

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara klasik manajemen muncul ribuan tahun lalu ketika manusia sudah melakukan sebuah pengorganisasian yang diarahkan kepada orang-orang yang bertanggung jawab atas perencanaan, pemimpin dan pengendalian kegiatan manusia. Sedangkan dalam prinsip manajemen Islam, dalam sejarah perkembangannya manajemen dipengaruhi oleh agama, tradisi, adat istiadat dan sosial budaya. Pada masa Rasulullah SAW, banyak teladan dalam manajemen dari kehidupan dakwah Rasulullah SAW. Melalui petunjuk Allah SWT, Rasulullah SAW mulai melakukan aktivitas dakwahnya secara hierarki.¹ Hal ini menunjukkan betapa tingginya manajemen yang diterapkan oleh Rasulullah SAW. Karena itu manajemen tertinggi dalam amal terdapat pada jihad. Dalam sejarah tercatat bahwa sepanjang Rasulullah SAW memimpin umat Islam selama 10 tahun pasca hijrah, secara umum selalu memenangi setiap peperangan. Bahkan peradaban itu mampu bertahan sampai belasan abad setelah Rasulullah SAW.²

Perkembangan digitalisasi dan teknologi yang pesat akan menyebabkan keterserabutan, atau dirupsi, dalam banyak hal termasuk pendidikan dan agama. Dalam perkembangan

1 Anonim, " Sejarah-Manajemen-Dakwah" <https://manajemen.dakwahblog.wordpress.com>. (Kamis, 17 April 2025).

2 Hasan Basri Dan Mansur, " Manajemen: Sejarah dan Penerapannya Dalam Dakwah", Jurnal Manajemen Dakwah, Vol.12 No.2, (November 2019).

keilmuan, tren penelitian sering dianalisis melalui publikasi di jurnal ilmiah, karena jurnal ilmiah merupakan indikator utama dinamika keilmuan di suatu bidang. Dalam konteks Manajemen Dakwah, meskipun sudah banyak penelitian dilakukan, belum ada kajian komprehensif yang memetakan tren studi Manajemen Dakwah di Indonesia berdasarkan publikasi jurnal terakreditasi Sinta periode 2019–2024. Pemetaan harus ada selama perkembangan digitalisasi.³ Secara lingkungan keagamaan, tren dakwah adalah suatu yang diadakan dalam rangka mengumpulkan dan menganalisa gejala-gejala atau keterangan yang menunjukkan adanya kekurangan dalam hal pengetahuan, sikap, perilaku calon mad'u (objek dakwah), sehingga dapat memberi arah kepada para dai mengenai apa yang secara objektif dibutuhkan mad'u. Secara lebih spesifik, sebagai upaya mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pendidikan dan perilaku mad'u saat ini yang diperlukan untuk merealisasikan keislaman.⁴

Manajemen dakwah merupakan sebuah kajian penting dalam bidang studi keislaman di Indonesia. Sebagai sebuah disiplin ilmu, Manajemen Dakwah bertujuan untuk mengelola dan mengoptimalkan kegiatan-kegiatan dakwah agar dapat berjalan secara efektif, dalam perkembangan, manajemen dakwah telah menjadi topik yang banyak diteliti dan dipublikasikan dalam jurnal-jurnal ilmiah, khususnya jurnal

3M.Yusuf, dkk. " Kajian Bibliometrik Tentang Proyeksi Manajemen Dakwah" Jurnal Manajemen Dakwah, Vol. 2 No.1 (.Januari-Juni 2023).

4Aep Kusnawan,"Studi Pemetaan Dakwah Dalam Penyuluhan Agama" Jurnal Ilmu Dakwah, Vol.16 No.31 (2017).

yang berfokus pada bidang Manajemen Dakwah.⁵ Selanjutnya jurnal-jurnal ini telah banyak menyumbang pemikiran atau ide baru dalam pengembangan tulisan-tulisan karya ilmiah.

Tentang tren studi Manajemen Dakwah di Indonesia berdasarkan jurnal Manajemen Dakwah (2019-2024), belum pernah dikaji oleh peneliti manapun. tren studi Manajemen Dakwah melalui jurnal Manajemen Dakwah menjadi penting untuk dilakukan guna memahami perkembangan dan tren penelitian dalam bidang ini. Hal ini dapat memberikam gambaran komprehensif tentang topik-topik yang di teliti, metodologi yang digunakan, serta isu-isu strategis yang mejadi fokus dalam Manajemen Dakwah di Indonesia.⁶

Dengan demikian tren studi ini dinilai mampu memberikan peluang yang baik untuk peneliti selanjutnya. Penjelasan tentang tren studi juga mampu mengembangkan studi dakwah indonesia. Karena memotret hal demikian akan memberikan gambaran sejauh mana pembicaran Manajemen Dakwah yang telah dibicarakan, dan dapat menjadi bahan evaluasi serta proyeksi untuk orientasi Manajemen Dakwah kedepannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini mengajukan sebuah pertanyaan bagaimana tren studi Manajemen Dakwah berdasarkan artikel jurnal-jurnal

⁵Aziz. "Ilmu dakwah", (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2009), hlm 15.

⁶ Rosyad Shaleh, "Manajemen Dakwah Islam" (Jakarta: Bulan Bintang,1977), hlm 25.

Manajemen Dakwah di Indonesia (2019-2024) yang ditinjau dari: fokus, lokus, metodologi, kata kunci, penulis dan afiliasi penulis?

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan penelitian ini memungkinkan untuk memunculkan penafsiran yang berbeda sehingga penelitian memberikan batasan masalah.

1. Penelitian ini fokus mengolah data bibliometrik dari jurnal-jurnal Manajemen Dakwah yang telah terakreditasi Sinta.
2. Tahun pencarian artikel itu dibatasi selama lima tahun terakhir mengikuti saran dari studi sosial yaitu 2019-2024.
3. Bahasan utama dalam penelitian ini adalah tren fokus, lokus, metodologi, kata kunci, penulis dan afiliasi penulis.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan tren studi Manajemen Dakwah berdasarkan jurnal-jurnal Manajemen Dakwah di Indonesia (2019- 2024) yang ditinjau dari : fokus, lokus, metodologi, kata kunci, penulis dan afiliasi penulis.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai pengetahuan terhadap prodi Manajemen Dakwah mengenai tren studi Manajemen Dakwah di Indonesia melalui jurnal Manajemen Dakwah tahun 2019-2024.

2. Secara praktis

a. Bagi peneliti

Peneliti diharapkan dapat memberi masukan pemetaan terbaru dan jarang dikaji oleh penelitian terdahulu tentang jurnal Manajemen Dakwah selain itu juga memberikan informasi pada peneliti terkait dengan kajian studi yg sudah banyak dikaji.

b. Bagi prodi

Bagi mahasiswa jurusan dakwah program studi Manajemen Dakwah agar dapat memberikan kontribusi dalam keilmuan khususnya mengenai pemetaan Studi Manajemen Dakwah di Indonesia melalui jurnal Manajemen Dakwah tahun 2019-2024.

F. Kajian Terdahulu

1. Abdul Karim, dkk. Mengkaji tentang “Pemetaan untuk Strategi Dakwah di Kota Semarang Menggunakan Pendekatan Data Mining.” Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi dakwah di Kota Semarang menggunakan pendekatan data mining.⁷ Kajian ini memberikan informasi, dalam kegiatan dakwah yang efektif diperlukan kepastian dan kejelasan mengenai sasaran dakwah melalui pemetaan dakwah berupa klasterisasi potensi dakwah. Hasil analisis FCM

⁷ Abdul Karim dkk, ”Pemetaan Untuk Strategi Dakwah di Kota Semarang Menggunakan Data Mining”, Jurnal Dakwah Risalah, Vol .32 No .1,(2021).

menunjukkan bahwa jumlah klaster optimum sebanyak dua klaster. Kecamatan pada klaster kedua menjadi wilayah dengan potensi dakwah tinggi.

2. Nihayah, dkk. Mengkaji tentang “Pemetaan Dakwah Analisis Potensi Dan Problematika Dakwah”. Penelitian ini bertujuan untuk: 1.) mengetahui potensi-potensi dakwah di Kelurahan Lemahwungkuk Kota Cirebon bagian Pesisir yang mencakup 3 RW. 2.) mengetahui problematika dakwah di Kelurahan Lemahwungkuk Kota Cirebon bagian Pesisir yang mencakup 3 RW. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, pendekatan studi kasus, objek penelitian ini di Kelurahan Lemahwungkuk Kota Cirebon bagian Pesisir yang mencakup 3 RW. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.⁸ Teknik analisis data menggunakan model analisis studi kasus dengan langkah-langka: 1.) mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, 2.) membaca dan mengelompokkan dengan pemberian kode, 3.) menganalisis masalah. Pada riset awal ditemukan terdapat beberapa potensi dan permasalahan dakwah dari segi objek, subjek, dan lingkungan dakwah, sehingga diperlukan membuat bank data dari hasil riset penelitian yang berupa peta dakwah, dan peta dakwah tersebut akan membantu para pelaku dakwah dalam merencanakan

⁸ Nihayah, dkk, “Pemetaan Dakwah Analisis Potensi Dan Problematika Dakwah”, Orasi: Jurnal dakwah dan komunikasi, Vol. 9 No. 1, (2018).

sebuah kegiatan dakwah.

3. Aep Kusnawan. Mengkaji tentang “Tren studi Dakwah Dalam Penyuluhan Agama”. Untuk memperbaiki keadaan masyarakat dengan mengetahui kondisi obyektif objek dakwah, yang kemudian ditindak lanjuti dengan berbagai kegiatan dakwah ditempat, efektif dan efisien. Menggunakan metode kualitatif, wawancara, dan dokumentasi.⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren dakwah merupakan kebutuhan yang sangat mendasar dalam kegiatan pendidikan agama.
4. Miftahudin,(2019), berjudul “Manajemen Dakwah di Indonesia: tantangan dan prospek”.¹⁰ ¹⁰ penelitian ini dengan judul menganalisis tantangan dan prospek Manajemen Dakwah di Indonesia, namun belum menyentuh aspek tren studi manajemen secara konprehensif. menggunakan pendekatan bibliometrik untuk menganalisis perkembangan penelitian terkait Manajemen Dakwah. Hasilnya menunjukkan bahwa topik Manajemen Dakwah semakin berkembang, dengan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai institusi dengan publikasi terbanyak dalam bidang ini.
5. Asep Muhyidin (2021), Dengan judul “Perkembangan Kajian manajemen Dakwah di Indonesia”.¹¹ Penelitian ini

⁹Aep Kusnawan . “ Studi Pemetaan Dakwah Dalam Penyuluhan Agama”, Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 16 No .31 (2017).

¹⁰Miftahudin, “Manajemen Dakwah di Indonesia:Ttantangan dan Prospek”. (2019).

¹¹ Andi Ramadhan.“Manajemen Pengelolaan Media Sosial Sebagai

membahas perkembangan kajian Manajemen Dakwah di Indonesia, namun masih terbatas pada periode sebelum 2019. menggunakan pendekatan Bibliometrik untuk menganalisis perkembangan penelitian terkait Manajemen Dakwah. Hasilnya menunjukkan bahwa topik Manajemen Dakwah semakin berkembang, dengan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai institusi dengan publikasi terbanyak dalam bidang ini.

6. Andi Ramadhan (2020), Berjudul “Manajemen Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah di Era Digital” Penelitian ini menganalisis penerapaaan manajemen dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana dakwah di Era Digital.¹² Penelitian ini menunjukan bahwa manajemen efektif dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan penggunaan media sosial dapat meningkatkann efektivitas dakwah dilingkungan digital. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu walaupun ada salah satu kajian yang menjelaskan tentang pemetaan studi manajemen dakwah, tetapi tidak secara umum menjelaskan tentang studi manajemen sakwah kajian tersebut hanya menjelaskan tentang pengelolaan dan perkembangan Manajemen Dakwah di Indonesia. Sementara kajian lain belum ada yang mengkaji hal serupa sehingga penelitian ini dianggap menjadi penelitian yang baru dikaji tentang tren studi Manajemen Dakwah di Indonesia melalui jurnal Manajemen

Sarana Dakwah di Era digital”, Jurnal Manajemen Dakwah, Vol 10 No 1 (2020).

¹² Asep Muhyidin, “Perkembangan Kajian Manajemen Dakwah di Indonesia ” Jurnal Manajemen Dakwah, Vol 7 No 1. (2021),

Dakwah tahun 2019-2024.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian ini maka disusunlah pembahasannya sebagai berikut:

BAB 1: Merupakan bab pendahuluan, yang meliputi latar

belakang masalah yang menjelaskan mengenai fenomena, fakta yang terjadi, data dan argumen peneliti mengenai judul yang diangkat menjadi sebuah tema, rumusan masalah menjelaskan gambaran mengenai permasalahan yang akan dibahas didalam penelitian, tujuan penelitian menegaskan kembali maksud dari penelitian, studi pustaka sebagai penambah referensi dalam penelitian, kegunaan penelitian menjelaskan keuntungan yang diterima oleh pihak yang terlibat dalam penelitian, dan sistematis penulisan untuk mempermudah penulisan.

BAB 2: Merupakan bab landasan konseptual yang meliputi tinjauan- tinjauan yang berhubungan dengan judul penelitian yang ditinjau tentang jurnal tren Manajemen Dakwah, studi Manajemen Dakwah, tinjauan tentang jurnal ilmiah.

BAB 3: Merupakan bab metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan, sumber data, proses pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk menggunakan peneliti untuk mengumpulkan data sehingga kemudian dapat dianalisa untuk menemukan informasi baru atau

menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang suatu topik yang nyata. Serta menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian .

BAB 4: Hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan secara rinci temu peneliti terhadap tren studi Manajemen Dakwah berdasarkan jurnal-jurnal Manajemen Dakwah di Indonesia (2019-2024) yang ditinjau dari : fokus, lokus, metodologi, kata kunci penulis dan afiliasi penulis.

BAB 5: Merupakan bab penutup yang meliputi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran-saran dari uraian bab sebelumnya yang berisi kesimpulan ditarik dari permasalahan yang ditemui dan pembahasan yang ada, serta berisi saran-saran yang untuk membantu pemecahan masalah yang ada, serta saran-saran yang di harapkan bisa membantu pihak-pihak yang berkepetingan dan berguna untuk referensi penelitian yang akan datang.