peserta. Pelatih yang memiliki kompetensi ganda—yaitu kedalaman ilmu agama dan kemampuan manajerial serta pedagogis—sangat langka. Seringkali, individu yang ditunjuk sebagai pelatih adalah mereka yang memiliki pemahaman agama yang kuat, namun kurang terampil dalam menyampaikan materi secara sistematis, mengelola dinamika kelas, atau memotivasi peserta. Di sisi lain, komitmen peserta menjadi tantangan tersendiri. (Hakim, 2018) Sebagian besar peserta pelatihan adalah relawan atau aktivis dakwah yang tidak terikat secara profesional dengan lembaga penyelenggara. Mereka memiliki kesibukan pribadi dan pekerjaan lain, sehingga komitmen kehadiran dan partisipasi aktif mereka sering kali fluktuatif. Tingkat drop-out atau ketidakaktifan peserta di tengah jalan menjadi masalah umum yang mengikis efektivitas program. Fenomena ini membuat sulitnya menciptakan angkatan lulusan yang benar-benar solid dan siap terjun ke lapangan, karena energi dan sumber daya yang telah diinvestasikan tidak menghasilkan hasil yang optimal. (Wastiyah, 2020)

Dari segi materi dan relevansi, manajemen pelatihan dakwah menghadapi tantangan dalam menyelaraskan kurikulum dengan kebutuhan audiens kontemporer. Kurikulum yang digunakan terkadang bersifat konvensional, hanya berfokus pada materi-materi keagamaan yang sudah umum, tanpa menyentuh isu-isu krusial yang relevan dengan kehidupan umat masa kini. Isu-isu seperti radikalisme, intoleransi, hoaks,

tantangan etika digital, dan dinamika sosial ekonomi sering kali tidak terintegrasi secara memadai dalam materi pelatihan. Akibatnya, para dai yang dihasilkan cenderung hanya mampu berdakwah dalam ranah tradisional, sementara mereka gagap dalam menjawab pertanyaan dan tantangan yang muncul dari audiens yang melek teknologi dan informasi. Kesenjangan ini menciptakan ketidakrelevanan yang dapat mengurangi daya tarik dan dampak dakwah. Selain itu, metode penyampaian yang monoton, seperti ceramah satu arah, juga menjadi tantangan. Metode ini gagal melibatkan peserta secara aktif dan tidak efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis, seperti kemampuan berbicara di depan umum atau bernegosiasi. Materi pelatihan seringkali hanya berfokus pada ranah kognitif (pengetahuan), namun kurang menyentuh ranah afektif (sikap) dan psikomotorik (keterampilan), yang padahal ketiganya sangat esensial dalam praktik dakwah. (Ahmad, 2019)

Tantangan terakhir, namun tidak kalah penting, adalah kesulitan dalam melakukan evaluasi yang sistematis dan terukur. Berbeda dengan program pelatihan bisnis yang dapat diukur dengan indikator kuantitatif seperti peningkatan penjualan atau penurunan biaya operasional, dampak pelatihan dakwah seringkali bersifat kualitatif dan abstrak. Mengukur perubahan hati, peningkatan keikhlasan, atau dampak dakwah terhadap perbaikan moral masyarakat adalah hal yang hampir mustahil untuk dilakukan secara objektif. Meskipun evaluasi pada tingkat reaksi dan pembelajaran (seperti tes pengetahuan) dapat dilakukan, evaluasi pada tingkat perilaku (apakah peserta benar-benar menerapkan ilmu yang dipelajari) dan hasil (dampak jangka panjang dakwah di masyarakat) seringkali diabaikan. Kurangnya evaluasi yang komprehensif ini menyebabkan pengelola program tidak memiliki data yang valid untuk mengetahui efektivitas program, mengidentifikasi kelemahan, dan melakukan perbaikan yang diperlukan di masa mendatang. Akibatnya, program pelatihan cenderung diulang tanpa ada peningkatan kualitas yang signifikan, sehingga siklus tantangan terus berulang. (Savitri, 2021)

Bagaimana solusi inovatif dapat dirumuskan untuk mengatasi tantangan dalam manajemen pelatihan dakwah?

Mengatasi berbagai tantangan dalam manajemen pelatihan dakwah memerlukan pendekatan yang cerdas dan inovatif. Solusi tidak bisa lagi bersifat konvensional, melainkan harus adaptif, kreatif, dan berbasis pada pemanfaatan teknologi serta kolaborasi. Salah satu solusi fundamental adalah dengan mereformasi model pembiayaan dan pengelolaan sumber daya agar program pelatihan dapat berjalan secara berkelanjutan. Ketergantungan pada donasi sukarela yang tidak stabil dapat diatasi dengan mengadopsi model pembiayaan hibrida (*hybrid funding model*). Ini mencakup penggalangan dana dari komunitas melalui program wakaf produktif, di mana aset wakaf (misalnya, properti komersial) dikelola untuk menghasilkan pendapatan rutin yang dialokasikan untuk pembiayaan pelatihan. Selain itu, lembaga dakwah dapat menjalin kemitraan strategis dengan sektor swasta melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan dapat menyalurkan sebagian dana CSR mereka untuk mendukung program pelatihan yang relevan, misalnya pelatihan *soft skills* bagi dai. Solusi lainnya adalah dengan mengembangkan produk atau layanan yang memiliki nilai ekonomis, seperti buku, e-book, atau kursus daring berbayar, di mana keuntungan dari

penjualan tersebut disalurkan kembali untuk membiayai program pelatihan bagi mereka yang kurang mampu. (Dede Nurkamilah, 2019)

Tantangan terkait sumber daya manusia, terutama fluktuasi komitmen peserta, dapat diatasi melalui pendekatan manajemen talenta yang profesional dan penerapan teknologi. Lembaga dakwah perlu membangun sebuah database relawan yang terorganisir, mencatat minat, keterampilan, dan tingkat komitmen mereka. Dengan data ini, lembaga dapat menargetkan program pelatihan kepada individu yang paling sesuai. Untuk mengatasi kendala waktu dan lokasi, penerapan sistem blended learning adalah solusi yang sangat efektif. Model ini mengkombinasikan pembelajaran tatap muka dengan modul daring. Peserta dapat mengakses materi, video, dan kuis secara mandiri dari rumah, sementara sesi tatap muka digunakan untuk diskusi mendalam, simulasi, dan mentoring. Fleksibilitas ini tidak hanya meningkatkan partisipasi, tetapi juga memungkinkan pelatihan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil. Pemberian insentif non-finansial juga sangat penting. Sertifikat, pengakuan publik, dan peluang untuk naik ke jenjang kepemimpinan di dalam komunitas dapat menjadi motivasi yang kuat bagi para relawan untuk tetap berkomitmen. Apresiasi ini dapat diberikan dalam bentuk sertifikat penghargaan, pengakuan public melalui media sosial atau acara komunitas, serta peluang untuk naik ke jenjang kepemimpinan. Dengan menawarkan relawan kesempatan untuk memimpin tim untuk menjadi narasumber, Lembaga menunjukkan kepercayaan dan membuka jalur pengembangan karier bagi mereka. Hal ini membangun rasa kepemilikan dan loyalitas yang kuat, menjadikan para relawan merasa dihargai dan menjadi bagian integral dari misi Lembaga. (Friska Bella Nopianti, 2025)

Untuk menjawab tantangan relevansi materi dan metode pembelajaran, solusi inovatifnya adalah dengan menerapkan analisis kebutuhan pelatihan (TNA) yang lebih cermat dan pengembangan kurikulum berbasis kompetensi. TNA tidak hanya dilakukan melalui kuesioner, melainkan juga melalui wawancara mendalam dengan para dai, jamaah, dan tokoh masyarakat untuk mengidentifikasi isu-isu sosial dan tantangan aktual di lapangan. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk merancang kurikulum yang mencakup tidak hanya ilmu agama, tetapi juga keterampilan yang bersifat transformatif, seperti leadership, critical thinking, dan literasi digital. Materi dakwah juga harus disajikan dengan metode yang interaktif dan partisipatif. Penggunaan simulasi, studi kasus, dan diskusi panel dapat membuat pembelajaran lebih menarik dan relevan. Misalnya, simulasi debat tentang isu toleransi atau studi kasus tentang cara menanggapi hoaks di media sosial dapat membekali peserta dengan keterampilan praktis yang mereka butuhkan. Pemanfaatan teknologi seperti platform e-learning dan media sosial juga dapat digunakan untuk menyebarkan materi dan memfasilitasi interaksi di luar jam pelatihan.

Terakhir, tantangan terbesar, yaitu evaluasi, dapat diatasi dengan merumuskan kerangka evaluasi yang holistik dan terintegrasi. Solusinya adalah dengan menerapkan model Kirkpatrick, yang mengevaluasi pelatihan dalam empat level: Reaksi, Pembelajaran, Perilaku, dan Hasil. Namun, dalam konteks dakwah, model ini perlu disesuaikan dengan menambahkan dimensi kualitatif. Evaluasi Reaksi dapat dilakukan dengan kuesioner untuk mengukur kepuasan peserta. (Mudhar, 2018) Evaluasi Pembelajaran dapat diukur dengan tes pengetahuan pra-dan-pasca-pelatihan. Untuk mengukur Perilaku, yang merupakan tantangan utama, lembaga dapat menggunakan

metode seperti observasi dan wawancara mendalam kepada peserta dan audiens dakwah mereka. Tujuannya adalah untuk melihat apakah ada perubahan nyata dalam cara mereka berdakwah. Evaluasi Hasil, yang mengukur dampak jangka panjang, dapat menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis naratif untuk mendokumentasikan perubahan positif di masyarakat. Dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, lembaga dakwah dapat memiliki data yang lebih lengkap dan valid untuk membuktikan efektivitas program, mengidentifikasi kelemahan, dan merencanakan perbaikan di masa depan. Pada akhirnya, solusi-solusi inovatif ini menunjukkan bahwa manajemen profesional adalah jalan untuk mengoptimalkan potensi dakwah, menjadikannya lebih terorganisir, terukur, dan berdampak luas bagi peradaban. (Al-Hafiz, 2022) Evaluasi manajemen pelatihan dakwah juga memiliki resiko didalamnya. Resiko dalam evaluasi manajemen pelatihan dakwah adalah tantangan atau potensi kegagalan yang mungkin terjadi selama proses penilaian program pelatihan. Resiko ini dapat mempengaruhi keakuratan hasil evaluasi, validitas data, dan efektifitas perbaikan program di masa depan. Memahami resiko-resiko ini sangat penting untuk merancang metode evaluasi yang lebih kuat dan akurat. Adapun jenis-jenis resiko dalam evaluasi yaitu, resiko terkait tujuan evaluasi, resiko metodeologi dan alat ukur, resiko terkait partisipasi dan data dan resiko terkait sumber daya.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa manajemen pelatihan dakwah adalah sebuah disiplin yang krusial dan multidimensional, bukan sekadar proses tambahan dalam aktivitas dakwah. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip manajemen yang universal—meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian—program pelatihan dakwah dapat diubah dari kegiatan insidental menjadi sebuah sistem yang terstruktur dan terukur. Perencanaan yang matang memungkinkan penentuan tujuan yang jelas dan relevan dengan tantangan kontemporer, sementara pengorganisasian yang efektif memastikan sumber daya yang terbatas dapat dimanfaatkan secara optimal. Pelaksanaan yang menggunakan metode inovatif seperti simulasi dan studi kasus mampu mentransformasi teori menjadi keterampilan praktis, dan proses evaluasi yang holistik—yang tidak hanya mengukur pengetahuan tetapi juga perubahan perilaku—menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan dan dampak jangka panjang program.

Namun, penerapan manajemen pelatihan dakwah tidak terlepas dari berbagai tantangan. Masalah utama meliputi keterbatasan finansial yang menghambat kualitas dan jangkauan program, fluktuasi komitmen peserta yang sebagian besar adalah relawan, serta kesulitan dalam mengukur dampak dakwah yang bersifat non-materi. Tantangan-tantangan ini menunjukkan bahwa pendekatan konvensional tidak lagi memadai. Oleh karena itu, diperlukan solusi-solusi inovatif seperti model pendanaan hibrida, penerapan blended learning, dan pengembangan kurikulum yang responsif terhadap isu-isu kontemporer.

Pada akhirnya, kesuksesan manajemen pelatihan dakwah terletak pada kemampuan untuk mengintegrasikan profesionalisme manajerial dengan nilai-nilai spiritualitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, manajemen dapat menjadi alat yang kuat untuk mengoptimalkan potensi dakwah. Ia memungkinkan para dai tidak hanya memiliki pemahaman agama yang mendalam, tetapi juga keterampilan praktis yang dibutuhkan untuk menyampaikan pesan kebaikan secara efektif di tengah kompleksitas dunia modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2019). Tantangan Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama di Era Teknologi Informasi. *Hikmah*, 11.
- Al-Hafiz, N. &. (2022). Pelatihan Dakwah Digital Bagi Para Da'i Muda Di Komunitas Jamuspa Yogyakarta. *Abdine: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 2.
- Aliyudin, E. d. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Aziz, M. A. (2004). *ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Brookfield, S. L. (1987). *Developing Critical Thinkers: Challenging Adults to Explore Alternative Ways of Thinking and Acting*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Dede Nurkamilah, A. K. (2019). penerapan Manajemen Pelatihan Dakwah dalam Meningkatkan Mutu SDM Santri Pondok Pesantren. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 4, No. 3.
- Dharma, T. S. (2017). Pengembangan Model Pelatihan Berbasis Kompetensi untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 2.
- Dr. H. Abdul Aziz, M. (n.d.). *Manajemen Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Al-Mawaiz.
- Dr. Wawan Setiawan, M. (2020). *Sistem Manajemen Pelatihan: Sebuah Pendekatan Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Drucker, P. F. (1954.). *The Practice of Management*. . Harper & Row,.
- Elfrianto. (2016). Manajemen Pelatihan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Mutu Lulusan. *Jurnal EduTech*, Vol. 2, No. 2.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. Sir Isaac Pitman & Sons,.
- Friska Bella Nopianti, A. F.-A. (2025). Inovasi Perencanaan Dakwah dengan Teknologi yang Berorientasi pada Tantangan Etis dan Strategi Penyampaian Pesan Islam. *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat*, Vol. 4, No. 1.
- Griffin, R. W. (2017.). *Management*. Cengage Learning,.
- Griffin, R. W. (2017). *Management*. 12th ed: Cengage Learning, .
- Hakim, M. R. (2018). Tantangan Dakwah Dalam Media Teknologi Komunikasi di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 38, No. 1, hlm. 155.
- Hersey, P. a. (1977.). *Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources*, : . Prentice Hall.
- Ilahi, M. M. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ismail, N. (2022). *Tantangan-tantangan Dakwah di Era Kontemporer*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kazanas, W. J. (1999). *The Competency-Based Training Handbook*. San Francisco, CA: Pfeiffer.

- Kirkpatrick, D. L. (2006). *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Koontz, H. a. (1972.). *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions*. los santosa: McGraw-Hill,.
- Kusnawan, A. (2009). *Manajemen Pelatihan Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mudhar, M. H. (2018). *Manajemen Pelatihan Dakwah: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. (2017). *Manajemen Dakwah: Teori dan Aplikasi*. jakarta: Kencana.
- Robbins, S. P. (2018.). *Management*. Pearson Education, .
- Robert Gagne, L. J. (1992). *Principles of Instructional Design*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing.
- Savitri, A. P. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 41, No. 1, hlm. 43-55.
- Shaleh, A. R. (1999). *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Shihab, M. Q. (2002). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Stoner, J. A. (1995). *Management*. 6th ed: Prentice Hall.
- Sulhan, H. M. (2017). *Manajemen Dakwah: Kajian Teoritis dan Aplikatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* . surabaya: Al-Ikhlas.
- Terry, G. R. (1982). *Principles of Management*. 8th ed: Richard D. Irwin.
- Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan). *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, Vol. 3, No. 1, hlm. 1-15.