

RAGAM METODE PENELITIAN KUANTITATIF DALAM KAJIAN MANAJEMEN DAKWAH: ANALISIS KONSEPTUAL DAN IMPLEMENTASINYA

Anis Nadhja Azizah¹, Edy Sarwoko², Jumi³, Yapan Kristyadi⁴, Sobirin⁵

¹⁻⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Dakwah, IAI AL-AZIS,
Indramayu, Indonesia

anisnadhjaazizah22@gmail.com¹, swedy0313@gmail.com²,
jumiwandi84@gmail.com³, kristyadiyahapan@gmail.com⁴,
sobirin@iai-alzaytun.ac.id⁵

ABSTRACT

The development of da'wah in the modern era demands professional, systematic, and data-driven management in response to increasing societal complexity and advancements in information technology. This article aims to conceptually examine various quantitative research methods relevant to da'wah management studies and to explain their implementation in academic research. This study employs a descriptive qualitative approach using a library research method and descriptive-analytical analysis of relevant scientific literature. The findings indicate that quantitative methods such as surveys, experiments, correlational studies, and ex post facto designs play an important role in measuring and evaluating the effectiveness of da'wah programs in an objective and structured manner. Survey methods are used to identify perceptions, satisfaction, and participation of congregants; experimental methods to test the effectiveness of da'wah strategies; correlational methods to analyze relationships among variables within da'wah organizations; and ex post facto methods to evaluate completed programs. The implementation of quantitative methods in da'wah management functions includes planning, organizing, actuating, and controlling, thereby supporting data-driven decision making. This study concludes that the use of quantitative methods can enhance the quality of da'wah management studies to become more systematic, objective, and evidence-based.

Keywords: *da'wah management, quantitative research, survey method, experiment, correlational, ex post facto*

ABSTRAK

Perkembangan dakwah di era modern menuntut adanya pengelolaan yang profesional, sistematis, dan berbasis data seiring dengan meningkatnya kompleksitas kebutuhan masyarakat serta kemajuan teknologi informasi. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual ragam metode penelitian kuantitatif yang relevan dalam studi manajemen dakwah serta menjelaskan implementasinya dalam penelitian akademik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

deskriptif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) dan analisis deskriptif-analitis terhadap berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa metode kuantitatif seperti survei, eksperimen, korelasional, dan *ex post facto* memiliki peran penting dalam mengukur dan mengevaluasi efektivitas program dakwah secara objektif dan terstruktur. Metode survei digunakan untuk mengidentifikasi persepsi, kepuasan, dan partisipasi jamaah; metode eksperimen untuk menguji efektivitas strategi dakwah; metode korelasional untuk menganalisis hubungan antarvariabel dalam organisasi dakwah; serta metode *ex post facto* untuk mengevaluasi program yang telah dilaksanakan. Implementasi metode kuantitatif dalam fungsi manajemen dakwah meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, sehingga mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan metode kuantitatif dapat meningkatkan kualitas kajian manajemen dakwah menjadi lebih sistematis, objektif, dan berbasis bukti empiris.

Kata kunci: manajemen dakwah, penelitian kuantitatif, metode survei, eksperimen, korelasional, *ex post facto*

A. Pendahuluan

Perkembangan dakwah di era modern menunjukkan transformasi yang signifikan, baik dari sisi metode, media, maupun tata kelola organisasi. Dakwah tidak lagi dipahami semata sebagai aktivitas normatif yang bersifat ceramah dan ritual keagamaan, tetapi telah berkembang menjadi aktivitas sosial-keagamaan yang membutuhkan pengelolaan profesional (Munir, 2021; Maghfiroh, 2023). Transformasi ini dipengaruhi oleh dinamika sosial, kemajuan teknologi informasi, serta meningkatnya kompleksitas kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan dakwah menuntut

pendekatan manajerial yang sistematis dan terukur (Cipta, 2024).

Dalam konteks kelembagaan, organisasi dakwah dituntut untuk menerapkan prinsip-prinsip manajemen modern agar mampu bertahan dan berkembang. Profesionalisme dalam pengelolaan sumber daya manusia, perencanaan program, serta evaluasi kinerja menjadi indikator penting keberhasilan dakwah kontemporer (Susanti, 2024; Nurholis et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa manajemen dakwah tidak dapat dilepaskan dari pendekatan ilmiah yang berbasis data dan analisis yang objektif (Nurfadilah & Jauhari, 2022).

Secara konseptual, manajemen dakwah mencakup proses perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling) dalam rangka mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien (Munir, 2021). Implementasi fungsi-fungsi tersebut membutuhkan instrumen evaluasi yang mampu mengukur capaian program secara kuantitatif (Priyatna et al., 2025). Tanpa adanya pengukuran yang sistematis, keberhasilan dakwah cenderung dinilai secara subjektif dan normatif.

Di era digital, aktivitas dakwah juga mengalami perluasan melalui media sosial dan platform daring. Fenomena dakwah digital menuntut lembaga dakwah untuk mengembangkan strategi berbasis data analytics guna memahami karakteristik audiens dan tingkat keterlibatan jamaah (Muin, 2022). Dengan demikian, pendekatan kuantitatif menjadi semakin relevan untuk menganalisis efektivitas pesan dakwah di ruang digital.

Pendekatan ilmiah dalam manajemen dakwah memerlukan metode penelitian yang mampu menghasilkan temuan objektif dan

dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif, dengan karakteristik pengukuran variabel dan analisis statistik, menjadi salah satu pendekatan yang sesuai untuk kebutuhan tersebut (Creswell & Creswell, 2022; Sekaran & Bougie, 2020). Pendekatan ini memungkinkan pengujian hipotesis serta pengukuran hubungan antarvariabel secara sistematis.

Lebih lanjut, penelitian kuantitatif memungkinkan pengukuran efektivitas program dakwah melalui indikator-indikator terukur seperti tingkat partisipasi jamaah, kepuasan peserta, serta capaian target kegiatan (Tannady et al., 2022). Evaluasi berbasis data ini penting untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam organisasi dakwah. Dengan adanya data kuantitatif, pimpinan lembaga dakwah dapat melakukan perbaikan program secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, implementasi metode kuantitatif dalam studi manajemen dakwah masih menghadapi tantangan, terutama dalam pemilihan desain penelitian yang tepat. Beragam desain seperti survei, eksperimen, korelasional, dan ex post facto

memiliki karakteristik dan kegunaan yang berbeda (Fraenkel et al., 2020). Kurangnya pemahaman terhadap ragam metode tersebut dapat menyebabkan ketidaktepatan dalam perumusan masalah maupun analisis data. Selain itu, kajian manajemen dakwah di Indonesia masih didominasi oleh pendekatan kualitatif dan normatif, sementara pendekatan kuantitatif relatif lebih sedikit digunakan (Nurfadilah & Jauhari, 2022). Padahal, integrasi metode kuantitatif dapat memperkuat landasan empiris dalam pengembangan teori dan praktik manajemen dakwah.

Secara akademik, kebutuhan akan penelitian kuantitatif dalam manajemen dakwah semakin mendesak, terutama untuk mendukung pengembangan kurikulum dan penelitian di perguruan tinggi keagamaan (Priyatna et al., 2025). Penggunaan metode kuantitatif tidak hanya meningkatkan validitas temuan, tetapi juga memperluas peluang publikasi pada jurnal nasional dan internasional yang bereputasi.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual ragam metode penelitian kuantitatif yang relevan

dalam studi manajemen dakwah serta menjelaskan implementasinya dalam penelitian akademik. Dengan pemahaman yang komprehensif terhadap desain penelitian kuantitatif, diharapkan kajian manajemen dakwah dapat berkembang lebih sistematis, terukur, dan berbasis bukti empiris.

B. Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan secara mendalam (Insani et.al., 2025). Menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk mengkaji secara mendalam konsep-konsep yang berkaitan dengan metode penelitian kuantitatif dalam manajemen dakwah. Studi kepustakaan dipilih karena penelitian ini berfokus pada analisis teoritis dan pengembangan kerangka konseptual, bukan pada pengumpulan data lapangan (Creswell & Creswell, 2022; Sekaran & Bougie, 2020). Sumber data diperoleh dari buku-buku metodologi penelitian terbaru, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta literatur yang relevan dengan kajian manajemen dakwah dan

pendekatan kuantitatif. Pemilihan sumber dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kredibilitas, relevansi tema, dan kebaruan publikasi (Fraenkel et al., 2020).

Pendekatan deskriptif-analitis digunakan untuk menguraikan secara sistematis ragam metode penelitian kuantitatif, kemudian dianalisis keterkaitannya dengan fungsi-fungsi manajemen dakwah. Proses analisis dilakukan melalui identifikasi konsep utama, perbandingan karakteristik masing-masing desain penelitian, serta penarikan sintesis teoritis mengenai implementasinya dalam studi manajemen dakwah (Nurfadilah & Jauhari, 2022). Dengan metode ini, artikel tidak hanya memaparkan teori secara deskriptif, tetapi juga memberikan interpretasi kritis terhadap relevansi dan kontribusi metode kuantitatif dalam pengembangan kajian manajemen dakwah berbasis data dan bukti empiris.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan Metode Survei dalam Manajemen Dakwah

Metode survei merupakan salah satu pendekatan kuantitatif yang paling banyak digunakan dalam penelitian sosial karena kemampuannya mengumpulkan data dari populasi atau sampel secara sistematis melalui instrumen terstruktur seperti kuesioner (Creswell & Creswell, 2022). Dalam konteks manajemen dakwah, metode survei sangat relevan untuk memperoleh data empiris mengenai persepsi, sikap, dan tingkat kepuasan jamaah terhadap program dakwah yang dilaksanakan oleh suatu lembaga (Tannady et al., 2022).

Pengukuran kepuasan jamaah menjadi salah satu indikator penting dalam evaluasi program dakwah. Melalui survei, lembaga dapat mengetahui sejauh mana program yang dijalankan telah memenuhi kebutuhan spiritual dan sosial masyarakat. Data ini dapat dianalisis menggunakan statistik deskriptif maupun inferensial untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif. Selain itu, metode survei juga efektif dalam menilai efektivitas

program dakwah. Efektivitas dapat diukur melalui indikator capaian tujuan, peningkatan partisipasi, maupun perubahan perilaku jamaah setelah mengikuti kegiatan tertentu. Evaluasi berbasis survei membantu organisasi dakwah melakukan perbaikan program secara berkelanjutan. Survei juga berfungsi untuk menganalisis tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah. Tingkat kehadiran, keterlibatan aktif, serta loyalitas jamaah dapat diukur secara kuantitatif, sehingga memberikan gambaran nyata mengenai keberhasilan strategi manajerial yang diterapkan.

Dengan demikian, metode survei menjadi instrumen penting dalam pengambilan keputusan berbasis data di lembaga dakwah. Hasil survei tidak hanya menggambarkan kondisi faktual organisasi, tetapi juga menjadi dasar perencanaan strategis ke depan.

Metode Eksperimen

Metode eksperimen bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat melalui pemberian perlakuan (treatment) tertentu kepada kelompok eksperimen dan membandingkannya

dengan kelompok control (Fraenkel et al., 2020). Dalam manajemen dakwah, metode ini dapat digunakan untuk menguji efektivitas suatu strategi atau inovasi dakwah secara lebih terkontrol.

Sebagai contoh, lembaga dakwah dapat melakukan eksperimen dengan membandingkan efektivitas metode dakwah digital dan metode konvensional dalam meningkatkan partisipasi jamaah. Dengan desain eksperimen yang tepat, peneliti dapat mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan antara kedua metode tersebut.

Keunggulan metode eksperimen terletak pada kemampuannya menjelaskan hubungan kausal secara lebih meyakinkan dibandingkan metode lainnya. Dengan pengendalian variabel luar, hasil penelitian menjadi lebih valid dan dapat dijadikan dasar pengambilan kebijakan.

Namun demikian, penerapan eksperimen dalam konteks dakwah memerlukan perencanaan yang matang, terutama dalam menentukan variabel kontrol dan memastikan etika penelitian tetap terjaga. Oleh karena itu, desain eksperimen harus disusun secara sistematis agar tidak

mengganggu aktivitas dakwah yang berlangsung.

Dengan pendekatan eksperimen, manajemen dakwah dapat mengembangkan inovasi berbasis bukti empiris sehingga strategi yang diterapkan benar-benar terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas dan dampak dakwah.

Metode Korelasional

Penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel tersebut (Sekaran & Bougie, 2020). Dalam studi manajemen dakwah, metode ini sering digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang saling berkaitan dalam organisasi.

Sebagai contoh, hubungan antara kepemimpinan dakwah dan kinerja organisasi dapat dianalisis menggunakan teknik korelasi Pearson atau regresi sederhana (Field, 2024; Pallant, 2022). Hasil analisis menunjukkan apakah terdapat hubungan positif, negatif, atau tidak signifikan antara kedua variabel tersebut.

Selain itu, penelitian korelasional juga dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara fungsi

pengawasan (controlling) dengan keberhasilan program dakwah. Jika ditemukan korelasi yang kuat, maka fungsi pengawasan dapat dipandang sebagai faktor penting dalam peningkatan efektivitas organisasi.

Walaupun metode ini tidak dapat membuktikan sebab-akibat secara langsung, penelitian korelasional sangat bermanfaat dalam membangun dasar teoritis untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam.

Dengan demikian, metode korelasional membantu manajemen dakwah memahami pola hubungan antarvariabel sehingga dapat merumuskan strategi pengelolaan organisasi yang lebih tepat sasaran.

Metode Ex Post Facto

Metode ex post facto digunakan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi guna menemukan faktor-faktor yang memengaruhi hasil tertentu (Fraenkel et al., 2020). Dalam manajemen dakwah, metode ini relevan untuk mengevaluasi program yang telah selesai dilaksanakan.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menganalisis keberhasilan atau kegagalan suatu program dakwah dengan menelusuri variabel-variabel seperti kualitas perencanaan,

kepemimpinan, atau tingkat partisipasi jamaah.

Karena tidak ada manipulasi variabel, peneliti hanya mengkaji hubungan berdasarkan data yang telah tersedia. Oleh sebab itu, ketepatan dalam pemilihan variabel dan teknik analisis menjadi faktor penting dalam penelitian *ex post facto*.

Metode ini sangat berguna dalam pengambilan keputusan strategis karena memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap capaian program dakwah. Dengan demikian, *ex post facto* menjadi pendekatan evaluatif yang membantu organisasi dakwah melakukan refleksi dan perbaikan berbasis data.

Implementasi Metode Kuantitatif dalam Fungsi Manajemen Dakwah

Metode kuantitatif dapat diterapkan dalam seluruh fungsi manajemen dakwah, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Pada tahap perencanaan, survei kebutuhan jamaah dapat dilakukan untuk memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan Masyarakat.

Dalam fungsi pengorganisasian, data kuantitatif digunakan untuk menilai efektivitas struktur organisasi,

pembagian tugas, dan koordinasi antarbidang. Evaluasi ini membantu meningkatkan efisiensi kerja organisasi dakwah.

Pada tahap pelaksanaan (*actuating*), tingkat keterlibatan anggota dan partisipasi jamaah dapat diukur menggunakan indikator statistik seperti persentase kehadiran dan skor keterlibatan kegiatan. Sementara itu, dalam fungsi pengawasan (*controlling*), capaian target program dapat dievaluasi melalui analisis regresi, uji t, atau korelasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan program secara objektif.

Dengan penerapan metode kuantitatif yang sistematis, lembaga dakwah dapat mengambil keputusan berbasis data (*evidence-based decision making*) sehingga pengelolaan organisasi menjadi lebih profesional, transparan, dan akuntabel (Priyatna et al., 2025; Munir, 2021).

D. Kesimpulan

Ragam metode penelitian kuantitatif seperti survei, eksperimen, korelasional, dan *ex post facto* memiliki relevansi yang sangat tinggi dalam pengembangan kajian manajemen dakwah. Keempat

metode tersebut menyediakan kerangka ilmiah yang sistematis untuk memahami dinamika organisasi dakwah secara lebih terukur dan objektif. Melalui pendekatan ini, aktivitas dakwah tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi juga dianalisis berdasarkan data empiris yang dapat diuji secara statistik. Metode survei memberikan kontribusi penting dalam mengidentifikasi persepsi, tingkat kepuasan, serta partisipasi jamaah terhadap program dakwah. Dengan data kuantitatif yang terkumpul, lembaga dakwah dapat melakukan evaluasi berbasis indikator yang jelas dan terukur. Hal ini membantu organisasi dalam memahami kebutuhan masyarakat serta menyesuaikan program yang lebih tepat sasaran. Sementara itu, metode eksperimen memungkinkan pengujian efektivitas strategi atau inovasi dakwah melalui desain penelitian yang terkontrol. Pendekatan ini sangat berguna dalam menilai dampak suatu metode atau media dakwah tertentu terhadap peningkatan keterlibatan jamaah. Dengan demikian, kebijakan atau strategi yang diterapkan memiliki dasar empiris yang kuat. Metode korelasional turut memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi

hubungan antarvariabel dalam manajemen dakwah, seperti hubungan kepemimpinan dengan kinerja organisasi atau pengawasan dengan keberhasilan program. Meskipun tidak menunjukkan hubungan sebab-akibat secara langsung, metode ini membantu memperkuat pemahaman teoretis mengenai faktor-faktor yang saling berkaitan dalam pengelolaan dakwah.

Adapun metode *ex post facto* berperan dalam mengevaluasi program dakwah yang telah dilaksanakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalannya. Pendekatan ini penting dalam proses refleksi dan perbaikan berkelanjutan, sehingga organisasi dakwah dapat meningkatkan kualitas perencanaan dan pelaksanaan program di masa mendatang. Secara keseluruhan, pendekatan kuantitatif memberikan kerangka metodologis yang memungkinkan pengukuran objektif terhadap efektivitas program dan kinerja organisasi dakwah. Penggunaan analisis statistik dalam setiap fungsi manajemen baik perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dapat mendorong terciptanya pengelolaan

dakwah yang lebih sistematis, transparan, dan akuntabel. Dengan demikian, pemilihan desain penelitian kuantitatif yang tepat akan meningkatkan kualitas kajian manajemen dakwah sekaligus mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data. Integrasi metode kuantitatif dalam penelitian dan praktik manajemen dakwah menjadi langkah penting menuju profesionalisme pengelolaan dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Agustin, M., & Syaodih. (2008). *Bimbingan konseling untuk anak usia dini*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Brabender, V., & Fallon, A. (2009). *Group development in practice: guidance for clinicians and researchers on stages and dynamics of change*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Cipta, H. (2024). A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW STUDY ON DA'WAH AND ISLAMIC ECONOMIC EMPOWERMENT. *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 15(1), 102-131.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage Publications.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2020). *How to design and evaluate research in education* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Insani, M., & Sobirin, M. N. K. A. (2025). Upaya Mahasiswa Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Dalam Memenuhi Kebutuhan Finansial Selama Masa Studi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 277-287.
- Maghfiroh, R. (2023). Inovasi manajemen dakwah sebagai pendekatan dakwah Islam pada generasi milenial di Desa Trahan Kabupaten Rembang. *Jurnal Exact: Kajian Kemahasiswaan*, 1(2), 53-67.
- Mubarok, A., Bahri, E. S., & bin Mohammad Aslam, M. M. (2023). Determinants of the Success of Da'wah: Analysis of Indonesian Manuscripts. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 22(1), 13-33.
- Muin, M. T. (2022). Pengaruh media dakwah terhadap motivasi keislaman peserta didik: pendekatan kuantitatif korelasional. *Ad-DA'WAH*, 22(1).

- Munir, M. (2021). *Manajemen dakwah*. Prenada Media.
- Nurfadilah, S., & Jauhari, I. B. (2022). RESEARCH METHODS FOR THE DEVELOPMENT OF DA'WAH THEORY. *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 5(1), 79-92.
- Nurholis, K., Mansur, M., Samsu, S., & Basri, H. (2024). *Manajemen Dakwah Santri Pondok Pesantren Darul Hijrah Kecamatan Pondidaha Kabupaten Konawe*. Al-Munazzam: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Manajemen Dakwah, 4(1), 43-53.
- Pallant, J. (2022). *SPSS survival manual: A step-by-step guide to data analysis using IBM SPSS*. McGraw-Hill.
- Priyatna, S. E., Huda, N., & Hermina, D. (2025). *The integration of measurable and non-measurable instruments in quantitative da'wah research: An innovative framework for assessing da'wah efficacy*. Indonesian Journal of Islamic Communication, 8(1), 83–112.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach*. Wiley.
- Susanti, N. (2024). *Penerapan Fungsi Manajemen Dakwah dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kantor Urusan Agama (KUA) Danau Kerinci*. Journal of Da'wah, 3(1), 42-61.
- Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3910-3921.