

THE URGENCT OF MANAGEMENT IN DAKWAH

URGENSI MANAJEMEN DALAM DAKWAH

<https://uia.e-journal.id/spektra/article/1901>

DOI: DOI 10.34005/spektra.v3i2.1901

Submitted: 24-09-2021

Reviewed: 01-10-2021

Published: 15-10-2021

Khairan Muhammad Arif

khairanarif@gmail.com

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Ahmad Luthfi Choirullah

ahmadluthfi@gmail.com

Mahad Aly Zawiyah Jakarta

Ahmad Sujai

ahmadsujai@gmail.com

Universitas Islam As-Syafiiyah

Mohammad Adnan

moh.adnan@uinjkt.ac.id

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak:

Islam adalah agama dakwah yaitu agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk selalu aktif melakukan kegiatan dakwah . Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh dai dengan menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari hal yang mungkar dalam rangka mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. . Artikel ini mencoba menjawab bagaimana bentuk-bentuk perencanaan dakwah yang baik dan menghasilkan yang terbaik sesuai tuntutan syari'ah Dan bagaimana bentuk-bentuk pengorganisasian dakwah yang baik Untuk ini metode kualitatif digunakan dengan menganalisa beberapa literatur yang ada sehingga dapat memahami konsep dan pembahasannya dengan baik. Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah. Jika aktivitas dakwah dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen, maka "citra professional" dalam dakwah akan terwujud pada kehidupan masyarakat. Dengan demikian, dakwah tidak dipandang dalam objek ubudiyah saja, Dari Hudzaifah bin Al Yaman dari Nabi shallallahu "alaihi wasallam beliau bersabda: "Demi Dzat yang jiwaku berada di tangannya, hendaknya kalian beramar ma"ruf dan nahi

munkar atau jika tidak niscaya Allah akan mengirimkan siksa-NYA dari sisi-Nya kepada kalian, kemudian kalian memohon kepada-Nya namun do" a kalian tidak lagi dikabulkan.

Kata kunci: Dakwah; Managemen; Islam; Media

A. Pendahuluan

Islam adalah agama dakwah yaitu agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk selalu aktif melakukan kegiatan dakwah¹. Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya.² Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh dai dengan menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari hal yang mungkar dalam rangka mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Keberhasilan dari pelaksanaan dakwah dapat diukur dari kemampuan masyarakat yang menjadi sasaran atau objek dakwah mampu melaksanakan ajaran agama serta menjauhi hal-hal yang mungkar. Hal ini memerlukan aktivitas untuk mengadakan evaluasi atau memberikan penilaian terhadap materi yang disampaikan oleh dai kepada mad'u dan mad'u mampu memahami dan melaksanakan apa yang disampaikan oleh dai.³ Agar pelaksanaan dakwah dapat efektif, maka di lihat dari sudut pandang psikologi dakwah, ada beberapa ciri keefektifannya yaitu apabila dakwah memberikan pengertian kepada masyarakat atau mad'u tentang apa yang didakwahnya, mad'u merasa terhibur oleh dakwah yang diterima, dakwah berhasil meningkatkan hubungan baik antara dai dan mad'u, dakwah dapat mengubah sikap masyarakat, dan dakwah dapat memancing respon mad'u berupa tindakan.⁴ Untuk itu, pelaksanaan dakwah harus dirancang, disusun dan dikemas secara baik sehingga menghasilkan keefektifan dalam menjalankan aktivitas dakwah.

Dengan demikian, dai harus memahami manajemen dalam berdakwah, jika menginginkan dakwahnya berhasil dengan baik. Manajemen dakwah harus dimulai dengan perencanaan yang matang, pengorganisasian, pembiayaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi dakwah serta umpan baik dari kegiatan dakwah. Kegiatan ini merupakan fungsi manajemen yang harus dijalankan atau dilakukan oleh dai dalam berdakwah sehingga dapat mencapai tujuan dakwah.

الحقّ بلا النظام سيغلبه الباطل با لنظام

Untuk mengetahui urgensi manajemen dalam dakwah sehingga menanamkan kesemangatan dalam dakwah yang mana pelakunya merupakan sebaik-baik umat

¹ M. Masykur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Jakarta: Al-Amin Press, 1997), h. 8

² Didin Hafinuddin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Cet. III; Jakarta: Gema Insani Press, 1998), h. 76

³ Rafi'udin, Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, h. 15

⁴ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 15.

B. Metode

Artikel ini mencoba menjawab bagaimana bentuk-bentuk perencanaan dakwah yang baik dan menghasilkan yang terbaik sesuai tuntutan syari'ah? Dan bagaimana bentuk-bentuk pengorganisasian dakwah yang baik? Untuk ini metode kualitatif digunakan dengan menganalisa beberapa literatur yang ada sehingga dapat memahami konsep dan pembahasannya dengan baik.

C. Hasil dan Diskusi

1. Pengertian Manajemen Dakwah

Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah.⁵

Jika aktivitas dakwah dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen, maka “citra profesional” dalam dakwah akan terwujud pada kehidupan masyarakat. Dengan demikian, dakwah tidak dipandang dalam objek ubudiyah saja, akan tetapi diinterpretasikan dalam berbagai profesi. Inilah yang dijadikan inti dari pengaturan secara manajerial organisasi dakwah. Sedangkan efektivitas dan efisiensi dalam penyelenggaraan dakwah adalah merupakan suatu hal yang harus mendapatkan prioritas. Aktivitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif jika apa yang menjadi tujuan benar-benar dapat dicapai, dan dalam pencapaiannya dikeluarkan pengorbanan-pengorbanan yang wajar. Atau lebih tepatnya, jika kegiatan lembaga dakwah yang dilaksanakan Menurut prinsip-prinsip manajemen akan menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan dan akan menumbuhkan sebuah citra (image) profesionalisme dikalangan masyarakat, khususnya jasa dari profesi da'i.⁶

Jadi manajemen dakwah adalah aktivitas dakwah yang dikelola oleh prinsip-prinsip manajemen dengan melaksanakan fungsi-fungsi manajemen itu sendiri yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Inilah yang merupakan inti dari manajemen dakwah, yaitu sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.

⁵ (Shaleh, 1993: 123)

⁶ (Muhtarom, 1996: 37).

Pengertian Manajemen: Pengarahan usaha yg bertanggungjawab atas sukses dan gagalnya suatu kegiatan dlm mencapai tujuan tertentu melalui kerjasama dgn orang lain.⁷ Proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengawasan, pengendalian tiap anggota oraganisasi dan menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi yg telah ditetapkan sebelumnya (R. Kritner 1998) Proses Planning, Organizing, actuating dan controlling untuk optimalisasi sumber-sumber daya dan tugas-tugas untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efesien (G.R. Terry) Proses Planning, Actuating dan Evaluating SDA dan SDM Umat untuk mencapai tujuan yang ditentukan.⁸

2. Manajemen dan Media dakwah

a. Pengertian Manajemen Dakwah

Pengarahan usaha yg bertanggungjawab atas sukses dan gagalnya suatu kegiatan dlm mencapai tujuan tertentu melalui kerjasama dgn orang lain.⁹ Proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengawasan, pengendalian tiap anggota oraganisasi dan menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi yg telah ditetapkan sebelumnya.¹⁰ Proses Planning, Organizing, actuating dan controlling untuk optimalisasi sumber-sumber daya dan tugas-tugas untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dn efesien (G.R. Terry) Proses Planning, Actuating dan Evaluating SDA dan SDM Umat untuk mencapai tujuan yang ditentukan.¹¹

b. Manfaat Manajemen Dakwah

- 1) Efisiensi Kerja
- 2) Kerja Efektif
- 3) Tepat Sasaran
- 4) Tercapai Tujuan
- 5) Profesional
- 6) Kerja Sama
- 7) Ukhuwah
- 8) Keunggulan
- 9) Kesuksesan
- 10) Pahala Besar

⁷ (Edward Freeman 1995)

⁸ Khairan 2015)

⁹ (Edward Freeman 1995)

¹⁰ (R. Kritner 1998)

¹¹ (Khairan 2015)

c. Pengertian Dakwah Dalam Al Qur'an

Dalam Al-Qur'an kata dakwah dalam bentuk mashdar **دعوة** memiliki bermacam-macam pengertian, diantaranya; dakwah bermakna do'a (QS: Al-Baqarah: 186), bermakna ajakan (QS: Ar-ra'du: 14), bermakna membangkitkan (QS: Ar-rum: 25), bermakna seruan (QS: Al-Mukmin: 43).

d. Pengertian Dakwah dalam As Sunnah

Dari Hudzaifah bin Al Yaman dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam beliau bersabda: "Demi Dzat yang jiwaku berada di tangannya, hendaknya kalian beramar ma'ruf dan nahi munkar atau jika tidak niscaya Allah akan mengirimkan siksa-Nya dari sisi-Nya kepada kalian, kemudian kalian memohon kepada-Nya namun do'a kalian tidak lagi dikabulkan. (HR. Tirmidzi dan Ahmad)

Dari 'Abdullah bin 'Amru bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Sampaikan dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar) dari Bani Isra'il dan itu tidak apa (dosa). Dan siapa yang berdusta atasku dengan sengaja maka bersiap-siaplah menempati tempat duduknya di neraka"(HR. Bukhari, Tirmidzi, Abu Daud, Ahmad)

e. Dakwah Menurut Para Ulama

Ibnu Taimiyah: "Seruan kepada keimanan pada Allah Swt dan terhadap apa yang dibawa oleh Rasulullah Saw, sehingga manusia meyakini apa yang diberitakan kepada mereka dan taat pada perintah para asul-Nya, termasuk dakwah kepada dua kalimat syahadat, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, berpuasa di bulan ramadhan, menunaikan ibadah haji, juga berdakwah kepada keimanan pada Allah, malaikat-malaikatNya, kitab-kitab yang diturunkanNya, Rasul-rasul yang diutusNya, hari kebangkitan, iman kepada Qadha dan QadarNya yang baik maupun yang buruk, serta dakwa kepada penyembahan Allah swt seakan-akan melihat Allah swt

Imam Hasan Al-Banna': Dakwah adalah menjelaskan bahwa dakwah yang sesungguhnya adalah seruan dan ajakan kepada Allah yang tidak mengandung tendensi pribadi, materi dan untuk tujuan kelompok tertentu kecuali hanya mengharap keridhaan Allah swt, sebagaimana firman Allah swt dalam surat yusuf: 108

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Terjemah:

Katakanlah (Muhammad), "Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan yakin, Mahasuci Allah, dan aku tidak termasuk orang-orang musyrik."

Abdul Karim Zaidan berkata: “Dakwah kejalan Allah adalah seruan dan ajakan kepada agama Allah swt yaitu Islam, yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw yang bersumber dari Allah swt, oleh karenanya Islam adalah hakikat dan materi utama dakwah Islamiyah.”¹²

Adam Abdullah bahwa adakwah adalah “Upaya merubah pandangan dan pemikiran manusia kepada akidah yang bermanfaat bagi mereka di dunia dan ahirat Bahi Al-Khuliy seorang Ulama besar AlAzhar University: Dakwah adalah “Upaya memindahkan kondisi umat islam dari kondisi yang ada kepada kondisi yang lebih baik Ra’uf Syalabi Dakwah adalah “Gerakan Islam, baik dalam bentuk teori maupun praktek Muhammad Abu al-fath al-Bayanuniy: “Dakwah adalah usaha sadar menyampaikan Islam kepada manusia mengajarkanya dan memperaktekkannya dalam kehidupan merka sehari-hari.”¹³

Khairan M. Arif: Dakwah adalah “Seluruh usaha sadar mengajak orang lain kepada islam, merubah dan meningkatkan pengetahuan dan praktek keislaman mereka menjadi lebih baik dan dinamis (haraki) yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan karena Allah semata, demi keselamatan mereka di dunia dan ahirat”.¹⁴

f. Aspek-Aspek dalam Kegiatan Manajemen Dakwah

Adapun aspek-aspek dalam kegiatan manajemen dakwah yaitu :

1) Aspek perencanaan dakwah

Perencanaan merupakan pangkal tolak dari suatu aktivitas managerial. Oleh karena itu, perencanaan memiliki peran yang sangat urgen dalam suatu organisasi, sebab ia merupakan dasar dan titik tolak dari aktivitas selanjutnya. Agar proses dakwah dapat memperoleh hasil yang maksimal, maka perencanaan merupakan sebuah keharusan. Setiap sesuatu itu membutuhkan perencanaan, sebagaimana

Rasulullah saw. bersabda : *“Jika anda ingin mengerjakan suatu pekerjaan, maka pikirkanlah akibatnya, jika pekerjaan itu baik ambillah dan jika pekerjaan itu buruk, maka tinggalkanlah”* (HR Ibnu al-Mubarak)

Dalam organisasi dakwah, merencanakan menyangkut merumuskan tujuan organisasi, menetapkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan menyusun hirarki lengkap rencana-rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan semua aktivitas.

¹²

¹³

¹⁴ Khairan Muhammad Arif. *Makalah Manajemen dan Media Dakwah*

Pada perencanaan dakwah bertujuan untuk menentukan langkah dan program dalam menentukan setiap sasaran, menentukan materi yang akan disampaikan, metode yang digunakan, media, serta dai yang akan menjadi pelaksana dakwah. Suatu perencanaan dakwah hendaknya memenuhi kriteria yaitu :

- a) Meyakini bahwa apa yang akan dilakukan adalah baik, dan landasannya adalah al-Qur'an dan Hadis
- b) Pastikan bahwa aktivitas dakwah yang akan dilaksanakan memiliki manfaat yang baik atau memiliki kemaslahatan bagi umat
- c) Untuk merencanakan aktivitas dakwah, dai harus memiliki ilmu pengetahuan yang memadai, sehingga dapat melaksanakan dakwahnya sesuai kompetensi ilmunya
- d) Dipikirkan dan dianalisis proses dakwahnya serta kelanjutan dari aktivitas dakwah yang akan dilaksanakan
- e) Memperkirakan dan memperhitungkan masa depan serta menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta penjadwalan waktu, lokasi, biaya, materi, metode, dan media yang akan digunakan.

Proses perencanaan dakwah merupakan tindakan sistematis yang dapat membantu mengidentifikasi cara-cara yang lebih baik untuk mencapai tujuan dakwah.

Dengan melakukan perencanaan dakwah maka akan memberikan manfaat yaitu :

- i. Dapat memberikan batasan tujuan dakwah sehingga mampu mengarahkan para dai secara tepat dan maksimal
- ii. Menghindari penggunaan secara sporadic sumber daya manusia dan benturan aktivitas dakwah yang tumpang tindih
- iii. Dapat melakukan prediksi dan antisipasi mengenai berbagai problema dan merupakan sebuah persiapan dini untuk memberikan solusi dari setiap problem dakwah
- iv. Dapat melakukan pengorganisasian dan penghematan waktu dan pengelolaannya secara baik
- v. Dapat melakukan pengawasan sesuai dengan ukuran-ukuran objektif

Perencanaan harus didahului dengan penelitian dan persiapan yang matang baik yang menyangkut tenaga sumber daya manusia, metode yang diterapkan dan komponen lainnya dalam berdakwah. Dengan perencanaan ini maka aktivitas dapat berjalan dengan baik, arah dan target dapat dengan mudah dicapai.¹⁵ Keharusan melakukan perencanaan, sesuai dengan QS. al-Hasyr/59:18, Allah swt. berfirman :

¹⁵ Awaluddin Pimay, Manajemen Dakwah: Suatu Pengantar (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013), h. 9

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ فُسُحُومًا مِمَّا قَدَّمْتُمْ لَعْنَةً وَأْتُوا اللَّهَ أَنَّى كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”

Dengan demikian, kegiatan perencanaan dakwah merupakan kunci awal dalam melaksanakan proses dakwah agar memudahkan dai mencapai tujuan dakwah. Oleh karena itu, dakwah harus direncanakan secara matang sehingga memudahkan proses kegiatan dakwah selanjutnya.

2) Aspek pengorganisasian dakwah

Hani Handoko dalam Hasanuddin mengemukakan bahwa pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya.¹⁶ Pengorganisasian atau dalam istilah agama disebut al-thanzim merupakan wadah atau menekankan pada pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis. Sebagaimana terdapat dalam QS. al-Shaff/61:4 :

إِنَّ اللَّيْبُ الَّذِينَ يِقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بِنْيَانٌ مَّرْصُومٌ

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.

Tugas dai selain merencanakan dakwahnya, juga merancang sebuah struktur organisasi yang memungkinkan mereka untuk mengerjakan program dakwah secara efektif dan efisien untuk mencapai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuan organisasi.

Organisasi dakwah memiliki tujuan dalam hal membagi kegiatan-kegiatan dakwah menjadi departemen-departemen atau divisi-divisi dan tugas-tugas yang terperinci dan spesifik, membagi kegiatan dakwah serta tanggung jawab yang berkaitan dengan masing-masing jabatan atau tugas dakwah, mengkoordinasikan berbagai tugas organisasi dakwah, mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan dakwah ke dalam unit-unit, membangun hubungan di kalangan dai, baik secara individual, kelompok dan departemen, menetapkan garis-garis wewenang formal, mengalokasikan dan

¹⁶ Hasanuddin, Manajemen Dakwah (Jakarta : UIN Jakarta Press, 2015), h. 112.

memberikan sumber daya organisasi dakwah, serta dapat menyalurkan kegiatan-kegiatan dakwah secara logis dan sistematis.¹⁷

Organisasi dakwah dapat dirumuskan sebagai rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah dalam melaksanakan kegiatan dakwah melalui pembagian dan pengelompokan pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja diantara satuan-satuan organisasi. Pengorganisasian mengandung koordinasi yang mendatangkan keuntungan berupa terpadunya berbagai kemampuan dan keahlian dari pelaksana dakwah dalam satu kerangka kerjasama dakwah yang semuanya diarahkan pada sasaran yang telah ditentukan.¹⁸ Pengorganisasian dakwah sangat penting, sebab pada proses pengorganisasian ini akan menghasilkan sebuah rumusan struktur organisasi dakwah dan pendelegasian wewenang serta tanggung jawab dalam pelaksanaan dakwah.¹⁹ Selain itu, keberadaan organisasi dakwah akan mampu melestarikan dan menebarkan nilai-nilai ajaran Islam kepada penerima dakwah melalui penerapan program dakwah. Dengan demikian, peran organisasi dakwah sangat penting dalam mempengaruhi kehidupan sosial umat sehingga membawa perubahan bagi umat dan tercapai kerukunan, kedamaian dan kemaslahatan.

Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam pengorganisasian dakwah yaitu desain organisasi dakwah dan struktur organisasi dakwah. Desain organisasi dakwah dapat dilakukan dengan melibatkan keputusan-keputusan dalam melakukan spesialisasi dakwah, departementalisasi, sentralisasi, desentralisasi dan formalisasi dari dakwah. Sedangkan struktur organisasi dakwah berkenaan dengan kerangka formal organisasi dakwah. Dengan kerangka tersebut posisi atau jabatan diberikan tugas pokok masing-masing, dikelompokkan dan dikoordinasikan. Struktur organisasi dakwah ini menjadi sarana untuk membantu pimpinan organisasi dakwah dalam mencapai sasaran.

Hadis Rasulullah saw. yang menjadi landasan dalam melakukan pengorganisasian dakwah yaitu “Dua orang itu lebih baik dari satu, tiga lebih baik dari dua orang dan empat orang lebih baik dari tiga orang, maka berjamaahlah kamu sekalian, sesungguhnya Allah tidak mengumpulkan umat kami kepadanya ada petunjuk.” (HR. Bukhari)

Dengan demikian, pengorganisasian dakwah dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan unsur-unsur dakwah baik pelaku dakwah maupun penerima dakwah.

Dengan pengelompokan ini maka memudahkan dalam pelaksanaan program dakwah.

¹⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 298.

¹⁸ Hamriani HM, *Organisasi dalam Manajemen Dakwah dalam Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 14, No. 2, Desember 2013, h. 239-249. Diakses pada tanggal 4 November 2018.

¹⁹ Hamriani HM, *Organisasi dalam Manajemen Dakwah*, h.240.

3) Aspek pergerakan dakwah

Aspek lain yang harus menjadi perhatian bagi pelaku dakwah sebagai bagian dari manajemen dakwah adalah pergerakan dakwah. Ada beberapa hal yang menjadi perhatian dalam aspek pergerakan dakwah yaitu:

- a) Spiritual Seorang dai harus dapat meningkatkan ketahanan spiritualnya sehingga memperkuat pelaksanaan tugasnya sebagai sebuah amanah yang diembannya. Dai harus memiliki program personal dalam meningkatkan spiritualnya terutama berkaitan dengan ibadah dan muamalah.
- b) Pemikiran Dai harus senantiasa memperkuat pemikirannya melalui berbagai pengamatan dan pengkajian. Oleh karena itu, dai harus mengembangkan dirinya untuk selalu menambah dan meningkatkan wawasan pengetahuannya agar dapat membantu penerima dakwah dalam menghadapi berbagai persoalan yang dihadapinya
- c) Material Dai harus memiliki kemampuan dalam mencari penghidupan bagi dirinya. Oleh karenanya, seorang dai harus memiliki kemampuan *interpreneurship* agar tidak menjadi beban bagi penerima dakwah.
- d) Penguasaan lapangan Seorang dai harus mengetahui kondisi atau lingkungan dari penerima dakwah. Dengan memahami lingkungan dan kondisi penerima dakwah memudahkan dai dalam menjalankan dakwahnya sehingga dai dapat memprediksi peluang dan kendala yang nantinya dihadapi dalam proses dakwah
- e) Gerakan dakwah Dai harus menguasai gerakan dakwahnya. Dengan penguasaan ini dai dapat mengikuti laju dakwahnya. Pemahaman terhadap gerakan dakwah yang tepat dapat memunculkan sikap dan tindakan dai terhadap apa yang akan dilakukan untuk kepentingan dakwahnya.

Dalam melaksanakan pergerakan dakwah, ada beberapa langkah yang harus ditempuh yaitu pemberian motivasi, pembimbingan, perjalinan hubungan, penyelenggaraan komunikasi, dan pengembangan sumber daya manusia.²⁰ Adapun langkah tersebut dapat dijelaskan berikut ini :

i. Pemberian motivasi

Pemberian motivasi merupakan salah satu aktivitas yang harus dilakukan pimpinan dakwah dalam rangka pergerakan dakwah. Pada pelaksanaan dakwah, timbulnya kesediaan untuk melaksanakan tugastugas dakwah serta tetap terpeliharanya semangat pengabdian adalah karena

²⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, h. 300-308

adanya dorongan atau motivasi tertentu. Dengan pemberian motivasi tersebut maka dakwah dapat dijalankan dan mendorong para pelaku dakwah untuk mendapatkan keridhaan Allah swt.

ii. Pembimbingan

Pembimbingan merupakan tindakan pimpinan yang dapat menjamin terlaksananya tugas-tugas dakwah yang sesuai dengan rencana, kebijaksanaan dan ketentuan-ketentuan, agar apa yang menjadi tujuan dan sasaran dakwah dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Pembimbingan dilakukan dengan memberikan perintah atau petunjuk dan usaha-usaha lainnya yang dapat mempengaruhi dan menetapkan arah tindakan pelaku dakwah. Dengan bimbingan yang tepat dan kesadaran pelaksana dakwah dalam menjalankan perintah terhadap pimpinan dakwah maka usaha dakwah akan berjalan baik dan efektif.

iii. Perjalinan hubungan

Salah satu langkah dalam melakukan pergerakan dakwah adalah perjalinan hubungan. Langkah ini bertujuan untuk menjamin terwujudnya harmonisasi dan sinkronisasi usaha-usaha dakwah. Ada beberapa cara yang digunakan dalam langkah ini adalah melakukan musyawarah untuk mencapai mufakat, wawancara dengan para pelaksana dakwah, adanya buku pedoman dan tata kerja serta adanya memo berartai bagi pelaksana dakwah.

iv. Penyelenggaraan komunikasi

Dalam melaksanakan pergerakan dakwah dibutuhkan komunikasi yang baik antara pimpinan dan pelaksana dakwah. Komunikasi ini akan berjalan efektif jika memperhatikan beberapa hal yaitu memilih informasi yang akan dikomunikasikan, mengetahui cara-cara menyampaikan informasi, mengenal dengan baik pihak penerima komunikasi, membangkitkan pihak penerima informasi, membangun dan meningkatkan pelaksanaan melalui berbagai kegiatan dakwah untuk mengembangkan kesadaran, kemampuan, keahlian dan keterampilan pelaku dakwah.

v. Pengembangan sumber daya manusia

Langkah terakhir yang dilakukan dalam pergerakan dakwah adalah peningkatan sumber daya manusia. Ada beberapa cara yang dapat ditempuh dalam meningkatkan sumber daya manusia yaitu edukasi atau pendidikan, training atau pelatihan, peningkatan kompetensi dan melakukan pembelajaran.

Kelima langkah di atas harus menjadi perhatian bagi pimpinan dan pelaksana dakwah dalam menjalankan pergerakan dakwahnya sehingga memudahkan tercapainya tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.

g. Unsur-Unsur Manajemen

Dalam proses manajemen tidak terlepas dengan yang namanya unsur. Karena unsur merupakan suatu komponen yang terkandung di dalam suatu hal atau benda, maka unsur-unsur manajemen berarti bahan atau komponen yang terkandung atau berada di dalam unsur-unsur manajemen itu sendiri. Adapun unsur-unsur manajemen yaitu:

1) Man (manusia)

Dalam unsur manajemen manusia merupakan unsur yang paling penting untuk pencapaian sebuah tujuan yang ditentukan. Sehingga berhasil atau tidaknya manajemen tergantung dari kemampuan manusianya. B

2) Money (uang)

Segala bentuk aktivitas kegiatan dalam sebuah lembaga tentu membutuhkan uang untuk operasional kegiatan.

3) Material (bahan-bahan)

Dalam melakukan kegiatan manusia membutuhkan bahan-bahan material, karena material membutuhkan unsur pendukung manajemen dalam pencapaian tujuan.

4) Machine (mesin)

Mesin mempunyai peranan sangat penting agar proses produksi dan pekerjaan berjalan efektif dan efisien.

5) Method (metode)

Untuk melaksanakan pekerjaan perusahaan perlu membuat alternatif alternatif agar produk bisa berdaya guna dan menawarkan berbagai metode baru untuk lebih cepat dan baik dalam menghasilkan barang dan jasa.

6) Market (pemasaran)

Pasar mempunyai peranan penting dalam mencapai tujuan terakhir. Pasar menghendaki seorang manajer untuk mencapai orientasi ke depannya (Siagian, 1997: 76-77).

h. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (penerima dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), dan thariqah (metode). Awaludin Pimay (2006: 21) menyebutkan bahwa unsur-unsur dakwah dibagi menjadi lima yaitu:

1) **Da'i (subjek dakwah)**

Secara teoritis subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan da'i adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat umum. Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (da'i) dapat dipahami dalam dua pengertian. Pertama, da'i adalah setiap muslim/ muslimat yang melakukan aktifitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah “ *balligu ‘anni walau ayat*”. Menurut pengertian ini, semua muslim termasuk dalam kategori da'i, sebab ia mempunyai kewajiban menyampaikan pesan-pesan agama setidak-tidaknya kepada anak, keluarga atau pada dirinya sendiri. Jadi, pengertian da'i semacam ini lebih bersifat universal, karena semua orang Islam termasuk dalam kategori da'i.

Kedua, da'i dialamatkan kepada mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah Islam dan mempraktekkan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan segenap kemampuannya baik dari segi penguasaan konsep, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah

2) **Mad'u (objek dakwah)**

Objek dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah. Mereka adalah orang-orang yang telah memiliki atau setidak-tidaknya telah tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan selain Islam. Karena itu, objek dakwah senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural, sehingga objek dakwah ini akan senantiasa mendapatkan perhatian dan tanggapan khusus bagi pelaksanaan dakwah. M. Munir (2009: 107) mengutip dari M. Bahri Ghazali mengelompokkan mad'u berdasarkan tipologi dan klasifikasi masyarakat. Berdasarkan tipe, masyarakat dibagi dalam lima tipe, yaitu:

- i. **Tipe innovator**, yaitu masyarakat yang memiliki keinginan keras pada setiap fenomena sosial yang sifatnya membangun, bersifat agresif dan tergolong memiliki kemampuan antisipatif dalam setiap langkah.
- ii. **Tipe pelopor**, yaitu masyarakat yang selektif dalam menerima pembaharuan dengan pertimbangan tidak semua pembaharuan dapat membawa perubahan yang positif. Untuk menerima

atau menolak ide pembaharuan, mereka mencari pelopor yang mewakili mereka dalam menggapai pembaharuan itu

iii. **Tipe pengikut dini**, yaitu masyarakat sederhana yang kadangkadang kurang siap mengambil resiko dan umumnya lemah mental. Kelompok masyarakat ini umumnya adalah kelompok kelas dua di masyarakat, mereka perlu seorang pelopor dalam mengambil tugas kemasyarakatan.

iv. **Tipe pengikut akhir**, yaitu masyarakat yang ekstra hati-hati sehingga berdampak kepada anggota masyarakat yang skeptis terhadap sikap pembaharuan. Karena faktor kehati-hatian yang berlebih, maka setiap gerakan pembaharuan memerlukan waktu dan pendekatan yang sesuai untuk bisa masuk.

v. **Tipe kolot**, ciri-cirinya tidak mau menerima pembaharuan sebelum mereka benar-benar terdesak oleh lingkungannya.

Sedangkan berdasarkan klasifikasi, masyarakat dapat dihampiri dengan dua pendekatan yaitu:

- i. Pendekatan kondisi sosial budaya, yang terbagi dalam masyarakat kota dan desa.
- ii. Pendekatan tingkat pemikiran, terbagi dalam dua kelompok, yaitu: kelompok masyarakat maju (industri), dan kelompok masyarakat terbelakang.

Berdasarkan data rumpun mad'u di atas, dapat dikelompokkan dengan lima tinjauan, yaitu:

- i. Mad'u ditinjau dari segi penerimaan dan penolakan ajaran Islam, terbagi dua yaitu muslim dan non-muslim.
- ii. Mad'u ditinjau dari segi tingkat pengamalan ajaran agamanya, terbagi tiga, dzalimun linafsih (orang fasik dan ahli maksiat), sabiqun bi alkhairat (orang yang saleh dan bertakwa), muqtashid (mad'u yang labil keimanannya).
- iii. Mad'u ditinjau dari tingkat pengetahuan agamanya, terbagi tiga yaitu: ulama, pembelajar, dan awam.
- iv. Mad'u ditinjau dari struktur sosialnya, terbagi tiga yaitu: pemerintah, masyarakat maju, dan terbelakang. e) Mad'u ditinjau dari prioritas dakwah, dimulai dari diri sendiri, keluarga, masyarakat.

3) Maddah dakwah (materi dakwah)

Materi dakwah (Maddah Da'wah) adalah pesan-pesan dakwah islam atau segala sesuatu yang harus di sampaikan da'i kepada mad'u dakwah, yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada di dalam kitabullah maupun Sunnah Rasulnya. Pesan-pesan dakwah yang di sampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam.²¹

i. Efektivitas Manajemen Dalam Dakwah

Dakwah mensyaratkan sebuah manajemen yang baik guna memastikan dakwah yang disampaikan dapat diterima langsung oleh masyarakat atau mad'u. pengelolaan dakwah yang baik akan menghasilkan perubahan dan meningkatkan efektivitas dakwah. Oleh karena itu, sangat penting untuk memaksimalkan fungsi manajemen agar semua program dan kegiatan suatu organisasi dakwah dapat berjalan sebagaimana mestinya.²²

Manajemen dakwah merupakan suatu pengelolaan dakwah secara efektif dan efisien melalui suatu organisasi yang terintegrasi yang secara sadar ditetapkan untuk mencapai tujuan. Dalam arti bahwa manajemen dakwah sebagai suatu upaya sadar yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi yang direncanakan bersama-sama oleh stakeholder atau yang terlibat dalam pengelolaan organisasi dan sasaran yang menjadi targetnya. Kegiatan ini sangat diperlukan agar aktivitas dakwah dijalankan sesuai dengan model-model manajemen modern.

Ada beberapa langkah yang dapat ditempuh dalam proses manajemen dakwah yaitu :

1) Menentukan Visi dan Misi Visi dan misi suatu organisasi dakwah harus jelas. Visi dan misi ini harus berpedoman pada ajaran Islam sebagai nilai-nilai universal dalam kegiatan dakwah. Gambaran masa depan dari kegiatan dakwah tertuang dalam visi. Sedangkan misi merupakan penjabaran dari visi. Misi dituangkan dalam bentuk program. Misi inilah yang memberikan petunjuk atau arah kepada manajemen dalam proses penentuan keputusan agar kegiatan dakwah sesuai dengan visi organisasi dan diwujudkan dalam koridor Al-Quran dan Hadis. Untuk memahami visi suatu organisasi maka diperlukan tatanan organisasi. Misi bertujuan untuk memberikan pedoman dalam pengelolaan atau manajemen sesuai dengan kegiatan dakwahnya. Visi dan misi memiliki substansi yang berbeda, namun saling berkaitan.²³

Dengan demikian, sebuah organisasi dakwah harus memiliki visi dan misi yang jelas agar dapat menjalankan dan memanaje kegiatan dakwah dengan baik.

²¹ (Amin, 013: 88).

²² Andy Dermawan, Manajemen Dakwah Kontemporer di Kawasan Perkampungan : Studi Pada Kelompok Pengajian Asmaul Husna, Potorono, Banguntapan, Bantul DIY dalam Jurnal MD : Membangun Profesionalisme Keilmuan, Edisi Januari-Juni 2016.

²³ Munir dan Ilahi, Manajemen Dakwah, h. 84-85.

- a) Menentukan Tujuan Tujuan adalah dunia cita atau sesuatu yang ingin diwujudkan. Suatu kegiatan yang dilakukan harus berlandaskan pada tujuan. Begitu pula dalam kegiatan dakwah harus memiliki tujuan. Tujuan sangat penting bagi organisasi dakwah. Tujuan merupakan sebuah pernyataan yang memiliki makna yaitu keinginan yang dijadikan pedoman bagi organisasi dakwah dalam memanager dakwah untuk mencapai hasil tertentu. Oleh karena itu, tujuan dalam organisasi dakwah harus jelas dan realistis.
- b) Rencana Operasional Dalam organisasi dakwah harus memiliki rencana operasional yaitu memilih rencana terbaik dari alternatif-alternatif yang telah dipersiapkan.
- c) Menetapkan urutan kegiatan dan waktu secara rinci bagi rencana yang telah ditetapkan
- d) Mengelompokkan anggota dalam organisasi dakwah sesuai dengan bidang masing-masing
- e) Mengecek kemajuan rencana yang telah diusulkan
- f) Menganalisis data dan mengklasifikasikan data, informasi, dan fakta serta hubungan-hubungannya
- g) Menentukan solusi atau alternatif untuk memecahkan masalah yang terjadi
- h) Memilih solusi terbaik untuk mencapai hasil yang maksimal.²⁴

Dengan mengacu pada langkah di atas, maka organisasi dakwah dapat menjalankan dakwahnya dengan baik sesuai dengan tujuan dakwah yang telah ditetapkan atau sesuai dengan visi dan misi karena dakwah dikelola dengan baik sesuai dengan prosedur yang ada.

D. PENUTUP

Dakwah merupakan ajakan kepada orang lain untuk berbuat baik dan melarang untuk berbuat jahat demi untuk keselamatan di dunia dan di akhirat. Dakwah adalah tugas dan kewajiban bagi semua umat Islam. Orang yang berdakwah atau dai harus memiliki kemampuan ilmu agama yang baik dan akhlak yang baik sehingga dapat menjadi teladan bagi masyarakat. Kegiatan dakwah tidak hanya fokus pada proses penyampaiannya saja akan tetapi sebelum pelaksanaan sampai pada akhir kegiatan dakwah. Kegiatan inilah yang disebut dengan kegiatan dalam manajemen dakwah. Kegiatan dakwah harus dirancang, diatur, dikelola dan dikoordinasikan dengan baik oleh dai atau organisasi dakwah. Manajemen dakwah bertujuan dan berguna sebagai penuntun dan pemberi arah dalam pelaksanaan dakwah sehingga dapat diwujudkan secara profesional dan berkualitas. Fungsi dari manajemen dakwah dimulai dari perencanaan yang baik, pengorganisasian, penggerakan atau pelaksanaan,

²⁴ Hasibuan, 2009, h. 112.

pengendalian dan evaluasi dakwah. Dalam mengelola dakwah maka banyak komponen yang terlibat mulai dari kemampuan dai atau sumber daya manusia dalam organisasi dakwah, material, dana atau biaya, alat atau media, metode, dan komponen lainnya. Dengan melakukan manajemen dakwah maka akan menghasilkan dakwah yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

1. Amin, M. Masykur. *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Jakarta: Al-Amin Press, 1997.
2. Arusy, S., & Uyuni, B. (2020, September). EFFECTIVE CONCEPTS AND METHODS OF DAKWAH IN THE GLOBAL WORLD. In *Proceeding International Da'wah Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 232-254).
3. Dermawan, Andy. *Manajemen Dakwah Kontemporer di Kawasan Perkampungan: Studi*
4. *Pada Kelompok Pengajian Asmaul Husna, Potorono, Banguntapan, Bantul DIY* dalam Jurnal MD: Membangun Profesionalisme Keilmuan, Edisi Januari-Juni 2016.
5. Faizah dan Effendi, Lalu Muchsin. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
6. Hafinuddin, Didin. *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Cet. III; Jakarta: Ge,ma Insani Press, 1998.
7. Hamriani HM. *Organisasi Dalam Manajemen Dakwah* dalam Jurnal Dakwah Tabligh, Vol.
8. 14, No. 2, Desember 2013, h. 239-249. Diakses pada tanggal 4 November 2018.
9. Hasanuddin. *Manajemen Dakwah* Jakarta: UIN Jakarta Press, 2015.
10. Jawahir, M., & Uyuni, B. (2019). MOSQUE-BASED COMMUNITY EMPOWERMENT. *Spektra: Jurnal ilmu-ilmu sosial*, 1(1), 36-43.
11. Luthfiyyah, N., & Uyuni, B. (2019). COMMUNITY DEVELOPMENT BASED ON THE GREAT MOSQUE [CASE STUDY OF AL-BARCAH, BEKASI MOSQUE] DAKWAH AND THE DEVELOPMENT OF ISLAMIC COMMUNITIES. *Spektra: Jurnal ilmu-ilmu sosial*, 1(1), 1-9.
12. Munir dan Ilahi, Wahyu. *Manajemen Dakwah*. Cet. II; Jakarta: Kencana, 2009.
13. Pimay, Awaluddin. *Manajemen Dakwah: Suatu Pengantar*. Cet I; Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013
14. Rafi'udin, Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*.
15. Saleh, Abd. Rosyad. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 1997.
16. Sari, E. K. (2020). THE DAKWAH PARADIGM IN THE MILLENNIAL ERA. *Spektra: Jurnal ilmu-ilmu sosial*, 2(1), 46-51.
17. Uyuni, B. (2020, September). The Medina Society as the Ideal Prototype for Community Development. In *Proceeding International Da'wah Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 80-104).