



Manajemen Dakwah Berbasis Nilai dan Efektivitas: Relevansi Pemikiran Peter Drucker bagi Lembaga Dakwah Muslim

Rahmad Tri Hadi¹

¹UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
Correspondence Email : 40324008@mhs.uinbukittinggi.ac.id

ABSTRACT

This article examines the relevance of value-based management and effectiveness in Muslim da'wah institutions through an analysis of Peter Drucker's management thought. The study aims to answer how Drucker's concepts of mission orientation, effectiveness, and moral leadership can be integrated into the management of Islamic da'wah organizations without neglecting Islamic normative principles. This research employs a qualitative approach using library research, with primary data derived from Peter Drucker's key works on management and nonprofit organizations, and secondary data obtained from journal articles and books on da'wah management and contemporary Islamic studies. Data were analyzed through content analysis, comparative interpretation, and conceptual synthesis. The results show that Drucker's emphasis on mission clarity, management by objectives, and value-based leadership is conceptually aligned with the character of da'wah institutions as mission-driven and value-oriented organizations. This study proposes a conceptual model of value-based da'wah management that integrates Islamic values, organizational mission, strategic management, and effectiveness measured through social and spiritual impact. The conclusion affirms that Peter Drucker's management framework, when adapted critically and contextually, can strengthen the professionalism, accountability, and social impact of Muslim da'wah institutions while maintaining their spiritual and moral foundations.

Kwyword : *Da'wah Management, Organizational Effectiveness, Peter Drucker, Value-Based Management.*

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji relevansi manajemen berbasis nilai dan efektivitas dalam pengelolaan lembaga dakwah Muslim melalui analisis pemikiran manajemen Peter Drucker. Penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana konsep orientasi misi, efektivitas, dan kepemimpinan moral dalam pemikiran Drucker dapat diintegrasikan ke dalam manajemen dakwah Islam tanpa mengabaikan prinsip-prinsip normatif keislaman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Data primer bersumber dari karya-karya utama Peter Drucker, sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel jurnal dan buku yang membahas manajemen dakwah dan kajian Islam kontemporer. Analisis data dilakukan melalui analisis isi, analisis komparatif, dan sintesis konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemikiran Drucker tentang kejelasan misi, management by objectives, dan kepemimpinan berbasis nilai memiliki keselarasan yang kuat dengan karakter lembaga dakwah sebagai organisasi berbasis misi dan nilai Islam. Penelitian ini menghasilkan model konseptual manajemen dakwah berbasis nilai yang menempatkan nilai Islam sebagai fondasi pembentukan misi, strategi, dan efektivitas dakwah yang diukur melalui dampak sosial dan spiritual. Simpulan penelitian menegaskan bahwa pemikiran

Peter Drucker dapat diadaptasi secara kritis untuk memperkuat profesionalisme dan efektivitas lembaga dakwah Muslim.

Kata Kunci : *Manajemen Dakwah, Efektivitas Dakwah, Peter Drucker, Manajemen Berbasis Nilai.*

PENDAHULUAN

Lembaga dakwah Muslim di era modern dihadapkan pada berbagai tantangan yang semakin kompleks. Perkembangan masyarakat yang dinamis, kemajuan teknologi informasi, serta meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas publik menuntut lembaga dakwah untuk dikelola secara lebih profesional dan sistematis. Efektivitas program dakwah tidak lagi dapat diukur semata dari intensitas aktivitas keagamaan, tetapi dari sejauh mana dakwah mampu memberikan dampak nyata terhadap perubahan sosial, peningkatan kualitas keimanan, serta kesejahteraan umat. Dalam konteks tersebut, kompleksitas organisasi, pengelolaan sumber daya manusia, perencanaan strategis, serta evaluasi kinerja menjadi isu krusial yang harus dihadapi oleh lembaga dakwah Muslim agar tetap relevan dan berdaya guna di tengah perubahan sosial yang cepat.

Sejalan dengan tantangan tersebut, berbagai kajian manajemen dakwah menegaskan bahwa dakwah tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas penyampaian pesan normatif, melainkan sebagai proses terorganisasi yang menuntut perencanaan, pengelolaan sumber daya, dan evaluasi berkelanjutan. Mahmud (2020) menegaskan bahwa hakikat manajemen dakwah mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan agar dakwah dapat berjalan secara sistematis dan berorientasi tujuan. Hal ini juga diperkuat oleh Prastiwi et al. (2024) serta Fadilah (2025) yang menunjukkan bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh konsistensi penerapan fungsi-fungsi manajemen, khususnya dalam menjaga

kesinambungan program dan peningkatan kualitas kegiatan dakwah.

Selain pendekatan fungsional, literatur juga menunjukkan pentingnya dimensi nilai dalam praktik manajemen dakwah. Kajian historis dan normatif yang dilakukan oleh Cucu (2016) tentang manajemen dakwah Rasulullah di Mekah mengungkap bahwa dakwah Nabi telah menerapkan prinsip-prinsip strategis yang berlandaskan nilai moral, kesabaran, dan keteladanan, sekaligus memperhatikan efektivitas pendekatan sesuai dengan konteks sosial masyarakat. Tajudin (2016) menambahkan bahwa manajemen dakwah organisasi Islam berperan strategis dalam merespons konflik keberagamaan dan tantangan intoleransi, sehingga dakwah tidak hanya efektif secara struktural, tetapi juga bernilai dalam membangun harmoni sosial.

Pada tataran empiris, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh pengelolaan organisasi yang terstruktur dan konsisten. Studi Ulfah (2015) pada LDII, Ahmad (2016) pada majelis dzikir, serta Zaini (2016) pada organisasi remaja masjid mengungkap bahwa kejelasan struktur organisasi, pembagian peran, dan kesinambungan program menjadi faktor utama efektivitas dakwah. Temuan serupa juga diperlihatkan dalam penelitian Nugraheni et al. (2025) dan Abdurrahman et al. (2025) yang menekankan pentingnya manajemen partisipatif dan kontekstual agar dakwah mampu menjawab kebutuhan sosial masyarakat secara lebih efektif.

Dalam perkembangan mutakhir, perhatian literatur manajemen dakwah mulai bergeser pada isu efektivitas pesan

dan penerimaan *mad'u*. Zahara et al. (2025) menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di pesantren sangat dipengaruhi oleh pengelolaan pesan dan strategi komunikasi yang terencana. Hal ini sejalan dengan Widoyo (2025) yang menegaskan pentingnya metode hikmah dalam dakwah era digital, di mana efektivitas tidak hanya diukur dari kuantitas aktivitas, tetapi dari kualitas pendekatan dan dampak nilai yang dihasilkan. Kajian Caniago dan Kustiawan (2025) di wilayah minoritas Muslim juga menegaskan bahwa keberhasilan dakwah sangat ditentukan oleh pengelolaan yang adaptif, inklusif, dan berorientasi nilai.

Meskipun demikian, sebagian besar literatur manajemen dakwah masih menitikberatkan pada aspek teknis, struktural, dan fungsional, sementara dimensi nilai dan efektivitas sebagai kerangka filosofis manajemen belum dikaji secara mendalam. Padahal, lembaga dakwah pada hakikatnya adalah organisasi berbasis misi dan nilai keislaman, sehingga orientasi manajemennya tidak semata-mata pada pencapaian target kuantitatif, melainkan juga pada penjagaan nilai moral, spiritual, dan sosial. Dalam konteks inilah, pendekatan manajemen berbasis nilai (*value-based management*) menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa praktik pengelolaan lembaga dakwah tetap selaras dengan tujuan dakwah itu sendiri, yaitu *amar ma'ruf nahi munkar* dan pembinaan umat secara berkelanjutan.

Pemikiran Peter Drucker sebagai salah satu tokoh utama manajemen modern menawarkan kerangka konseptual yang potensial untuk menjawab kebutuhan tersebut. Drucker menekankan pentingnya *management by objectives*, kejelasan misi, nilai, dan *purpose* organisasi, serta orientasi pada efektivitas sebagai ukuran utama keberhasilan manajemen. Ia juga memberikan perhatian besar pada pengelolaan organisasi nirlaba (*nonprofit*

organizations), yang memiliki karakteristik serupa dengan lembaga dakwah, yakni berorientasi pada misi sosial dan perubahan nilai, bukan pada keuntungan material. Beberapa kajian kontemporer, seperti Ufik Fitria et al. (2025), mulai mengadopsi pemikiran Drucker dalam konteks organisasi keagamaan dengan menekankan efektivitas, kepemimpinan berbasis nilai, dan orientasi pada dampak sosial. Perspektif ini sejalan dengan analisis Turriago-Hoyos et al. (2016) yang menegaskan bahwa teori manajemen Peter Drucker menempatkan nilai-nilai kebajikan, makna kerja, dan tanggung jawab sosial sebagai fondasi utama efektivitas organisasi.

Namun demikian, integrasi pemikiran Peter Drucker ke dalam manajemen dakwah Islam masih relatif terbatas dan belum dikaji secara sistematis. Literatur yang ada belum secara komprehensif menjelaskan bagaimana konsep efektivitas, nilai, dan orientasi misi dalam pemikiran Drucker dapat diinternalisasikan dalam pengelolaan lembaga dakwah Muslim tanpa mengabaikan prinsip-prinsip normatif Islam. Oleh karena itu, artikel ini menempati posisi penting untuk mengisi celah penelitian dengan menawarkan analisis konseptual tentang manajemen dakwah berbasis nilai dan efektivitas melalui dialog kritis antara pemikiran Peter Drucker dan karakter lembaga dakwah Muslim. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan manajemen dakwah sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi penguatan tata kelola dakwah yang profesional, bernilai, dan berdampak sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami secara mendalam konsep manajemen dakwah berbasis nilai dan efektivitas melalui analisis pemikiran

Peter Drucker. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berorientasi pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada penafsiran makna, konsep, dan relevansi teoritis yang terkandung dalam teks dan gagasan manajemen. Secara khusus, penelitian ini menerapkan metode studi kepustakaan (library research), yaitu penelitian yang berfokus pada penelaahan sistematis terhadap sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik kajian, tanpa melibatkan pengumpulan data lapangan secara langsung.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari karya-karya utama Peter Drucker yang membahas manajemen berbasis nilai, efektivitas organisasi, kepemimpinan, serta pengelolaan organisasi nirlaba. Karya-karya tersebut diperlakukan sebagai sumber utama untuk menggali konsep dan prinsip manajemen yang menjadi dasar analisis. Sementara itu, data sekunder bersumber dari artikel jurnal ilmiah, buku-buku manajemen dakwah, serta literatur Islam kontemporer yang relevan dengan tema pengelolaan lembaga dakwah dan efektivitas dakwah. Literatur sekunder ini digunakan untuk memperkaya perspektif, memberikan konteks keislaman, serta memperkuat analisis komparatif antara pemikiran manajemen modern dan praktik dakwah Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur secara sistematis. Dokumentasi dilakukan dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, dan mengkaji teks-teks yang relevan dari karya Peter Drucker serta sumber-sumber pendukung lainnya. Selain itu, penelusuran artikel jurnal dilakukan pada publikasi ilmiah bereputasi, khususnya jurnal nasional dan internasional yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir, guna memastikan kebaruan dan relevansi kajian. Proses ini bertujuan untuk memetakan

perkembangan wacana manajemen dakwah serta menemukan celah penelitian yang menjadi fokus artikel ini.

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. *Pertama*, analisis isi (content analysis) digunakan untuk mengidentifikasi tema, konsep kunci, dan prinsip manajemen berbasis nilai serta efektivitas dalam karya-karya Peter Drucker dan literatur terkait. *Kedua*, analisis komparatif dan interpretatif dilakukan dengan membandingkan konsep manajemen menurut Peter Drucker dengan prinsip dan praktik manajemen dakwah dalam perspektif Islam. *Ketiga*, sintesis konseptual dilakukan untuk merumuskan kerangka pemikiran integratif yang menghubungkan nilai-nilai Islam dengan prinsip manajemen modern Drucker, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang manajemen dakwah berbasis nilai dan implikasinya terhadap efektivitas dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konseptual Manajemen Berbasis Nilai menurut Peter Drucker

Hasil analisis terhadap karya-karya Peter Drucker menunjukkan bahwa manajemen berbasis nilai menempati posisi sentral dalam keseluruhan kerangka pemikirannya, terutama dalam pengelolaan organisasi yang berorientasi misi. Drucker menegaskan bahwa misi organisasi merupakan fondasi utama yang menentukan arah, prioritas, dan legitimasi seluruh aktivitas manajerial. Dalam *The Practice of Management*, Drucker menekankan bahwa organisasi tidak dapat dikelola secara efektif tanpa menjawab pertanyaan fundamental tentang apa misi dan tujuan keberadaannya (Drucker, 1954). Organisasi, khususnya organisasi nirlaba, dinilai tidak dapat berfungsi secara optimal tanpa kejelasan misi yang dipahami dan diinternalisasikan oleh seluruh anggota (Drucker, 1990). Dalam perspektif ini, misi bukan sekadar

pernyataan formal, melainkan ekspresi nilai inti (core values) dan tujuan sosial yang menjadi alasan utama keberadaan organisasi. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh sejauh mana seluruh kebijakan, program, dan keputusan manajerial selaras dengan misi yang telah ditetapkan (Drucker, 2001).

Selain penekanan pada misi, Drucker menempatkan efektivitas sebagai ukuran utama keberhasilan manajemen, yang diukur berdasarkan pencapaian tujuan (management by objectives). Efektivitas, menurut Drucker, tidak identik dengan efisiensi teknis semata, melainkan dengan kemampuan organisasi untuk “melakukan hal yang benar” (doing the right things), bukan sekadar “melakukan sesuatu dengan benar” (Drucker, 1954). Dalam *The Effective Executive*, Drucker secara tegas menyatakan bahwa efektivitas merupakan disiplin yang dapat dipelajari dan harus menjadi fokus utama setiap pemimpin organisasi (Drucker, 2006). Hasil analisis menunjukkan bahwa Drucker mendorong organisasi untuk merumuskan tujuan yang jelas, terukur, dan bermakna, serta mengevaluasi kinerja berdasarkan kontribusinya terhadap misi organisasi (Drucker, 1985). Pendekatan ini menuntut indikator keberhasilan yang tidak hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga kualitatif, terutama dalam organisasi berbasis nilai dan misi sosial, sehingga efektivitas diukur melalui kesesuaian antara tujuan, proses, dan dampak sosial yang dihasilkan.

Kepemimpinan dalam perspektif Peter Drucker memiliki dimensi moral dan tanggung jawab sosial yang kuat. Drucker memandang pemimpin sebagai penjaga nilai dan misi organisasi, bukan sekadar pengambil keputusan administratif. Dalam *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, ia menegaskan bahwa legitimasi kepemimpinan terletak pada integritas moral dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (Drucker, 1974). Kepemimpinan yang efektif

ditandai oleh keteladanan, komitmen terhadap nilai, dan kemampuan mengarahkan organisasi untuk memberikan kontribusi sosial yang bermakna. Perspektif ini diperkuat oleh Turriago-Hoyos et al. (2016) yang menunjukkan bahwa teori manajemen Drucker menempatkan nilai-nilai kebijakan (virtues), makna kerja, dan tanggung jawab sosial sebagai fondasi utama efektivitas organisasi berbasis pengetahuan. Dengan demikian, manajemen berbasis nilai dalam pemikiran Drucker menuntut pemimpin untuk mempertimbangkan dampak moral dan sosial dari setiap kebijakan dan tindakan organisasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep manajemen berbasis nilai menurut Peter Drucker dibangun di atas tiga pilar utama, yaitu kejelasan misi organisasi, pengukuran efektivitas berbasis tujuan, serta kepemimpinan moral yang berorientasi pada tanggung jawab sosial (Drucker, 1954, 1990, 2006). Ketiga pilar tersebut membentuk kerangka konseptual yang koheren dan relevan untuk dianalisis lebih lanjut dalam konteks lembaga dakwah Muslim sebagai organisasi berbasis misi dan nilai keislaman, sekaligus menjadi landasan teoritis bagi pengembangan manajemen dakwah yang efektif dan bernilai.

Prinsip-prinsip Manajemen Dakwah yang Sejalan dengan Pemikiran Peter Drucker

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip manajemen dakwah memiliki keselarasan yang kuat dengan pemikiran Peter Drucker, terutama dalam memandang dakwah sebagai misi utama organisasi. Dalam perspektif Drucker, organisasi yang efektif selalu berangkat dari kejelasan misi yang menjadi dasar perumusan tujuan, strategi, dan pengambilan keputusan (Drucker, 1954, 1990). Hal ini sejalan dengan konsep dakwah dalam Islam yang menempatkan

dakwah bukan sekadar aktivitas programatik, melainkan sebagai misi ideologis dan spiritual yang menjadi *raison d'être* lembaga dakwah. Dakwah sebagai misi organisasi menuntut seluruh aktivitas kelembagaan, baik perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi yang berorientasi pada tujuan *amar ma'ruf nahi munkar* dan pembinaan umat secara berkelanjutan. Sehingga, lembaga dakwah dapat dipahami sebagai organisasi berbasis misi (mission-driven organization), sebagaimana organisasi nirlaba yang dibahas oleh Drucker (1990).

Selanjutnya, perencanaan strategis merupakan prinsip penting yang mempertemukan manajemen dakwah dan pemikiran Drucker. Drucker menekankan bahwa efektivitas organisasi tidak dapat dicapai tanpa perencanaan strategis yang jelas, berbasis tujuan, dan responsif terhadap perubahan lingkungan (Drucker, 1999). Dalam konteks dakwah, perencanaan strategis tidak hanya mencakup penetapan program dan target kegiatan, tetapi juga analisis kebutuhan *mad'u*, konteks sosial, serta tantangan kultural yang dihadapi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Mahmud (2020) yang menegaskan bahwa manajemen dakwah harus dilaksanakan secara sistematis melalui perencanaan yang matang agar pesan dakwah dapat disampaikan secara tepat sasaran dan berdampak. Dengan pendekatan ini, dakwah tidak berjalan secara reaktif dan insidental, melainkan sebagai proses terencana yang berorientasi pada perubahan nilai dan perilaku sosial.

Selain misi dan perencanaan strategis, pengembangan sumber daya manusia (SDM) *da'i* dan pengelola dakwah menjadi prinsip lain yang menunjukkan kesesuaian antara manajemen dakwah dan pemikiran Drucker (Saparudin et al., 2025). Drucker memandang manusia sebagai aset utama organisasi, khususnya dalam organisasi berbasis pengetahuan dan nilai, sehingga pengembangan kapasitas, kompetensi, dan karakter

menjadi kunci efektivitas organisasi (Drucker, 2006). Dalam konteks dakwah, SDM tidak hanya dituntut memiliki kompetensi teknis dan komunikatif, tetapi juga integritas moral, keteladanan, serta pemahaman nilai-nilai Islam yang mendalam. Temuan ini sejalan dengan penelitian Prastiwi et al. (2024) dan Fadilah (2025) yang menunjukkan bahwa keberhasilan dan keberlanjutan program dakwah sangat dipengaruhi oleh kualitas SDM, baik dari aspek profesionalisme maupun komitmen nilai. Dengan demikian, pengembangan SDM dakwah merupakan investasi strategis yang menentukan efektivitas dan kredibilitas lembaga dakwah di tengah masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip manajemen dakwah yang meliputi pemahaman dakwah sebagai misi organisasi, perencanaan strategis dakwah, serta pengembangan SDM *da'i* dan pengelola dakwah memiliki titik temu yang kuat dengan pemikiran Peter Drucker tentang manajemen berbasis nilai dan efektivitas. Keselarasan ini menegaskan bahwa pemikiran Drucker dapat dijadikan kerangka konseptual yang relevan untuk memperkuat tata kelola lembaga dakwah Muslim tanpa mengabaikan nilai-nilai normatif Islam, sekaligus menjadi landasan bagi peningkatan efektivitas dakwah dalam menjawab tantangan sosial kontemporer.

Model Konseptual Manajemen Dakwah Berbasis Nilai

Hasil penelitian ini merumuskan sebuah model konseptual manajemen dakwah berbasis nilai yang dibangun melalui integrasi antara nilai-nilai Islam dan prinsip-prinsip manajemen modern. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen dakwah yang efektif tidak dapat dilepaskan dari fondasi nilai normatif Islam, seperti amanah, keikhlasan, ihsan, dan maslahah, yang menjadi orientasi etis dan spiritual seluruh aktivitas dakwah. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai

landasan filosofis yang mengarahkan visi, misi, dan budaya organisasi dakwah. Dalam perspektif manajemen modern, nilai organisasi (*organizational values*) dipandang sebagai faktor kunci yang membentuk perilaku organisasi dan legitimasi sosialnya (Schein & Schein, 2017). Sehingga, integrasi nilai Islam dan prinsip manajemen modern tidak bersifat dikotomik, melainkan saling melengkapi dalam membangun tata kelola dakwah yang profesional sekaligus bermakna secara spiritual.

Model konseptual yang dihasilkan dalam penelitian ini menempatkan nilai sebagai titik awal yang melahirkan misi dakwah. Nilai-nilai Islam yang diinternalisasikan dalam organisasi dakwah diterjemahkan ke dalam misi yang jelas dan berorientasi pada perubahan sosial dan pembinaan umat. Misi tersebut kemudian menjadi dasar perumusan strategi dakwah, baik dalam bentuk perencanaan program, pengelolaan sumber daya, maupun pendekatan komunikasi dakwah. Pola ini sejalan dengan pandangan George & Bryson (2018) yang menegaskan bahwa dalam organisasi publik dan nirlaba, kejelasan nilai dan misi merupakan prasyarat utama bagi perencanaan strategis yang efektif. Dalam konteks dakwah, strategi tidak hanya dimaknai sebagai alat pencapaian target, tetapi sebagai sarana kontekstualisasi nilai agar dapat diterima dan diinternalisasi oleh *mad'u*.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas dakwah dalam model ini dipahami sebagai hasil dari konsistensi antara nilai, misi, dan strategi. Efektivitas dakwah tidak semata-mata diukur melalui kuantitas kegiatan atau jumlah peserta, tetapi melalui dampak nilai yang dihasilkan, seperti perubahan sikap, peningkatan kesadaran keagamaan, dan penguatan kohesi sosial (Ebrahim & Rangan, 2014). Pemahaman ini sejalan dengan pendekatan *outcome-based management* dalam organisasi

nirlaba yang menekankan pentingnya dampak sosial sebagai indikator keberhasilan organisasi (Benjamin, 2012). Sehingga, efektivitas dakwah dalam model konseptual ini bersifat multidimensional, mencakup dimensi spiritual, sosial, dan kelembagaan.

Integrasi nilai Islam dan manajemen modern dalam model konseptual ini juga menegaskan pentingnya kepemimpinan berbasis nilai sebagai penggerak utama hubungan antara nilai, misi, dan strategi. Pemimpin dakwah berperan sebagai penjaga nilai (*values steward*) yang memastikan bahwa setiap strategi dan kebijakan organisasi tetap selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini sejalan dengan konsep *value-based leadership* yang menekankan bahwa efektivitas organisasi sangat ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam menginternalisasikan nilai ke dalam praktik manajerial sehari-hari (Copeland, 2014). Dalam konteks dakwah, kepemimpinan berbasis nilai menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan antara profesionalisme manajemen dan integritas moral.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menghasilkan model konseptual manajemen dakwah berbasis nilai yang menggambarkan hubungan integratif antara nilai, misi, strategi, dan efektivitas dakwah. Model ini menegaskan bahwa nilai Islam bukan sekadar latar normatif, tetapi merupakan sumber utama pembentukan misi dan strategi dakwah yang pada akhirnya menentukan efektivitas dakwah. Dengan kerangka ini, manajemen dakwah diposisikan sebagai praktik strategis yang berorientasi nilai dan dampak sosial, sekaligus memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan teori manajemen dakwah yang lebih integratif dan kontekstual.

Analisis Kritis Relevansi Pemikiran Peter Drucker

Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran Peter

Drucker memiliki tingkat relevansi yang tinggi dalam konteks manajemen dakwah, khususnya dalam aspek orientasi misi, efektivitas organisasi, dan kepemimpinan berbasis nilai. Konsep Drucker mengenai organisasi sebagai entitas yang digerakkan oleh misi (*mission-driven organization*) sejalan dengan karakter dasar lembaga dakwah yang menjadikan penyebaran nilai-nilai Islam sebagai tujuan utama. Drucker menegaskan bahwa organisasi nirlaba tidak diukur dari keuntungan finansial, melainkan dari dampak sosial dan moral yang dihasilkannya (Drucker, 1990). Dalam konteks dakwah, dampak tersebut terwujud dalam perubahan perilaku keagamaan, penguatan akhlak, dan peningkatan kesadaran sosial umat. Oleh karena itu, penerapan pemikiran Drucker dapat membantu lembaga dakwah memperkuat fokus strategis dan menghindari fragmentasi program yang tidak selaras dengan misi.

Meskipun demikian, hasil analisis juga menunjukkan adanya batasan dalam penerapan konsep Drucker secara langsung dan utuh dalam konteks dakwah Islam. Pemikiran Drucker lahir dari tradisi manajemen Barat yang berakar pada rasionalitas modern dan nilai-nilai humanistik sekuler. Sementara itu, dakwah Islam memiliki dimensi *transendental* yang menempatkan orientasi *ukhrawi* dan nilai ibadah sebagai tujuan utama. Konsep efektivitas ala Drucker yang menekankan pencapaian tujuan organisasi perlu dikritisi dan disesuaikan agar tidak mereduksi dakwah menjadi sekadar aktivitas manajerial yang terukur secara teknokratis. Dalam hal ini, efektivitas dakwah tidak selalu dapat diukur secara langsung dan kuantitatif, karena sebagian dampaknya bersifat jangka panjang dan spiritual (Mahmud, 2020). Oleh sebab itu, pemikiran Drucker perlu diposisikan sebagai kerangka manajerial instrumental, bukan sebagai paradigma nilai yang menggantikan prinsip-prinsip teologis Islam.

Adaptasi pemikiran Drucker ke dalam manajemen dakwah menuntut proses integrasi dengan prinsip-prinsip syariah agar tidak terjadi ketegangan nilai. Prinsip manajemen modern seperti perencanaan strategis, pengukuran kinerja, dan pengembangan sumber daya manusia dapat diadopsi sepanjang diarahkan oleh nilai-nilai Islam seperti amanah, keadilan, kemaslahatan, dan keikhlasan. Beekun dan Badawi (2005) menegaskan bahwa manajemen Islam bukanlah penolakan terhadap manajemen modern, melainkan proses penyelarasan metode manajerial dengan kerangka etika dan tujuan syariah. Dalam konteks ini, konsep *management by objectives* Drucker dapat diadaptasi menjadi manajemen berbasis tujuan dakwah yang tidak hanya berorientasi pada hasil duniawi, tetapi juga pada nilai ibadah dan tanggung jawab moral di hadapan Allah.

Kepemimpinan dalam lembaga dakwah memerlukan pendekatan yang melampaui konsep kepemimpinan profesional ala Drucker. Meskipun Drucker menekankan pentingnya integritas dan tanggung jawab sosial pemimpin, kepemimpinan dakwah menuntut dimensi keteladanan spiritual (*uswah hasanah*) yang lebih kuat. Pemimpin dakwah tidak hanya berperan sebagai pengarah strategi, tetapi juga sebagai figur moral dan religius yang menjadi rujukan nilai bagi jamaah dan masyarakat (Yip et al., 2010; Yukl, 2013). Oleh karena itu, adaptasi pemikiran Drucker dalam dakwah perlu diperkaya dengan konsep kepemimpinan profetik yang menekankan keseimbangan antara kompetensi manajerial dan kedalaman spiritual.

Dalam pandangan penulis, secara kritis, hal ini menunjukkan bahwa relevansi pemikiran Peter Drucker dalam manajemen dakwah bersifat kontekstual dan selektif. Pemikiran Drucker sangat berguna sebagai kerangka sistematis untuk meningkatkan efektivitas, akuntabilitas, dan profesionalisme

lembaga dakwah. Namun, penerapannya harus melalui proses reinterpretasi nilai agar tetap selaras dengan prinsip syariah dan tujuan dakwah Islam. Dengan pendekatan adaptif ini, pemikiran Drucker tidak hanya menjadi alat manajerial, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan model manajemen dakwah yang modern, bernilai, dan berakar pada tradisi Islam.

Implikasi Manajerial bagi Lembaga Dakwah Muslim

Hasil penelitian ini memiliki implikasi manajerial yang signifikan bagi pengelolaan lembaga dakwah Muslim, khususnya dalam penguatan visi dan misi dakwah sebagai fondasi organisasi. Pemikiran Peter Drucker menegaskan bahwa kejelasan misi merupakan prasyarat utama bagi efektivitas organisasi nirlaba (Drucker, 1990). Dalam konteks lembaga dakwah, visi dan misi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman strategis, tetapi juga sebagai manifestasi nilai-nilai teologis Islam yang mengarahkan seluruh aktivitas dakwah. Penguatan visi dan misi dakwah menuntut proses perumusan yang partisipatif, reflektif, dan kontekstual, sehingga mampu menjawab kebutuhan umat tanpa kehilangan orientasi normatifnya. Lembaga yang memiliki visi-misi yang jelas dan terinternalisasi cenderung lebih konsisten dalam program dan memiliki legitimasi sosial yang lebih kuat (Azra, 2017).

Implikasi berikutnya berkaitan dengan peningkatan efektivitas program dakwah melalui pendekatan manajemen yang sistematis dan terukur. Prinsip *management by objectives* yang dikemukakan Drucker dapat diadaptasi dalam perencanaan dan evaluasi program dakwah dengan menetapkan tujuan yang realistis, relevan, dan berdampak sosial. Efektivitas dakwah tidak lagi dipahami sebatas banyaknya kegiatan atau peserta, melainkan sejauh mana program tersebut mampu menghasilkan perubahan sikap,

pemahaman, dan praktik keagamaan masyarakat (Prastiwi et al., 2024). Studi-studi kontemporer dalam organisasi keagamaan menunjukkan bahwa penggunaan indikator kinerja yang seimbang antara aspek kuantitatif dan kualitatif dapat meningkatkan akuntabilitas lembaga dakwah tanpa menghilangkan substansi nilai dakwah itu sendiri (George & Bryson, 2018). Sehingga, pendekatan manajemen modern berfungsi sebagai alat untuk memastikan bahwa dakwah dijalankan secara efektif, berkelanjutan, dan responsif terhadap dinamika sosial.

Implikasi manajerial yang tidak kalah penting adalah upaya mendorong profesionalisme pengelola dakwah tanpa kehilangan ruh spiritual. Drucker menekankan pentingnya kompetensi, disiplin kerja, dan tanggung jawab dalam organisasi nirlaba, namun tetap menempatkan nilai moral sebagai inti kepemimpinan (Drucker, 2006). Dalam lembaga dakwah, profesionalisme harus dimaknai sebagai bentuk amanah dan ihsan dalam bekerja, bukan sebagai sekularisasi dakwah. Pengelola dan *da'i* dituntut untuk memiliki kemampuan manajerial, komunikasi, dan kepemimpinan yang memadai, sekaligus menjaga keikhlasan dan orientasi ibadah. Integrasi antara profesionalisme dan spiritualitas justru memperkuat kredibilitas dakwah di tengah masyarakat modern (Beekun & Badawi, 2005; Yip et al., 2010). Oleh karena itu, pengembangan sumber daya manusia dakwah perlu diarahkan pada pembinaan kompetensi teknis dan penguatan karakter spiritual secara simultan.

Secara keseluruhan, implikasi manajerial dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran Peter Drucker dapat memberikan kontribusi nyata bagi penguatan tata kelola lembaga dakwah Muslim apabila diadaptasi secara kritis dan kontekstual. Penguatan visi dan misi dakwah, peningkatan efektivitas program, serta pengembangan

profesionalisme yang berlandaskan nilai spiritual merupakan tiga pilar utama yang dapat mendorong lembaga dakwah menjadi lebih efektif, akuntabel, dan relevan dengan tantangan zaman. Dengan pendekatan ini, manajemen dakwah tidak hanya berorientasi pada kinerja organisasi, tetapi juga pada pencapaian tujuan dakwah sebagai misi keislaman yang holistik.

Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Manajemen Dakwah

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan ilmu manajemen dakwah dengan menegaskan posisinya sebagai disiplin interdisipliner yang berada pada persimpangan antara studi dakwah, ilmu manajemen, sosiologi organisasi, dan etika keislaman. Selama ini, kajian manajemen dakwah cenderung berkembang secara normatif-teologis atau teknis-operasional, tanpa kerangka konseptual yang kuat untuk menjembatani dimensi nilai dan efektivitas organisasi. Dengan mengintegrasikan pemikiran Peter Drucker ke dalam konteks dakwah, penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen dakwah dapat dikaji secara ilmiah sebagai disiplin yang memanfaatkan teori manajemen modern sekaligus berakar pada nilai-nilai Islam. Pendekatan interdisipliner ini sejalan dengan pandangan George & Bryson (2018) dan Mintzberg (2009) yang menegaskan bahwa organisasi berbasis misi sosial membutuhkan sintesis antara teori manajemen, kepemimpinan nilai, dan konteks kultural agar mampu berfungsi secara efektif dan berkelanjutan.

Kontribusi berikutnya terletak pada pengembangan model alternatif pengelolaan dakwah berbasis nilai yang tidak reduktif terhadap aspek teknis semata. Model konseptual yang ditawarkan dalam penelitian ini menempatkan nilai Islam sebagai fondasi normatif yang mengarahkan perumusan

misi, strategi, dan indikator efektivitas dakwah. Dalam kerangka ini, efektivitas dakwah tidak hanya diukur dari pencapaian target program, tetapi juga dari kesesuaian proses dan dampaknya dengan nilai-nilai keislaman seperti keadilan, kemaslahatan, dan tanggung jawab sosial. Pendekatan ini memperluas horizon manajemen dakwah dari sekadar *how to manage* menuju *why and for what purpose to manage*. Hal ini sejalan dengan kajian nilai dalam organisasi nirlaba yang menekankan bahwa keberhasilan organisasi berbasis misi sangat ditentukan oleh integrasi antara nilai, makna kerja, dan kontribusi sosial (Drucker, 1990; Turriago-Hoyos et al., 2016).

Selain itu, penelitian ini memperkaya diskursus keilmuan dengan menghadirkan dialog kritis antara pemikiran manajemen Barat dan tradisi keilmuan Islam secara kontekstual dan reflektif. Alih-alih mengadopsi teori manajemen modern secara normatif, penelitian ini menunjukkan pentingnya proses adaptasi dan islamisasi konseptual, di mana prinsip-prinsip manajemen Drucker seperti efektivitas, kepemimpinan moral, dan orientasi misi dipertemukan dengan nilai syariah dan tujuan dakwah. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan Al-Attas (1995) dan Beekun & Badawi (2005) yang menekankan bahwa integrasi ilmu Barat dan Islam harus bersifat kritis, selektif, dan berorientasi pada nilai. Sehingga, manajemen dakwah dapat berkembang sebagai disiplin yang tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga bermakna secara normatif dan praktis.

Secara keseluruhan, kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan ilmu manajemen dakwah terletak pada tiga aspek utama, yaitu penguatan landasan interdisipliner, pengembangan model pengelolaan dakwah berbasis nilai, serta perluasan dialog epistemologis antara manajemen modern dan nilai-nilai Islam. Kontribusi ini diharapkan dapat

menjadi pijakan bagi penelitian lanjutan yang lebih empiris, serta mendorong lahirnya kerangka teori manajemen dakwah yang lebih sistematis, kontekstual, dan responsif terhadap tantangan masyarakat Muslim kontemporer.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen dakwah berbasis nilai merupakan pendekatan yang relevan dan strategis untuk meningkatkan efektivitas lembaga dakwah Muslim di tengah kompleksitas tantangan sosial kontemporer. Analisis terhadap pemikiran Peter Drucker menunjukkan bahwa kejelasan misi, orientasi pada efektivitas berbasis tujuan, serta kepemimpinan yang berlandaskan nilai dan tanggung jawab sosial merupakan pilar utama manajemen organisasi berbasis misi. Ketiga pilar tersebut memiliki keselarasan konseptual yang kuat dengan karakter lembaga dakwah sebagai organisasi nirlaba yang bertujuan membina umat dan menghasilkan perubahan nilai, bukan sekadar *output* programatik.

Integrasi pemikiran Drucker dengan prinsip-prinsip Islam menegaskan bahwa efektivitas dakwah tidak dapat dipahami secara sempit sebagai efisiensi teknis atau pencapaian target kuantitatif, melainkan sebagai konsistensi antara nilai Islam, misi dakwah, strategi pengelolaan, dan dampak sosial-spiritual yang dihasilkan. Model konseptual manajemen dakwah berbasis nilai yang dirumuskan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Islam berfungsi sebagai fondasi normatif yang membentuk misi, mengarahkan strategi, serta menjadi tolok ukur efektivitas dakwah. Dengan demikian, penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian dengan menegaskan bahwa pemikiran Peter Drucker, apabila diadaptasi secara kritis dan kontekstual, dapat menjadi kerangka manajerial yang

memperkuat profesionalisme, akuntabilitas, dan kebermaknaan dakwah tanpa mengabaikan dimensi teologis dan spiritual Islam.

Penelitian ini merekomendasikan agar lembaga dakwah Muslim mulai mengembangkan sistem manajemen yang secara eksplisit menempatkan nilai Islam sebagai dasar perumusan visi, misi, strategi, dan evaluasi kinerja dakwah. Pendekatan manajemen berbasis nilai perlu diimplementasikan secara operasional melalui indikator efektivitas dakwah yang tidak hanya kuantitatif, tetapi juga kualitatif dan berorientasi pada dampak perubahan nilai dan sosial umat.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi empiris pada berbagai tipe lembaga dakwah, baik di tingkat lokal, nasional, maupun di wilayah minoritas Muslim guna menguji secara langsung penerapan model manajemen dakwah berbasis nilai yang ditawarkan dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengembangkan instrumen pengukuran efektivitas dakwah yang integratif antara dimensi manajerial dan spiritual, serta mengkaji lebih jauh peran kepemimpinan profetik dalam memperkuat implementasi manajemen dakwah berbasis nilai di era digital dan masyarakat multikultural.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdurrahman, M. N., Ayu, R., & Janah, J. (2025). Implementasi Manajemen Dakwah dalam Organisasi Masyarakat: Studi Kasus Majelis Ta'lim Nur Tauhid Kecamatan Mekar Baru : penelitian tindakan kelas. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 11(2), 221–228. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v11i02.5877>
- Ahmad, N. (2016). Manajemen Dakwah Majelis Dzikir di Desa Ngemplik Wetan Karanganyar Demak. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 101–118. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tadbir/article/view/2708>

- Al-Attas, S. M. N. (1995). *Prolegomena to the Metaphysics of Islam: An Exposition of the Fundamental Elements of the Worldview of Islam*. ISTAC.
- Azra, A. (2017). *Dinamika Islam Indonesia: Kontemporer dan Masa Depan*. Kencana.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). *Leadership: An Islamic Perspective* (5th ed.). Amana Publications.
- Benjamin, L. (2012). Nonprofit Organizations and Outcome Measurement From Tracking Program Activities to Focusing on Frontline Work. *American Journal of Evaluation*, 33(3), 431–447. <https://doi.org/10.1177/1098214012440496>
- Caniago, I. K., & Kustiawan, W. (2025). Al Jam'iyatul Washliyah dalam Pengembangan Dakwah di Daerah Minoritas. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 338–349. <https://doi.org/10.29240/jdk.v10i2.14535>
- Copeland, M. K. (2014). The Emerging Significance of Values-Based Leadership: A Literature Review. *International Journal of Leadership Studies*, 8(2), 105–135. https://fisherpub.sjf.edu/business_facpub/5/
- Cucu, C. (2016). MANAJEMEN DAKWAH RASULULLAH: Analisis Dakwah Nabi di Kota Mekah. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 23–44. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tadbir/article/view/2704>
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Harper & Row.
- Drucker, P. F. (1974). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. Harper & Row.
- Drucker, P. F. (1985). *Managing for Results: Economic Tasks and Risk-Taking Decisions*. Harper & Row.
- Drucker, P. F. (1990). *Managing the Non-Profit Organization: Principles and Practices*. Harper Collins.
- Drucker, P. F. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. Harper Business.
- Drucker, P. F. (2001). *The Essential Drucker*. HarperCollins.
- Drucker, P. F. (2006). *The Effective Executive*. Harper Business.
- Ebrahim, A., & Rangan, V. K. (2014). What impact? A Framework for Measuring the Scale and Scope of Social Performance. *California Management Review*, 56(3), 118–141. <https://doi.org/10.1525/cmr.2014.56.3.118>
- Fadilah, N. (2025). Peran Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Efektivitas Kegiatan Dakwah. *MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1), 24–48. <https://doi.org/10.37216/maddina.v2i1.2139>
- Fitria, U., Sulistyorini, S., & Chotimah, C. (2025). Manajemen Efektif Peter Drucker untuk Fatayat NU MEMPESONA. *Konstruktivisme : Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 17(1), 206–217. <https://doi.org/10.35457/konstruk.v17i1.4116>
- George, B., & Bryson, J. M. (2018). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations* (5th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Mahmud, A. (2020). Hakikat Manajemen Dakwah. *Palita: Journal of Social - Religion Research*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.24256/pal.v5i1.1329>
- Mintzberg, H. (2009). *Managing*. Berrett-Koehler.
- Nugraheni, D. E., Prastika, I., Alfdjiain, P. N., & Nurhakim, A. (2025). Manajemen Dakwah dalam Organisasi Masyarakat : Studi Implementatif di Kecamatan Kresek, Kabupaten Tangerang. *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat*, 4(1), 254–263. <https://doi.org/10.55606/jurrafi.v4i1.4548>
- Prastiwi, H., Makmun, F., & Umam, M. S.

- (2024). Efektivitas Manajemen dalam Dakwah. *Syiar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 7(2), 60–68.
<https://doi.org/10.37567/syiar.v7i2.2591>
- Saparudin, I., Muhibuddin, M., Nurhaidah, S. N., Mudrika, M., & Akbar, M. Y. A. (2025). Relevansi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Lembaga Dakwah. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 5(2), 112–118.
<https://doi.org/10.53888/alidaroh.v5i2.887>
- Schein, E. H., & Schein, P. A. (2017). *Organizational Culture and Leadership*. Wiley.
- Tajudin, Y. (2016). MANAJEMEN DAKWAH ORGANISASI ISLAM: Menjawab Konflik Keberagamaan dan Intoleransi Kaum Radikal. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 45–66.
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tadbir/article/view/2705>
- Turriago-Hoyos, A., Thoene, U., & Arjoon, S. (2016). Knowledge Workers and Virtues in Peter Drucker's Management Theory. *Sage Open*, 6(1).
<https://doi.org/10.1177/2158244016639631>
- Ulfah, N. M. (2015). Strategi dan Manajemen Dakwah Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kecamatan Tugu Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35(2), 207–224.
<https://doi.org/10.21580/jid.v35.2.1617>
- Widoyo, A. F. (2025). The Relevance of the Wisdom Method in Da'wah in the Digital Era. *Al-Risalah: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, 16(2), 527–543.
<https://doi.org/10.34005/alrisalah.v16i2.4548>
- Yip, J., Twohill, E., Ernst, C., & Munusamy, V. (2010). Leadership in Faith-Based Nonprofits. *Nonprofit Management and Leadership*, 20(4), 461–472.
<https://doi.org/10.1002/nml.20005>
- Yukl, G. (2013). *Leadership in Organizations* (8th ed.). Pearson Education.
- Zahara, A., Febrian, M. R., Khofia, N., & Anwari, A. T. (2025). Evaluating Da'wah Management: Study on the Effectiveness of Messages and Reception of Da'wah at Al-Falah Islamic Boarding School. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 14(1), 90–94.
<https://doi.org/10.35457/translitera.v14i1.4467>
- Zaini, A. (2016). Manajemen Dakwah Ikatan Remaja Masjid Baiturrohman (IRMABA) di Desa Pucakwangi Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati, , 1 (2): 2016. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 1–22.
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tadbir/article/view/2703>