



Evaluasi Program Dakwah dalam Perspektif Manajemen Dakwah: Kajian Teoritis terhadap Indikator, Prosedur, dan Faktor Penghambat

Saidah*¹, Naila Nurul Ilmi², Isna Mutia Putri³

^{1,2,3} Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

231330034.saidah@uinbanten.ac.id¹, 231330035.naila@uinbanten.ac.id²

231330040.isna@uinbanten.ac.id³

Korespondensi penulis : 231330034.saidah@uinbanten.ac.id*

Abstract: In his research, the author focuses on three problem formulations, (1). What are the indicators used in evaluating the success of da'wah activities? (2). To what extent does the application of da'wah activity evaluation contribute to improving the quality of da'wah? (3). What are the supporting and inhibiting factors in the process of evaluating da'wah activities? This study uses qualitative research, namely research that aims to gain a deep understanding of (Implementation of Da'wah Activity Evaluation Aimed at Improving the Quality of Da'wah) Data collection techniques used in this study include: interviews, observations, and documentation. While the data analysis used is by using qualitative descriptive analysis using inductive techniques, namely data mining in the field, then data reduction and data presentation are carried out, then conclusions are drawn. The results of the study show that: Evaluation in da'wah communication provides an understanding that preachers (D'ai) need to assess and evaluate the communication process carried out. This aims to improve and increase the effectiveness of da'wah. Evaluation of da'wah activities is an important tool for improving the quality of da'wah communication. By conducting systematic evaluations, preachers can identify strengths and weaknesses in their approach, and adjust strategies to achieve better results in the future. Implementing effective evaluation and showing how evaluation can improve the overall success of the da'wah program.

Keywords: Da'wah Program Evaluation, Da'wah Management, Obstructing Factors in Da'wah

Abstrak: Dalam penelitian nya penulis memfokuskan pada tiga rumusan masalah, (1). Apa saja indikator yang digunakan dalam mengevaluasi keberhasilan kegiatan dakwah? (2). Bagaimana prosedur evaluasi kegiatan dakwah? (3). Apa saja faktor penghambat dalam proses evaluasi kegiatan dakwah? Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang (Penerapan Evaluasi Kegiatan Dakwah yang Bertujuan Meningkatkan Kualitas Dakwah) Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik induktif yaitu penggalan data-data di lapangan kemudian dilakukan reduksi data dan pemaparan data kemudian ditarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Evaluasi dalam komunikasi dakwah memberikan pemahaman bahwa pendakwah (D'ai) perlu menilai dan mengevaluasi proses komunikasi yang dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan efektivitas dakwah. Evaluasi kegiatan dakwah adalah alat penting untuk meningkatkan kualitas komunikasi dakwah. Dengan melakukan evaluasi secara sistematis, pendakwah dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pendekatan mereka, serta menyesuaikan strategi untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa depan. Penerapan evaluasi yang efektif dan menunjukkan bagaimana evaluasi dapat meningkatkan keberhasilan program dakwah secara keseluruhan.

Kata Kunci: Evaluasi Program Dakwah, Manajemen Dakwah, Faktor Penghambat Dakwah

1. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas penting dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat maupun individu secara luas. Pada zaman sekarang, dakwah tidak lagi hanyalah berbentuk penyampaian verbal di mimbar-mimbar masjid, melainkan telah berlangsung seolah merupakan kegiatan terorganisir yang harus direncanakan, dilaksanakan, diawasi, serta dievaluasi secara sistemik. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, adanya

perubahan sosial yang terjadi di masyarakat, serta kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, kini kegiatan dakwah memiliki banyak sekali tantangan baru, antara lain turunnya minat terhadap kajian-kajian islam di kalangan generasi muda, banyaknya informasi keagamaan tidak valid yang tersebar di media sosial, serta kurangnya strategi komunikasi dakwah yang sesuai dengan zaman.

Dalam hal ini, perlunya proses evaluasi terstruktur sebagai bagian dari manajemen dakwah untuk mengukur sejauh mana program-program dakwah telah berhasil menjawab kebutuhan masyarakat dan mencapai tujuan. Evaluasi kegiatan dakwah memiliki peran penting dalam membantu menilai efektifitas program, mengenali kekurangan dalam pelaksanaan, serta merancang strategi perbaikan berkelanjutan. Secara demikian, evaluasi bukan hanya berperan sebagai alat ukur, tetapi juga sebagai instrumen utama dalam proses pengambil keputusan dan perencanaan program dakwah masa depan. Tetapi, dalam prakteknya, evaluasi kegiatan dakwah masih sering kali dilakukan tidak formal, tidak dengan indikator yang tegas dan berukuran, sehingga hasilnya kurang dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pelaksanaan evaluasi dalam kegiatan dakwah, menganalisis metode yang digunakan, serta mengevaluasi sejauh mana proses tersebut memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas dan efektivitas dakwah. Dengan kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap penguatan manajemen dakwah yang lebih profesional, akuntabel, dan adaptif terhadap tantangan zaman.

2. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Evaluasi dalam Dakwah

Evaluasi merupakan elemen penting dalam siklus manajemen dakwah. Evaluasi bukan sekadar penilaian akhir, melainkan bagian dari kontrol yang membantu mengarahkan dakwah agar tetap relevan dan efektif (Farida, 2000). Evaluasi memungkinkan para da'i untuk merefleksi pendekatan dakwah mereka dan membuat perbaikan strategi berdasarkan hasil dan feedback dari masyarakat (Sriviasan, 1993; Fathi Yakan, 1987).

Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah adalah proses sistematis yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut dakwah. Manajemen dakwah modern dituntut adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika sosial budaya (Mahmuddin, 2018). Hal ini

diperkuat oleh pemikiran Syukir (1983) bahwa manajemen yang efektif dalam dakwah harus mencakup koordinasi antara pelaku, strategi, dan sarana dakwah.

Indikator Keberhasilan Program Dakwah

Indikator evaluasi dalam dakwah terbagi atas dua kategori: kuantitatif dan kualitatif. Indikator kuantitatif mencakup jumlah peserta, frekuensi kegiatan, dan cakupan distribusi dakwah. Sementara itu, indikator kualitatif mencakup perubahan pemahaman, perilaku, dan komitmen spiritual mad'u (Asmuni Syukir, 1983; Guntur, 2016).

Prosedur Evaluasi Dakwah

Evaluasi program dakwah idealnya mengikuti prosedur sistematis yang mencakup: (1) penetapan standar evaluasi, (2) penyusunan rencana evaluasi, (3) pelaksanaan evaluasi input, proses, dan output, serta (4) tindak lanjut hasil evaluasi (Yaya S, t.t.; Sriviasan, 1993). Tanpa prosedur yang jelas, evaluasi cenderung bersifat subjektif dan kurang berguna untuk pengambilan keputusan strategis.

Faktor Penghambat Evaluasi Dakwah

Beberapa hambatan utama dalam evaluasi program dakwah antara lain: minimnya SDM evaluatif, kurangnya data terdokumentasi, resistensi terhadap kritik, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya evaluasi dalam proses dakwah (Mahmuddin, 2018; Ayu, 2022). Hambatan ini menjadi tantangan serius, terutama di lingkungan organisasi dakwah lokal atau berbasis komunitas.

Strategi Modern dalam Evaluasi Dakwah

Di era digital, media sosial telah menjadi alat evaluasi tidak langsung dalam dakwah digital. Jumlah views, engagement rate, dan komentar masyarakat menjadi indikator baru yang dapat membantu mengukur jangkauan dan pengaruh dakwah (Ayu, 2022; Hasan, 2020). Dakwah digital juga memungkinkan dilakukannya survei daring sebagai bagian dari evaluasi partisipatoris.

Penerapan Evaluasi oleh Lembaga Dakwah

Lembaga-lembaga besar seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) telah menerapkan sistem evaluasi berbasis musyawarah kerja tahunan. Evaluasi ini tidak hanya

mencakup hasil kegiatan, tetapi juga proses dan kesiapan sumber daya dakwah yang tersedia (Hasan, 2020; Natsir, 2017).

Urgensi Evaluasi dalam Konteks Sosial

Kegiatan dakwah tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial tempat ia beroperasi. Oleh karena itu, evaluasi harus mempertimbangkan nilai lokal, kultural, serta kebutuhan spesifik dari komunitas sasaran (Nata, 2001; Ridlwan, 2020). Evaluasi kontekstual memastikan dakwah tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menumbuhkan transformasi sosial.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan studi Pustaka. Dimana penelitian ini bertujuan untuk memahami, menganalisis serta menggambarkan suatu fenomena atau kejadian berdasarkan data non-numerik yang dikumpulkan melalui berbagai sumber Pustaka yang dikumpulkan. Dalam metode ini, peneliti tidak mengumpulkan data langsung ke lapangan. Adapun analisis data yang digunakan bergantung pada informasi dan data sekunder yang diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, dokumen resmi, arsip sejarah, atau sumber-sumber online yang terpercaya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam manajemen dakwah dan menjadi penentu arah serta kualitas kegiatan dakwah yang dijalankan oleh lembaga atau organisasi. Dalam pelaksanaannya, banyak organisasi dakwah mulai menyadari pentingnya evaluasi untuk mengetahui sejauh mana efektivitas dan dampak dari program dakwah yang telah dilakukan. Evaluasi ini menjadi alat ukur sekaligus refleksi untuk melihat keberhasilan, mengidentifikasi kelemahan, dan memperbaiki strategi dakwah agar semakin relevan dengan kebutuhan umat.

Dalam praktiknya, penerapan evaluasi oleh lembaga dakwah dilakukan dengan berbagai pendekatan, tergantung pada kapasitas kelembagaan, jenis kegiatan, dan sumber daya yang dimiliki. Di organisasi besar seperti Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama (NU), dan lembaga dakwah kampus, evaluasi dilakukan secara terstruktur dalam siklus program tahunan atau musyawarah kerja. Biasanya dilakukan oleh divisi khusus atau tim evaluasi yang bertugas memantau, menilai, dan merumuskan rekomendasi untuk kegiatan dakwah selanjutnya. Evaluasi ini tidak hanya dilakukan setelah kegiatan selesai, tetapi juga bisa berlangsung selama program berjalan agar perbaikan dapat segera dilakukan. Sementara itu, dalam konteks dakwah

berbasis masjid, evaluasi kerap dilakukan oleh pengurus atau takmir dengan mengamati keterlibatan jamaah, konsistensi pelaksanaan majelis taklim, serta dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat.

Di era digital saat ini, pendekatan evaluasi menjadi lebih teknis, menggunakan indikator seperti jumlah penonton konten dakwah, komentar, penyebaran konten, serta respons masyarakat yang terukur melalui survei online atau platform digital lainnya.

Indikator keberhasilan dakwah pun beragam. Secara kuantitatif, keberhasilan dapat dilihat dari jumlah peserta kegiatan, peningkatan jumlah jamaah tetap, hingga keterlibatan masyarakat dalam program sosial dakwah. Secara kualitatif, keberhasilan dinilai dari perubahan perilaku, peningkatan pemahaman keagamaan, kesesuaian materi dengan kebutuhan masyarakat, serta kualitas penyampaian pesan oleh para dai. Indikator lain yang tak kalah penting adalah kesinambungan program dakwah dan keterlibatan aktif peserta dalam kegiatan lanjutan.

Penerapan evaluasi yang tepat dan berkelanjutan sangat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas dakwah. Evaluasi memungkinkan organisasi dakwah mengetahui kekuatan dan kelemahan program yang dijalankan. Dengan demikian, mereka dapat memperbaiki strategi, memperkuat pendekatan, dan lebih adaptif terhadap perubahan zaman. Evaluasi juga membantu meningkatkan profesionalitas dai, menyusun materi dakwah yang lebih kontekstual, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dakwah.

Namun demikian, tidak semua proses evaluasi berjalan mulus. Ada sejumlah faktor pendukung yang memperlancar evaluasi, antara lain kepemimpinan yang terbuka terhadap kritik, tersedianya sumber daya manusia yang kompeten, adanya dokumentasi yang baik, serta dukungan sistem informasi yang memadai. Sebaliknya, terdapat pula berbagai hambatan seperti rendahnya kesadaran terhadap pentingnya evaluasi, keterbatasan dana dan waktu, minimnya tenaga ahli di bidang evaluasi, serta resistensi terhadap hasil evaluasi yang bersifat kritis.

Dengan demikian, evaluasi dalam kegiatan dakwah harus dipahami sebagai proses pembelajaran yang berkelanjutan, bukan sekadar formalitas administratif. Evaluasi memungkinkan dakwah berjalan lebih efektif, terukur, dan berorientasi pada hasil yang nyata dalam kehidupan masyarakat. Ketika evaluasi dilakukan dengan kesungguhan dan keterbukaan, maka dakwah akan tumbuh menjadi lebih dinamis, inklusif, dan mampu menjawab tantangan zaman secara bijaksana.

Indikator evaluasi kegiatan dakwah

Untuk mencapai Keberhasilan dakwah sangat diperlukan beberapa indikator pendukung mulai dari pelaku dakwah, sasaran dakwah hingga strategi yang dakwah untuk mencapai keberhasilan. Beberapa indikator diantaranya :

- **Pelaku dakwah (da'i)**

Dalam pengertian yang khusus (pengertian Islam), da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan, atau tingkah laku ke arah kondisi yang baik atau lebih baik menurut syariat Al-qur'an dan sunnah. Dalam pengertian khusus tersebut da'i identik dengan orang yang melakukan amar ma'ruf nahi munkar.

Suksesnya dakwah sangat bergantung kepada pribadi yang membawakan dakwah itu sendiri. Dengan kepribadian yang baik serta beramal shaleh yang memancar pada diri da'i, jama'ah akan lebih percaya apa yang telah disampaikan serta materi dakwahnya pun akan lebih mudah diterima. Kredibilitas seorang da'i juga ditentukan oleh karakteristik atau sifat da'i, selain itu juga ditentukan oleh sasaran dakwah, materi dan situasi. Tetapi yang lebih menentukan kredibilitas seorang da'i dalam menjalankan tugas dakwah adalah sasaran dakwah sebagai pelaku persepsi. Adapun kredibilitas da'i meliputi keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma.

- **Sasaran dakwah (masyarakat)**

Objek yaitu seseorang yang ingin dituju. Objek dakwah, juga disebut dengan istilah "mad'u". Menurut Istilah hal ini memiliki arti "siapapun orang yang jadi target dakwah". Seorang insan menjadi penerima dakwah baik kelompok ataupun individu, baik itu yang beragama muslim ataupun non muslim, baik musyrik, munafik, kafir, fasik, dan lain sebagainya. Target dakwah memiliki faktor-faktor tertentu. Dari aspek Iman, Objek dakwah dibagi kedalam dua bagian, yaitu yang memiliki kepercayaan atau beriman (umat jabah) dan yang belum memiliki kepercayaan atau belum beriman (umat dakwah). Target bagi umat jabah dapat dengan menambah keimanan dan keIslaman, serta bagi umat dakwah dengan target mengajak masuk Islam.

- **Metode Dakwah**

Metode dakwah merupakan cara da'I dalam menyampaikan ajaran islam. Jika da'i mengetahui siapa yang akan dijadikan sasaran untuk menyampaikan dakwahnya, da'i memerlukan metode yang digunakan saat berdakwah karena metode yang akan dipakai oleh da'i akan berpengaruh terhadap hasil akhirnya. Da'i juga harus melihat kondisi

yang dibutuhkan oleh sasarannya sehingga da'i bisa langsung memilih metode yang akan dipakai.

- **Media Dakwah**

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin cepat banyak media yang bisa dijadikan tempat untuk menyampaikan dakwah. Jika dahulu kajian hanya di sampaikan melalui masjid-masjid di kampung, saat ini sudah semakin banyak kajian yang diadakan di tempat-tempat berkelas atas seperti hotel, ballroom dan kafe-kafe. Selain itu penyampaian dakwah bisa melalui media digital yang sudah beredar luas di kalangan masyarakat. Seperti youtube, instagram, tiktok, facebook dan lainnya.

Prosedur evaluasi kegiatan dakwah

Evaluasi dakwah merupakan langkah penting untuk menilai sejauh mana kegiatan dakwah telah mencapai tujuan yang diharapkan. Proses ini dilakukan secara sistematis dan terstruktur agar dakwah ke depan bisa lebih efektif dan tepat sasaran.

Pengertian evaluasi dakwah

Evaluasi dakwah ialah suatu proses pengumpulan data dan menganalisis bagaimana informasi tentang pengawasan serta dampak dari tahapan program yang telah direncanakan. Selain itu, terdapat juga yang mengartikan evaluasi dakwah adalah sebuah program yang mendorong pimpinan untuk melakukan pengawasan langsung kepada para anggotanya secara mendalam. Evaluasi adalah proses yang menentukan sejauh mana tujuan dalam setiap program dapat dicapai.

Maka secara umum dapat diambil kesimpulan bahwa evaluasi merupakan kegiatan penilaian terhadap segala macam pelaksanaan program agar dapat diketahui secara jelas apakah sasaran yang dituju sudah dapat tercapai atau belum. Segala bentuk program apapun baik itu dalam hal profit maupun non profit ataupun nirlaba dalam pelaksanaan manjerialnya sangatlah disyaratkan untuk melakukan monitoring dan evaluasi. Dengan demikian, evaluasi ini dimaksudkan untuk menyusun nilai-nilai indikator dalam mencapai suatu sasaran. Dengan kata lain kegiatan evaluasi adalah suatu cara atau kegiatan untuk mengecek kekuatan dan kelemahan sebuah program serta suatu cara untuk menentukan ukuran-ukuran perbaikan bagi para pengambil keputusan.

Prosedur evaluasi kegiatan dakwah

Dalam pelaksanaan evaluasi dakwah tentunya terdapat tahapantahapan yang menjadi proses tercapainya pelaksanaan evaluasi dakwah tersebut, diantaranya ialah sebagai berikut:

Menetapkan tolak ukur atau standar

Dalam proses evaluasi dakwah langkah pertama yang dilakukan ialah menetapkan standar atau alat pengukur, dengan begitu barulah nantinya dapat ditentukan apakah dapat berjalan dengan baik atau tidak, atau malah berjalan baik tapi kurang berhasil, juga malah mengalami kegagalan total.

Rencana Evaluasi

Langkah selanjutnya setelah menentukan alat ukur atau standar, yang harus dilakukan dalam proses evaluasi selanjutnya ialah menentukan rencana evaluasi, dalam pelaksanaan evaluasi biasanya terdapat model-model yang dikaitkan dengan model evaluasi yang akan digunakan nantinya, diantaranya ialah sebagai berikut:

- Evaluasi input Pelaksanaan evaluasi ini dilakukan dengan berbagai unsur yang dimasukkan ke dalam suatu program perencanaan, yang terdiri dari tiga variabel yaitu:
 - Peserta dari program perencanaan meliputi mad'u.
 - Staff atau tim meliputi dai dan manajer.
 - Program, meliputi waktu pelaksanaan dan sumber-sumber rujukan yang tersedia.

Dalam empat input tersebut terdapat empat criteria terkait yang dapat dikaji, yaitu tujuan program atau tujuan dakwah, penilaian kepada kebutuhan kelompok, standar atau tolak ukur yang terbaik dari suatu praktek yang dilakukan, serta biaya dalam pelaksanaan program tersebut.

- Evaluasi proses

Dalam pelaksanaan evaluasi ini dilakukan bertujuan untuk dapat menilai bagaimana proses kegiatan itu berlangsung, apakah telah sesuai dengan perencanaan. Evaluasi ini lebih memfokuskan kepada proses ataupun kegiatan saat pelaksanaan program berlangsung. Suatu proses penilaian akan selalu didahului oleh pengukuran. Suatu proses pengukuran akan menjadi penilaian jika terhadap hasil pengukuran tersebut dilakukan judgement (penimbangan) atas dasar kriteria/standar/patokan atau norma tertentu.

Faktor penghambat dalam proses evaluasi kegiatan dakwah

Setelah mengetahui bagaimana prosedur evaluasi dakwah selanjutnya kita perlu tahu apa saja yang bisa menjadi penghambat dalam proses evaluasi kegiatan dakwah. Berikut beberapa faktor-faktor yang menjadi penghambat:

- Sedikitnya jumlah da'i
Keterbatasan jumlah da'i yang sering terjadi di daerah terpencil membuat masyarakat di daerah itu sulit untuk mendapat bimbingan mengenai dakwah. Karena kurangnya jumlah da'i lembaga dakwah mau tidak mau mengirim da'i yang belum mampu menguasai banyak ilmu agama.
- Kurangnya pemahaman sasaran dakwah (masyarakat)
Dengan Kurangnya pemahaman yang diterima oleh sasaran bisa menjadi salah satu faktor yang menyulitkan da'i. Hal ini bisa terjadi karena apa yang disampaikan da'i terlalu sulit dipahami sehingga ada beberapa masyarakat awam yang sulit menerima apa yang disampaikan da'i.
- Strategi dakwah yang kurang tepat
Strategi dakwah yang tidak di persiapkan secara matang bisa mengakibatkan kesalahan pemahaman pada apa yang akan di sampaikan oleh da'i dan yang diterima oleh sasaran kita. Ketidak sesuaian dalam pemilihan strategi juga bisa berpengaruh besar pada minat masyarakat. Misalnya menggunakan bahasa yang terlalu berat kepada masyarakat awam.

5. KESIMPULAN

Evaluasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam manajemen dakwah dan menjadi penentu arah serta kualitas kegiatan dakwah yang dijalankan oleh lembaga atau organisasi. Dalam praktiknya, penerapan evaluasi oleh lembaga dakwah dilakukan dengan berbagai pendekatan, tergantung pada kapasitas kelembagaan, jenis kegiatan, dan sumber daya yang dimiliki. Di organisasi besar seperti Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama (NU), dan lembaga dakwah kampus, evaluasi dilakukan secara terstruktur dalam siklus program tahunan atau musyawarah kerja. Indikator keberhasilan dakwah pun beragam. Secara kuantitatif, keberhasilan dapat dilihat dari jumlah peserta kegiatan, peningkatan jumlah jamaah tetap, hingga keterlibatan masyarakat dalam program sosial dakwah. Secara kualitatif, keberhasilan dinilai dari perubahan perilaku, peningkatan pemahaman keagamaan, kesesuaian materi dengan kebutuhan masyarakat, serta kualitas penyampaian pesan oleh para dai. Indikator lain

yang tak kalah penting adalah kesinambungan program dakwah dan keterlibatan aktif peserta dalam kegiatan lanjutan. Namun demikian, tidak semua proses evaluasi berjalan mulus. Ada sejumlah faktor pendukung yang memperlancar evaluasi, antara lain kepemimpinan yang terbuka terhadap kritik, tersedianya sumber daya manusia yang kompeten, adanya dokumentasi yang baik, serta dukungan sistem informasi yang memadai. Dengan demikian, evaluasi dalam kegiatan dakwah harus dipahami sebagai proses pembelajaran yang berkelanjutan, bukan sekadar formalitas administratif. Evaluasi memungkinkan dakwah berjalan lebih efektif, terukur, dan berorientasi pada hasil yang nyata dalam kehidupan masyarakat. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen dakwah secara efektif, program-program dakwah dapat lebih terarah dan memberikan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. (2021). *Manajemen dakwah kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Asmuni Syukir. (1983). *Dasar-dasar strategi dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Ayu, I. (2022). Modernisasi dakwah melalui media podcast di era digital. *Jurnal Dakwah Digital*, 2(2).
- Farida, Y. (2000). *Evaluasi program*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fathi Yakan. (1987). *Juru dakwah sebuah tantangan*. Bandung: Amar Press.
- Guntur, M. (2016). *Evaluasi dakwah*. UIN Sunan Gunung Djati.
- Hasan, D. (2020). Transformasi dakwah di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*.
- Mahmuddin. (2018). *Manajemen dakwah*. Jawa Timur: WADE Group.
- Nata, A. (2001). *Pendidikan dalam perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Natsir, M. (2017). *Fikrah dan harakah dakwah*. Jakarta: Dewan Da'wah Islamiyah.
- Qomaruddin, A. (2019). *Strategi komunikasi dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ridlwani. (2020). Pendekatan sosiologis dalam dakwah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*.
- Sauri, S. (2021). Evaluasi dalam manajemen dakwah modern. *Jurnal Ilmiah Dakwah Islamiyah*, 3(1).
- Sriviasan, V. (1993). *Metode evaluasi partisipatoris*. Jakarta: Gramedia.
- Yaya, S. (n.d.). *Pedoman evaluasi proses dan hasil belajar*.
- Zuhri, S. (2022). *Manajemen program dakwah*. Malang: UIN Press.