

Gerakan Dakwah pada Organisasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama

Ibnu Apriani¹, Suparto²

¹UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

²UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Correspondence Email : ibnuapriani2@gmail.com

ABSTRACT

This study examines how the da'wah movement is implemented within the organizational management framework of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama (NU), as well as the relevance and impact of their da'wah programs at the national and international levels. Using a qualitative approach through a literature review, this study examines academic books, journal articles (national and international), and research findings from 2020–2025. The analysis shows that although the two organizations have different characteristics (Muhammadiyah tends towards more formal, program-strategic management; NU is stronger in a cultural and network approach), both employ managerial elements such as planning, organizing, directing, and controlling in their da'wah movements. Furthermore, the implemented da'wah programs (e.g., cultural da'wah, digital da'wah, and cadre development) demonstrate relevance in the context of Islamic moderation, international Islamic diplomacy, and community empowerment. This article concludes that improving managerial synergy and program innovation are important directions for the future development of the da'wah movement and provides several recommendations for further research.

Key word: da'wah movement; organizational management; Muhammadiyah; Nahdlatul Ulama; da'wah program.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana gerakan dakwah dijalankan dalam kerangka manajemen organisasi di Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU), serta relevansi dan dampak program-program dakwah yang mereka laksanakan pada tingkat nasional dan internasional. Dengan pendekatan kualitatif melalui metode literature review, penelitian ini menelaah buku-buku akademik, artikel jurnal (nasional dan internasional), serta hasil penelitian dalam kurun waktu 2020–2025. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun kedua organisasi memiliki karakteristik yang berbeda (Muhammadiyah cenderung dengan manajemen lebih formal, program-strategis; NU lebih kuat pada pendekatan kultural dan jaringan), keduanya menggunakan unsur manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam gerakan dakwah. Di sisi lain, program-program dakwah yang diimplementasikan (misalnya dakwah kultural, dakwah digital, kaderisasi) menunjukkan relevansi dalam konteks moderasi Islam, diplomasi Islam internasional, dan pemberdayaan umat. Artikel ini menyimpulkan bahwa perbaikan sinergi manajerial dan inovasi program menjadi arah penting pengembangan gerakan dakwah ke depan, serta memberikan sejumlah rekomendasi untuk penelitian lanjut.

Kata kunci: gerakan dakwah; manajemen organisasi; Muhammadiyah; Nahdlatul Ulama; program dakwah.

PENDAHULUAN

Organisasi Islam di Indonesia, khususnya Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU), telah lama menjadi aktor utama dalam gerakan dakwah nasional dan regional. Muhammadiyah sebagai organisasi Islam modernis, menekankan penguatan pendidikan, kesehatan, dan dakwah yang sistematis serta adaptif terhadap perkembangan zaman (misalnya internasionalisasi Muhammadiyah (Meysarah, Rifai, 2022). Sementara, NU dengan basis kultural dan jaringan pesantrennya, menjalankan dakwah melalui pendekatan kultural, tradisi keagamaan lokal, dan akar di masyarakat (pesantren/ulama) (Musdalifa et al, 2025).

Dalam praktiknya, keberhasilan gerakan dakwah tidak hanya ditentukan oleh ideologinya, tetapi juga oleh seberapa baik manajemen organisasi mengelola sumber daya (SDM, keuangan, media, jaringan) dan merancang program yang kontekstual. Beberapa penelitian telah membahas strategi dakwah atau manajemen dakwah di kedua organisasi ini, misalnya strategi dakwah digital PBNU–Muhammadiyah (Alhaq et al, 2025), manajemen dakwah di Majelis Tabligh Muhammadiyah (Tuzzakiyah et al, 2023), serta strategi dakwah NU di wilayah pesisir (Basri, Soiman, 2024), manajemen dakwah di Muhammadiyah (Muhammad, Subarkah, 2024), dan strategi moderasi dakwah NU di era Industry 4.0 (Musyarrofah, Zulhannan, 2023).

Terdapat empat landasan utama yang digunakan dalam kajian ini, yaitu teori manajemen organisasi Islam, teori gerakan sosial Islam, teori dakwah modern dan transformatif, serta teori relevansi globalisasi dan modernisasi keagamaan.

Manajemen organisasi Islam berakar dari nilai-nilai dasar Al-Qur'an dan Sunnah, yang memandang kepemimpinan

(*imamah*) dan pengelolaan (*tadbir*) sebagai amanah (*trust*). Prinsip utama dalam manajemen Islam meliputi *syura* (musyawarah), amanah (tanggung jawab), *adl* (keadilan), *ihsan* (profesionalisme spiritual), dan *maslahah* (kemaslahatan umat) (Handoko, Hani, 2020). Dalam konteks organisasi dakwah, teori ini menegaskan bahwa efektivitas organisasi tidak hanya diukur dari efisiensi struktural, tetapi juga dari integritas moral dan spiritual para pemimpinnya. Manajemen Islam tidak sekadar berorientasi pada hasil (*output-based management*), tetapi juga pada keberkahan dan kemanfaatan sosial (*outcome-based management*).

Muhammadiyah dan NU sama-sama mengimplementasikan prinsip manajemen Islam ini, meskipun dengan gaya berbeda. Muhammadiyah menerapkannya melalui sistem kelembagaan modern, terukur, dan hierarkis yang mengadopsi pola *planning, organizing, actuating, controlling* (POAC) seperti yang dikembangkan oleh Fayol dan Gulick, namun dibingkai dengan etika Islam (Ali, Maksum, 2024). Sementara NU mengadopsi sistem manajemen berbasis jaringan sosial (*network governance*), di mana pesantren, majelis taklim, dan tokoh kiai menjadi simpul penggerak organisasi.

Dengan demikian, teori manajemen organisasi Islam membantu memahami bagaimana nilai spiritual dan prinsip tata kelola dapat dikombinasikan untuk menciptakan efektivitas gerakan dakwah dalam skala nasional maupun global.

Gerakan dakwah, sebagaimana dikemukakan Tarrow (2011) dalam *Power in Movement*, dapat dikategorikan sebagai bentuk gerakan sosial (*social movement*) yang berorientasi pada perubahan sosial melalui mobilisasi nilai dan jaringan. Gerakan sosial Islam memadukan aspek teologis, kultural, dan politik untuk membangun transformasi masyarakat berdasarkan nilai-nilai keislaman.

Muhammadiyah dan NU dapat dilihat sebagai dua model gerakan sosial Islam yang khas. Muhammadiyah mewakili model *structured social movement*, yakni gerakan yang berlandaskan struktur organisasi yang kuat, dengan strategi dakwah rasional dan programatik. Sedangkan NU merepresentasikan *cultural social movement*, yaitu gerakan yang tumbuh dari basis tradisi, kearifan lokal, dan relasi sosial yang cair.

Kedua model ini menunjukkan bahwa dakwah bukan semata aktivitas keagamaan, melainkan juga proses perubahan sosial yang berkesinambungan. Dakwah diposisikan sebagai upaya membangun tatanan sosial yang adil, beradab, dan sejahtera. Dalam teori gerakan sosial Islam, Muhammadiyah dan NU berperan sebagai *social mediator* yang menjembatani antara nilai-nilai Islam dan dinamika masyarakat modern.

Teori dakwah modern berkembang sebagai respons terhadap perubahan zaman dan globalisasi. Dakwah tidak lagi dipahami secara sempit sebagai penyampaian pesan agama (*tabligh*), tetapi sebagai gerakan sosial, ekonomi, dan budaya yang membawa perubahan nyata dalam kehidupan masyarakat (Al-Qardhawi, 2019).

Dakwah modern bersifat komunikatif, kontekstual, partisipatif, dan berbasis ilmu pengetahuan. Dakwah transformatif bahkan menekankan pada pentingnya pemberdayaan umat melalui pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan teknologi. Dalam teori ini, dakwah diartikan sebagai proses membangun kesadaran sosial dan spiritual secara kolektif.

Muhammadiyah dikenal sebagai pelopor dakwah transformatif melalui lembaga pendidikan, rumah sakit, dan lembaga filantropi seperti Lazismu. Dakwahnya bersifat rasional, sistematis, dan berorientasi pada perubahan struktural masyarakat. Sebaliknya, NU

menjalankan dakwah kultural berbasis *local wisdom*, dengan menekankan nilai toleransi, moderasi (*wasathiyah*), dan humanisme Islam.

Dengan pendekatan teori dakwah modern ini, kedua organisasi mampu memadukan nilai-nilai Islam dengan tantangan modernitas dan globalisasi tanpa kehilangan identitas keislamannya.

Teori globalisasi, sebagaimana dikemukakan oleh Giddens (1999) dan Robertson (2000), menekankan bahwa dunia kini berada dalam jaringan interdependensi yang saling memengaruhi, termasuk dalam aspek keagamaan. Dalam konteks ini, organisasi Islam seperti Muhammadiyah dan NU tidak hanya bergerak dalam ruang domestik, tetapi juga memainkan peran penting di tingkat global.

Relevansi dakwah dalam konteks global tidak hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan organisasi menyesuaikan diri dengan dinamika sosial-politik internasional. Muhammadiyah, misalnya, aktif dalam isu kemanusiaan global melalui *Muhammadiyah Disaster Management Center* (MDMC) dan kerja sama dengan lembaga PBB seperti UNHCR. Sementara NU mengembangkan diplomasi keagamaan internasional melalui inisiatif *Religion of Twenty* (R20) yang menjadi bagian dari forum G20.

Kedua organisasi ini memperlihatkan bahwa dakwah Islam Indonesia memiliki *soft power* yang signifikan di panggung dunia. Dengan manajemen organisasi yang baik, mereka mampu menunjukkan wajah Islam moderat dan damai sebagai alternatif dari radikalisme global.

Teori globalisasi ini penting karena mengaitkan antara manajemen organisasi dakwah dan posisi strategis Islam Indonesia dalam tatanan dunia yang saling terhubung (*interconnected world*).

Keempat teori tersebut saling berkelindan dan memberikan fondasi konseptual bagi analisis gerakan dakwah Muhammadiyah dan NU. Manajemen organisasi Islam menjelaskan struktur dan tata kelola; teori gerakan sosial Islam menjelaskan dinamika mobilisasi dan perubahan; teori dakwah modern menekankan aspek inovatif dan transformatif; sedangkan teori globalisasi menjelaskan dimensi relevansi internasionalnya.

Dengan kerangka ini, gerakan dakwah Muhammadiyah dan NU dapat dipahami sebagai bentuk manajemen perubahan sosial berbasis nilai Islam yang menyeimbangkan antara spiritualitas, kelembagaan, dan kemanusiaan universal.

Meski demikian, ada kekurangan dalam literatur terkini dalam melihat perbandingan manajerial gerakan dakwah antara Muhammadiyah dan NU serta bagaimana program-program dakwah mereka relevan dalam konteks kebijakan nasional dan tantangan global (misalnya diplomasi Islam, moderasi beragama). Banyak penelitian masih bersifat terfokus pada satu organisasi, satu jenis strategi (misalnya media digital), atau dalam konteks lokal tertentu, tanpa menyajikan sintesis komparatif dan pemetaan manajerial organisasi.

Berdasarkan latar belakang ini, tujuan penelitian adalah: (1). Memetakan bagaimana Muhammadiyah dan NU mengelola gerakan dakwah melalui fungsi manajemen organisasi (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian). (2). Membandingkan keunggulan dan keterbatasan manajerial dakwah kedua organisasi. (3). Menganalisis relevansi program-program dakwah Muhammadiyah dan NU dalam konteks nasional dan internasional. (4). Menghasilkan rekomendasi strategis manajerial dan program untuk pengembangan gerakan dakwah di masa depan.

Hasil tulisan ini diharapkan memberikan: Pemahaman konseptual bagaimana organisasi dakwah besar dapat dikelola secara profesional dan efektif dalam konteks modern, Kontribusi terhadap literatur manajemen organisasi keagamaan serta studi komparatif ormas Islam di Indonesia, Rekomendasi praktis untuk Muhammadiyah, NU, dan ormas dakwah lainnya agar gerakan dakwah mereka lebih adaptif terhadap tantangan zaman (digitalisasi, moderasi, diplomasi Islam).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode literature review sebagai teknik utama pengumpulan dan analisis data. Literature review dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah secara sistematis berbagai karya ilmiah yang membahas tentang kepemimpinan dalam konteks pengembangan lembaga dakwah Islam.

Proses penelusuran literatur dilakukan melalui beberapa basis data akademik, antara lain *Google Scholar*, portal jurnal nasional terakreditasi SINTA, serta jurnal internasional bereputasi yang relevan dengan bidang dakwah dan manajemen organisasi yang dipublikasikan dalam kurun waktu 2015-2025.

Proses seleksi literatur dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan relevansi tematik, keterbaruan, dan kredibilitas sumber. Dokumen organisasi (laporan dakwah, visi-misi, kebijakan), Data dianalisis dengan teknik: analisis konten tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama gerakan dakwah, analisis komparatif untuk membandingkan praktik manajerial dakwah Muhammadiyah dan NU, dan interpretasi teoritik dengan menggunakan kerangka teori manajemen organisasi Islam dan

teori dakwah modern. Pendekatan ini memungkinkan penelitian menghasilkan sintesis konseptual yang sistematis serta meningkatkan transparansi dan kredibilitas akademik kajian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka Manajerial Gerakan Dakwah: Perbandingan Muhammadiyah dan NU

Berdasarkan studi literatur, gerakan dakwah dalam organisasi Islam dapat dilihat melalui empat fungsi manajemen klasik: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*leading*), dan pengendalian (*controlling*) (lihat teori manajemen klasik).

1. Perencanaan (*Planning*)

Hasil kajian menunjukkan bahwa Muhammadiyah menerapkan perencanaan dakwah yang relatif formal dan terstruktur melalui dokumen perencanaan jangka menengah dan panjang organisasi. Program dakwah, termasuk dakwah kultural, dirancang secara sistematis dalam rentang waktu tertentu dan dijalankan oleh unit khusus seperti Majelis Tabligh (Muhammad & Subarkah, 2024; Tuzzakiyah et al., 2023).

Sebaliknya, NU cenderung menerapkan perencanaan dakwah yang lebih fleksibel dan berbasis jaringan sosial-keagamaan. Strategi dakwah NU sering disesuaikan dengan konteks lokal, tradisi keagamaan, dan kebutuhan masyarakat setempat, sehingga rencana dakwah bersifat lebih adaptif dan tidak selalu terdokumentasi secara formal (Musdalifah et al., 2025).

Perbedaan ini menunjukkan bahwa perencanaan dakwah Muhammadiyah unggul dalam aspek konsistensi program dan kontrol organisasi, namun berpotensi kurang responsif terhadap dinamika lokal. Sementara itu, fleksibilitas perencanaan NU memungkinkan adaptasi kontekstual yang kuat, tetapi berisiko menimbulkan

ketidaksinambungan program antar wilayah. Secara manajerial, temuan ini mengindikasikan perlunya keseimbangan antara formalitas perencanaan dan sensitivitas terhadap konteks sosial.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Dalam aspek pengorganisasian, hasil literatur menunjukkan bahwa Muhammadiyah memiliki struktur organisasi yang hierarkis dan sistematis, mulai dari tingkat pusat hingga ranting. Struktur ini memudahkan pembagian tugas dakwah, koordinasi antar unit amal usaha, serta integrasi program dakwah dengan bidang pendidikan, kesehatan, dan sosial. Pembentukan unit khusus seperti Majelis Tabligh dan gerakan jama'ah dakwah mencerminkan pengorganisasian yang berbasis fungsi.

NU di sisi lain, mengorganisasikan dakwah melalui jaringan pesantren, lembaga otonom, serta relasi sosial kiai dan ulama. Pengorganisasian dakwah NU tidak sepenuhnya bergantung pada struktur formal, tetapi pada legitimasi moral dan jejaring sosial yang telah mengakar di masyarakat (Muharyana et al., 2024).

Perbandingan ini menunjukkan bahwa struktur formal Muhammadiyah memberikan keunggulan dalam koordinasi dan akuntabilitas organisasi, sedangkan model jaringan NU lebih efektif dalam mobilisasi massa dan penerimaan sosial. Namun, ketergantungan NU pada jaringan informal juga menghadirkan tantangan dalam standarisasi dan evaluasi program dakwah. Temuan ini memperlihatkan bahwa efektivitas pengorganisasian dakwah sangat dipengaruhi oleh karakter sosial dan budaya organisasi.

3. Pengarahan (*Leading / Leadership*)

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepemimpinan Muhammadiyah memainkan peran strategis dalam mengarahkan visi dan orientasi dakwah

melalui kebijakan organisasi dan komunikasi persyarikatan. Kepemimpinan kolektif yang terinstitusionalisasi memungkinkan konsistensi arah dakwah, termasuk dalam diplomasi Islam internasional dan isu-isu global (Muhammadiyah, 2022). Sebaliknya, pengarahannya NU sangat dipengaruhi oleh peran kiai dan ulama sebagai figur otoritatif di tingkat lokal. Otoritas moral dan karisma kepemimpinan menjadi faktor kunci dalam menggerakkan jamaah dan menjaga keberlanjutan dakwah. Di tingkat nasional, PBNU juga mulai mengembangkan pola pengarahannya dakwah yang lebih terpusat, terutama melalui pemanfaatan media digital (Alhaq et al., 2025).

Perbedaan pola kepemimpinan ini mengindikasikan bahwa Muhammadiyah cenderung mengandalkan kepemimpinan institusional, sementara NU mengandalkan kepemimpinan karismatik. Secara manajerial, kedua model memiliki keunggulan dan keterbatasan masing-masing. Kepemimpinan institusional unggul dalam stabilitas organisasi, sedangkan kepemimpinan karismatik unggul dalam legitimasi sosial dan kedekatan dengan umat.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Dari sisi pengendalian, literatur menunjukkan bahwa Muhammadiyah memiliki mekanisme evaluasi dan pengawasan program dakwah yang relatif jelas, seperti laporan kegiatan, monitoring jadwal dakwah, dan audit internal pada unit-unit tertentu (Tuzzakiyah et al., 2023).

Sistem ini memungkinkan organisasi melakukan kontrol kualitas dan akuntabilitas program secara lebih terukur. NU menerapkan pengendalian dakwah secara lebih informal melalui koordinasi antar ulama, evaluasi berbasis musyawarah, dan umpan balik jamaah. Meskipun mekanisme ini efektif dalam

menjaga harmoni sosial, lemahnya sistem pengendalian formal berpotensi menyulitkan evaluasi kinerja program dakwah secara komprehensif. Temuan ini menunjukkan bahwa pengendalian formal memberikan keunggulan dalam akuntabilitas organisasi, namun perlu diimbangi dengan pendekatan partisipatif agar tidak menimbulkan resistensi di tingkat akar rumput. Oleh karena itu, penguatan sistem monitoring dan evaluasi yang kontekstual menjadi kebutuhan penting bagi kedua organisasi.

5. Sintesis Perbandingan Manajerial

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disintesis bahwa Muhammadiyah unggul dalam aspek formalitas manajemen, perencanaan strategis, dan pengendalian institusional, sementara NU unggul dalam mobilisasi jaringan sosial, fleksibilitas kontekstual, dan legitimasi kultural. Perbedaan ini tidak menunjukkan superioritas salah satu model, melainkan mencerminkan karakter organisasi yang berbeda.

Implikasi manajerial dari temuan ini adalah bahwa model gerakan dakwah yang ideal tidak bersifat dikotomis, tetapi integratif. Penggabungan antara sistem manajemen formal Muhammadiyah dan pendekatan jaringan NU berpotensi menghasilkan gerakan dakwah yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan relevan dengan tantangan sosial kontemporer.

Relevansi Program Dakwah di Tingkat Nasional dan Internasional

1. Program Dakwah Kultural dan Moderasi Islam

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa dakwah kultural menjadi salah satu strategi utama Muhammadiyah dan NU dalam merespons tantangan keberagaman dan polarisasi keagamaan. Muhammadiyah secara institusional menetapkan dakwah kultural sebagai program prioritas periode 2022–2027 (Alfarizi, 2024), sementara NU

mengembangkan dakwah kultural melalui tradisi pesantren dan pendekatan Islam Nusantara yang berakar pada kearifan lokal (Musdalifa et al., 2025). Relevansi program ini dapat dianalisis melalui beberapa indikator konseptual, antara lain: kemampuan menjaga harmoni sosial, penerimaan masyarakat lintas kelompok, dan konsistensi narasi moderasi dalam program dakwah.

Dalam konteks nasional, literatur menunjukkan bahwa dakwah kultural dan moderasi Islam berkontribusi pada penguatan toleransi dan pencegahan ekstremisme berbasis agama. Pada tingkat internasional, narasi Islam Berkemajuan dan Islam Nusantara berfungsi sebagai instrumen soft power keislaman Indonesia. Namun demikian, kajian berbasis literatur memiliki keterbatasan dalam mengukur dampak empiris secara langsung, seperti perubahan sikap masyarakat atau penurunan tingkat intoleransi. Oleh karena itu, relevansi yang dibahas dalam penelitian ini dipahami sebagai relevansi konseptual dan programatik, bukan sebagai pengukuran kuantitatif efektivitas.

2. Dakwah Digital dan Media

Literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital telah menjadi strategi penting dalam pengembangan dakwah Muhammadiyah dan NU, khususnya dalam menjangkau generasi muda dan masyarakat urban. Studi Alhaq et al. (2025) menunjukkan bahwa kedua organisasi memanfaatkan media sosial dan platform digital tidak hanya sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai medium pemberdayaan ekonomi umat. Indikator relevansi dakwah digital dalam kajian ini meliputi jangkauan audiens yang lebih luas, kemampuan adaptasi terhadap pola komunikasi generasi digital, dan integrasi dakwah dengan isu sosial-ekonomi. Dari perspektif manajemen dakwah, penggunaan media digital mencerminkan

upaya organisasi untuk menyesuaikan strategi dakwah dengan perubahan teknologi dan budaya komunikasi. Meski demikian, literatur juga mencatat adanya tantangan seperti fragmentasi audiens, risiko disinformasi, dan keterbatasan kontrol pesan dakwah di ruang digital. Oleh karena itu, efektivitas dakwah digital perlu dipahami dalam batasan konseptual sebagai potensi strategis, bukan jaminan keberhasilan dakwah secara substansial.

3. Internasionalisasi Dakwah

Internasionalisasi dakwah menjadi salah satu dimensi relevansi global gerakan dakwah Muhammadiyah dan NU. Muhammadiyah mengembangkan jaringan Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) di berbagai negara sebagai sarana dakwah dan pelayanan keagamaan diaspora Indonesia (Meysarah & Rifai, 2022). NU juga terlibat dalam diplomasi keagamaan internasional melalui partisipasi ulama dan inisiatif dialog lintas agama di forum global.

Relevansi internasional program dakwah ini dapat dianalisis melalui indikator kehadiran organisasi di ruang global, keterlibatan dalam isu kemanusiaan dan dialog antaragama, serta pengakuan internasional terhadap Islam moderat Indonesia. Dalam kerangka ini, dakwah dipahami tidak hanya sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai bentuk diplomasi kultural. Namun, batasan kajian literatur terletak pada keterbatasan data tentang dampak langsung program internasional tersebut terhadap komunitas global. Oleh karena itu, klaim relevansi internasional dalam penelitian ini bersifat analitis dan normatif-konseptual, bukan evaluasi kebijakan luar negeri secara empiris.

4. Kaderisasi dan Pendidikan Dakwah

Kaderisasi merupakan elemen kunci keberlanjutan gerakan dakwah Muhammadiyah dan NU. Muhammadiyah mengintegrasikan kaderisasi dakwah melalui sistem pendidikan formal dan

lembaga dakwah organisasi, sedangkan NU mengembangkan kader dakwah melalui pesantren dan jaringan ulama. Literatur terbaru menunjukkan adanya upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia dakwah melalui pelatihan, literasi digital, dan penguatan kapasitas organisasi (Musdalifa et al., 2025).

Indikator keberhasilan kaderisasi dalam kajian ini meliputi kontinuitas regenerasi da'i, peningkatan kompetensi dakwah, dan kemampuan kader merespons isu-isu kontemporer. Relevansi kaderisasi menjadi semakin penting mengingat tantangan dakwah masa depan menuntut kemampuan lintas disiplin dan adaptasi teknologi. Namun demikian, kajian ini tidak mengukur secara langsung kualitas individu kader dakwah, melainkan menganalisis pola dan orientasi kaderisasi berdasarkan literatur yang tersedia.

5. Pemberdayaan Sosial-ekonomi dalam Dakwah

Literatur menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah dan NU tidak terbatas pada aktivitas ceramah, tetapi juga terintegrasi dengan program pemberdayaan sosial-ekonomi. Muhammadiyah melalui amal usaha di bidang pendidikan, kesehatan, dan filantropi menjadikan pelayanan sosial sebagai bagian dari dakwah praksis. NU juga mengembangkan lembaga ekonomi umat dan koperasi pesantren sebagai instrumen dakwah berbasis pemberdayaan.

Relevansi program pemberdayaan ini dianalisis melalui indikator akses layanan sosial, penguatan ekonomi umat, dan keberlanjutan institusi dakwah. Integrasi dakwah dan pemberdayaan sosial dipahami sebagai upaya menjawab problem struktural seperti kemiskinan dan ketimpangan sosial. Namun, karena penelitian ini berbasis literature review, analisis relevansi dibatasi pada pemetaan konsep dan praktik program, bukan

pengukuran dampak ekonomi secara kuantitatif. Dengan demikian, temuan penelitian ini bersifat konseptual dan memberikan landasan bagi penelitian empiris lanjutan.

KESIMPULAN

Artikel ini menunjukkan bahwa gerakan dakwah Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) dijalankan melalui pendekatan manajerial yang berbeda namun saling melengkapi. Muhammadiyah cenderung mengedepankan formalitas manajemen, perencanaan strategis, dan pengendalian institusional, sementara NU lebih menonjol dalam fleksibilitas kontekstual, kekuatan jaringan sosial-keagamaan, dan legitimasi kultural.

Melalui analisis berbasis kerangka manajemen klasik (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian), penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas dakwah organisasi Islam tidak dapat dipahami secara dikotomis, melainkan sebagai spektrum pendekatan manajerial yang dipengaruhi oleh karakter sosial dan budaya organisasi.

Kontribusi utama artikel ini terletak pada pengembangan kerangka analitis manajemen dakwah komparatif yang mengintegrasikan perspektif manajemen organisasi dan studi ormas Islam.

Temuan penelitian ini memperkaya kajian manajemen dakwah dengan menunjukkan bahwa relevansi program dakwah, baik pada level nasional maupun internasional bergantung pada kemampuan organisasi dalam menggabungkan struktur manajerial formal dengan pendekatan jaringan dan kearifan lokal.

Implikasi praktisnya, penguatan sistem monitoring dan evaluasi, pemanfaatan dakwah digital secara strategis, serta integrasi pemberdayaan

sosial-ekonomi merupakan elemen penting bagi keberlanjutan gerakan dakwah kontemporer.

Sebagai keterbatasan, penelitian ini berbasis pada kajian literatur sehingga belum mengukur dampak empiris program dakwah secara langsung. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan studi lapangan dan pengukuran kuantitatif guna menguji efektivitas model manajemen dakwah yang diidentifikasi dalam penelitian ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Al-Qardhawi, Y. (2019). *Fiqh al-Da'wah*. Cairo: Dar al-Syuruq.
- Ali, M. F, Maksum, M. N. R. (2024). Tantangan Dakwah Muhammadiyah di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*. 5(3). <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v5i3.1513>
- Alfarizi, A. F. A. (2024). Muhammadiyah's Cultural Da'wah in Facing the Digital Native Generation. *KOMUDA: Media Komunikasi dan Dakwah*. 14(2). <https://doi.org/10.35905/komunida.v14i2.11214>
- Alhaq, D. L, Zen, M, Fatmawati. (2025). Strategi Dakwah di Era Digital: Studi Kasus PBNU dan Muhammadiyah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat. *MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah*. 2(1). <https://doi.org/10.37216/maddina.v2i1.2138>
- Basri, W. A, Soiman. (2024). Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama (NU) Pada Masyarakat Pesisir di Kecamatan Pantai Cermin Serdang Bedagai. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*. 9(3). <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i3.233>
- Handoko, T. Hani. (2020). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Mesyarah, Rifai, A. (2022). Kegiatan Dakwah Organisasi Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah India (PCIM India). *Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*. 16(2). <https://doi.org/10.24952/hik.v16i2.5223>
- Muhammadiyah. (2022). *Keterlibatan Muhammadiyah, NU dan Akademisi Islam Indonesia dalam Upaya Membantu Rakyat Afghanistan*. <https://muhammadiyah.or.id/2022/06/keterlibatan-muhammadiyah-nu-dan-akademisi-islam-indonesia-dalam-upaya-membantu-rakyat-afghanistan/> , diakses pada 9 oktober 2025.
- Muhammad, R, Subarkah, M. A, S. (2024). Strategi Dakwah Muhammadiyah di Era Digitalisasi: Inovasi dan Tantangan. *Student Research Journal*. 2(4). <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i4.1407>
- Muharyana et al. (2024). The Existence of Nahdlatul Ulama Da'wah in the Era of Digitalization and Disruption. *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 7(1). <https://doi.org/10.38073/wasilatun.v7i01.1468>
- Musdalifa et al. (2025). Strategi Dakwah NU Berbasis Kultural dan Muhammadiyah Bebas Purifikasi; Studi Komparatif. *Kartika: Jurnal Studi Keislaman*. 5(2). <https://doi.org/10.59240/kjsk.v5i2.171>

- Musyarrofah et al. (2023). Religious Moderation in the Discourse of Nahdlatul Ulama's Dakwah in the Era of Industry 4.0. *Millah: Journal or Religious Studies*. 22(2). <https://doi.org/10.20885/millah.v0122.iss2.art5>
- Qodir, Z. (2019). Islam Berkemajuan dan Strategi Dakwah Pencerahan Umat. *Jurnal Sosiologi Reflektif*. 13(2). <https://doi.org/10.14421/jsr.v13i12.1630>
- Tuzzakiah et al. (20223). Manajemen Dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Mushawwir Jurnal Manajemen Dakwah dan Filantropi Islam*. 1(1). <https://doi.org/10.21093/mushawwir.v1i1.6052>