

BAB II

STRATEGI DAKWAH

2.1. Strategi Dakwah

2.1.1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "*concerning the movement of organisms in respons to external stimulus*" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar). Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan (Pimay, 2005: 50). Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal (Arifin, 2003: 39). Dengan demikian, strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005: 50).

Strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi, termasuk keperluan

ekonomi, sosial, budaya, dan agama. Strategi ini dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak terlepas dari strategi. Adapun tentang taktik, sebenarnya merupakan cara yang digunakan, dan merupakan bagian dari strategi. Strategi yang disusun, dikonsentrasikan, dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut strategis (Rafi'udin dan Djaliel, 1997: 76). Menurut Hisyam Alie yang dikutip Rafi'udin dan Djaliel, untuk mencapai strategi yang strategis harus memperhatikan apa yang disebut SWOT sebagai berikut:

1. *Strength* (kekuatan), yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya, beberapa piranti yang dimiliki.
2. *Weakness* (kelemahan), yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki sebagai kekuatan, misalnya kualitas manusianya, dananya, dan sebagainya.
3. *Opportunity* (peluang), yakni seberapa besar peluang yang mungkin *tersedia* di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat diterobos.
4. *Threats* (ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar (Rafi'udin dan Djaliel, 1997: 77).

2.1.2. Strategi Dakwah

Dalam pengertian keagamaan, dakwah memasukkan aktifitas *tabligh* (penyiaran), *tatbiq* (penerapan/pengamalan) dan *tandhim* (pengelolaan) (Sulthon, 2003: 15). Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk *masdar (infinitif)* dari kata kerja *da'â* (دعا) *yad'û* (يدعو) *da'watan* (دعوة), di mana kata dakwah ini sekarang sudah umum dipakai oleh pemakai Bahasa Indonesia, sehingga menambah perbendaharaan bahasa Indonesia (Munsi, 1981: 11).

Kata *da'wah* (دعوة) secara harfiah bisa diterjemahkan menjadi: "seruan, ajakan, panggilan, undangan, pembelaan, permohonan (do'a) (Pimay, 2005: 13). Sedangkan secara terminologi, banyak pendapat tentang definisi dakwah, antara lain:

- a. Menurut Ya'qub (1973: 9), dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan RasulNya.
- b. Menurut Anshari (1993: 11) dakwah adalah semua aktifitas manusia muslim di dalam usaha merubah situasi dari yang buruk pada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT dengan disertai kesadaran dan tanggung jawab baik terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan terhadap Allah SWT.

Keaneka ragaman pendapat para ahli seperti tersebut di atas meskipun terdapat kesamaan ataupun perbedaan-perbedaan namun bila dikaji dan disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu usaha atau proses

yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana; usaha yang dilakukan adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan); usaha tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yakni hidup bahagia sejahtera di dunia ataupun di akhirat.

Berkaitan dengan strategi dakwah Islam, maka diperlukan pengenalan yang tepat dan akurat terhadap realitas hidup manusia yang secara aktual berlangsung dalam kehidupan dan mungkin realitas hidup antara satu masyarakat dengan masyarakat lain berbeda. Di sini, juru dakwah dituntut memahami situasi dan kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial-keagamaan. Strategi dakwah semacam ini telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh Rasulullah Muhammad SAW dalam menghadapi situasi dan kondisi masyarakat Arab saat itu. Strategi dakwah Rasulullah yang dimaksud antara lain menggalang kekuatan di kalangan keluarga dekat dan tokoh kunci yang sangat berpengaruh di masyarakat dengan jangkauan pemikiran yang sangat luas, melakukan hijrah ke Madinah untuk *fath al-Makkah* dengan damai tanpa kekerasan, dan lain sebagainya (Rafi'udin dan Djaliel, 1997: 78).

Kemudian, jika dikaitkan dengan era globalisasi saat ini, maka juru dakwah harus memahami perubahan transisional dari transaksi pada kekuatan magis dan ritual ke arah ketergantungan pada sains dan kepercayaan serta transisi dari suatu masyarakat yang tertutup, sakral dan

tunggal ke arah keterbukaan, plural dan sekuler. Jadi, suatu strategi tidak bersifat universal. Ia sangat tergantung pada realitas hidup yang sedang dihadapi. Karena itu, strategi harus bersifat terbuka terhadap segala kemungkinan perubahan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah (Pimay, 2005: 53)..

Berkaitan dengan perubahan masyarakat yang berlangsung di era globalisasi, maka perlu dikembangkan strategi dakwah Islam sebagai berikut. *Pertama*, meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah. Pada dasarnya dakwah merupakan usaha penyampaian risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal (egaliter, keadilan dan kemerdekaan). Dakwah berusaha mengembangkan fitrah dan kehanifan manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya. Dengan mengembangkan potensi atau fitrah dan kedhaifan manusia, maka dakwah tidak lain merupakan suatu proses memanusiaikan manusia dalam proses transformasi sosio-kultural yang membentuk ekosistem kehidupan. Karena itu, tauhid merupakan kekuatan paradigmatis dalam teologi dakwah yang akan memperkuat strategi dakwah.

Kedua, perubahan masyarakat berimplikasi pada perubahan paradigmatis pemahaman agama. Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala kemapanan keberagaman seolah-olah sudah merupakan standar keagamaan yang final sebagaimana agama Allah. Pemahaman agama yang terialu eksoteris dalam memahami

gejala-gejala kehidupan dapat menghambat pemecahan masalah sosial yang dihadapi oleh para juru dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran inovatif yang dapat mengubah kemapanan pemahaman agama dari pemahaman yang tertutup menuju pemahaman keagamaan yang terbuka.

Ketiga, strategi yang imperatif dalam dakwah. Dakwah Islam berorientasi pada upaya *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Dalam hal ini, dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium, lebih dari itu esensi dakwah sebetulnya adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsur *amar ma'ruf dan nahi munkar* (Pimay, 2005: 52).

Dalam QS. Ali Imran/3: 110, Allah berfirman:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ
الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ (آل عمران: 110)

Artinya: Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik (Q.S. Ali Imran/3: 110) (Depag RI, 1978: 94).

Selanjutnya, strategi dakwah Islam sebaiknya dirancang untuk lebih memberikan tekanan pada usaha-usaha pemberdayaan umat, baik pemberdayaan ekonomi, politik, budaya, maupun pendidikan. Karena itu, strategi yang perlu dirumuskan dalam berdakwah perlu memperhatikan asas-asas sebagai berikut. Pertama, asas filosofis, asas ini erat

hubungannya dengan perumusan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah. Kedua, asas kemampuan dan keahlian (*Achievemen and professional*) da'i. Ketiga, asas sosiologis, asas ini membahas tentang persoalan-persoalan yang berhubungan dengan situasi dan kondisi masyarakat obyek dakwah. Misalnya situasi politik, ekonomi, keamanan, kehidupan beragama masyarakat dan lain sebagainya. Keempat, asas psikologis, merupakan asas yang membahas tentang aspek kejiwaan manusia, untuk memahami karakter penerima dakwah agar aktivitas dakwah berjalan dengan baik. Kelima, asas efektif dan efisien, hal ini merupakan penerapan prinsip ekonomi dalam dakwah, yaitu pengeluaran sedikit untuk mendapatkan penghasilan yang semaksimal mungkin. Setidak-tidaknya seimbang antara tenaga, pikiran, waktu dan biaya dengan pencapaian hasilnya (Syukir, 1983: 32-33).

Karena itu, dakwah masa depan perlu mengagendakan beberapa hal antara lain: *Pertama*, mendasarkan proses dakwah pada pemihakan terhadap kepentingan masyarakat. *Kedua*, mengintensifkan dialog dan menjaga ketertiban masyarakat, guna membangun kesadaran kritis untuk memperbaiki keadaan. *Ketiga*, memfasilitasi masyarakat agar mampu memecahkan masalahnya sendiri serta mampu melakukan transformasi sosial yang mereka kehendaki. Keempat, menjadikan dakwah sebagai media pendidikan dan pengembangan potensi masyarakat, sehingga masyarakat akan terbebas dari kejahilan dan kedhaifan (Syukir, 1983: 172).

2.1.3. Tujuan Dakwah

Menurut Arifin (2000: 4) tujuan program kegiatan dakwah dan penerangan agama tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawakan oleh aparat dakwah atau penerang agama. Pandangan lain dari A. Hasjmy (1984: 18) tujuan dakwah Islamiyah yaitu membentangkan jalan Allah di atas bumi agar dilalui umat manusia. Ketika merumuskan pengertian dakwah, Amrullah Ahmad menyinggung tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan (Ahmad, 1991: 2).

Barmawie Umary (1984: 55) merumuskan tujuan dakwah adalah memenuhi perintah Allah Swt dan melanjutkan tersiarnya syari'at Islam secara merata. Dakwah bertujuan untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan Islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun.

Salah satu tugas pokok dari Rasulullah adalah membawa amanah suci berupa menyempurnakan akhlak yang mulia bagi manusia. Dan akhlak yang dimaksudkan ini tidak lain adalah al-Qur'an itu sendiri sebab hanya kepada al-Qur'an-lah setiap pribadi muslim itu akan berpedoman. Atas dasar ini tujuan dakwah secara luas, dengan sendirinya adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan baik individu maupun

masyarakat, sehingga ajaran tersebut mampu mendorong suatu perbuatan sesuai dengan ajaran tersebut (Tasmara, 1997: 47).

Secara umum tujuan dakwah dalam al-Qur'an menurut Moh. Aziz (2004: 68) adalah:

1. Agar manusia mendapat ampunan dan menghindarkan azab dari Allah.

وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ... (نوح: 7)

Artinya: Dan sesungguhnya setiap kali aku menyeru mereka (kepada iman) agar Engkau mengampuni mereka ... (QS Nuh: 7) (Depag RI,1978: 978).

2. Untuk menyembah Allah dan tidak menyekutukan-Nya.

وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَفْرَحُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمِنَ الْأَحْزَابِ مَنْ يُنْكِرُ بَعْضَهُ قُلْ إِنَّمَا أُمِرْتُ أَنْ أَعْبُدَ اللَّهَ وَلَا أُشْرِكَ بِهِ إِلَيْهِ أَدْعُو وَإِلَيْهِ مَآبِ (الرعد36)

Artinya: Orang-orang yang telah kami berikan kitab kepada mereka, bergembira dengan kitab yang telah diturunkan kepadamu, dan di antara golongan-golongan Yahudi Jang bersekutu ada yang mengingkari sebagiannya. Katakanlah: "Sesungguhnya aku hanya diperintah untuk menyembah Allah dan tidak mempersekutukan sesuatu dengan Dia. Hanya kepada-Nya aku seru (manusia) dan hanya kepada-Nya aku kembali". (QS. ar Ra'd: 36) (Depag RI,1978: 375).

3. Untuk menegakkan agama dan tidak terpecah-belah.

شَرَعَ لَكُمْ مِنَ الدِّينِ مَا وَصَّى بِهِ نُوحًا وَالَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ وَمَا وَصَّيْنَا بِهِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى وَعِيسَى أَنْ أَقِيمُوا الدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُوا فِيهِ كَبُرَ عَلَى الْمُشْرِكِينَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ... (الشورى: 13)

Artinya: Dia telah mensyariatkan bagi kamu tentang agama yang telah diwasiatkan-Nya kepada Nuh dan apa yang telah Kami

wahyukan kepadamu dan apa Jang telah Kami wasiatkan kepada Ibrahim, Musa, dan Isa, yaitu: Tegakkanlah agama dan janganlah kamu berpecah belah tentangnya. Amat berat bagi orang-orang musyrik agama yang kamu seru mereka kepadanya..." (QS Asy Syura: 13) (Depag RI,1978: 786).

4. Mengajak dan menuntun ke jalan yang lurus.

وَإِنَّكَ لَتَدْعُوهُمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ (المؤمنون: 73)

Artinya: Dan sesungguhnya kamu benar-benar menyeru mereka ke jalan yang lurus. (QS. al-Mukminun: 73) (Depag RI,1978: 534).

5. Untuk menghilangkan pagar penghalang sampainya ayat-ayat Allah ke dalam lubuk hati masyarakat.

وَلَا يَصُدُّكَ عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أَنْزَلَتْ إِلَيْكَ وَأَدْعُ إِلَى رَبِّكَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ (القصص: 87)

Artinya: Dan janganlah sekali-kali mereka dapat menghalangimu dari (menyampaikan) ayat-ayat Allah, sesudah ayat-ayat itu diturunkan kepadamu, dan serulah mereka kepada (jalan) Tuhanmu, dan janganlah sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Tuhan. (QS. al-Qashshas: 87) (Depag RI,1978: 612).

2.2. Manajemen Dakwah

2.2.1. Pengertian Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah adalah terminologi yang terdiri dari dua kata, yakni "manajemen" dan "dakwah". Kedua kata ini berangkat dari dua disiplin ilmu yang sangat berbeda. Istilah yang pertama, berangkat dari disiplin ilmu yang sekuler (ilmu yang tidak berdasarkan pada agama), yakni ilmu ekonomi. Ilmu ini diletakkan di atas paradigma materialistis. Prinsipnya adalah dengan modal yang sekecil-kecilnya untuk mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya. Sedangkan istilah yang kedua berasal

dari lingkungan agama, yakni ilmu dakwah. Ilmu ini diletakkan di atas prinsip, ajakan menuju keselamatan dunia dan akhirat, tanpa paksaan dan intimidasi serta tanpa bujukan dan iming-iming material. Ia datang dengan tema menjadi rahmat bagi semesta alam (Munir dan Ilaihi, 2006: vii).

Untuk memudahkan pemahaman menyeluruh terhadap manajemen dakwah, maka akan dibahas terlebih dahulu secara terpisah antara manajemen dengan dakwah, lalu dikemukakan pengertian manajemen dakwah (Mahmuddin, 2004: 18). Secara etimologi, dalam bahasa Indonesia belum ada keseragaman mengenai terjemahan terhadap istilah "*management*" hingga saat ini terjemahannya sudah banyak dengan alasan-alasan tertentu seperti pembinaan, pengurusan, pengelolaan ketatalaksanaan, manajemen dan *management* (Siagian, 1993: 8-9). Hal yang sama dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Manullang (1963: 15 dan 17) bahwa istilah manajemen terjemahannya dalam bahasa Indonesia, hingga saat ini belum ada keseragaman. Berbagai istilah yang dipergunakan" seperti: ketatalaksanaan, manajemen, manajemen pengurusan dan lain sebagainya.
- b. Dalam *Kamus Ekonomi*, *management* berarti pengelolaan, kadang-kadang ketatalaksanaan (Winardi, 1984: 296). Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, manajemen berarti penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran (KBBI, 2002: 708).

Menurut terminologi, bahwa istilah manajemen hingga kini tidak ada standar istilah yang disepakati. Istilah manajemen diberi banyak arti yang berbeda oleh para ahli sesuai dengan titik berat fokus yang dianalisis (Moekiyat, 1980: 320). Hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

a. Manajemen seperti dikemukakan R.Terry adalah

Mencakup kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus mereka lakukan, menetapkan cara bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha mereka (R.Terry, 1993: 9).

Dalam buku yang lain R.Terry (1977: 4) menyatakan,

Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling, performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human beings and other resources. (manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain).

b. Menurut P. Siagian, manajemen dapat didefinisikan sebagai kemampuan

atau keterampilan untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.

c. Menurut Handoko, manajemen dapat didefinisikan sebagai bekerja

dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*) dan pengawasan (*controlling*) (Handoko, 2003: 10).

- d. Menurut Hasibuan, manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Hasibuan, 2001: 3)
- e. Menurut Sukarno K. (1986: 4), manajemen ialah : 1). Proses dari memimpin, membimbing dan memberikan fasilitas dari usaha orang-orang yang terorganisir dalam organisasi formal guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan; 2). Proses perencanaan, pengorganisasian, pengerakkan dan pengawasan.
- f. Menurut Manullang (1985: 5), manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, prngorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengendalikan dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Berpijak pada pengertian manajemen dan dakwah di atas, baik pengertian “Manajemen” dan pengertian “Dakwah” secara keseluruhan keduanya memiliki substansi definisi operasional (objek materia) yang sama namun arah kajian (objek forma) yang berbeda.

Maksudnya, dari pengertian tersebut seperti “Manajemen” berarti seni dan ilmu dalam proses atau usaha untuk memimpin, merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengawasi kegiatan bersama untuk mencapai tujuan yang ditetapkan; dan pengertian “Dakwah” yang berarti usaha atau proses menyeru dan mengajak kepada orang lain secara sengaja, sadar dan bertanggung jawab dalam mencapai tujuan guna memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Di sini dapat diketahui bahwa sistem operasionalnya mengarah kepada pelaksanaan dalam menjalankan aktifitas yang ditempuh secara sadar, sistematis, terarah, efektif dan efisien serta bertanggung jawab guna mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara teoritis munculnya ilmu “Manajemen dan Dakwah” berada dalam lingkup yang berbeda, maka pemahaman dan penafsirannya pun berdasarkan konteks disiplin ilmu. Namun demikian, dengan perkembangan ilmu pengetahuan telah muncul disiplin ilmu baru dalam khazanah keislaman dengan istilah “Manajemen Dakwah”. Sehingga dengan demikian diperlukan cakupan konsep manajemen dakwah secara teoritis yang mengacu pada pengertian manajemen dakwah itu sendiri.

Dari penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan bahwa manajemen dakwah adalah proses merencanakan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkannya ke arah pencapaian tujuan dakwah (Shaleh,1977: 44).

Kegiatan lembaga dakwah yang dilaksanakan menurut prinsip-prinsip manajemen akan menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan dan menumbuhkan kesan profesionalisme di kalangan masyarakat, khususnya para pengguna jasa dan profesi da'i (Muchtarom, 1997: 37).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen dakwah merupakan suatu proses yang dinamik karena ia berlangsung secara terus menerus dalam suatu organisasi.

2.2.2. Fungsi Manajemen Dakwah

Pada uraian yang telah lalu diutarakan beberapa definisi tentang manajemen dan dakwah. Walaupun batasan tersebut dibatasi pada beberapa saja, namun tampak jelas titik persamaan yang terdapat padanya. Persamaan tersebut tampak pada beberapa fungsi manajemen dakwah sebagai berikut:

2.2.2.1. Fungsi Perencanaan Dakwah

Pada perencanaan dakwah terkandung di dalamnya mengenai hal-hal yang harus dikerjakan seperti apa yang harus dilakukan, kapan, di mana dan bagaimana melakukannya? Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa perencanaan dapat berarti proses, perbuatan, cara merencanakan atau merancang (KBBI, 2002: 948).

Perencanaan dapat berarti meliputi tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasikan serta merumuskan aktivitas-aktivitas yang diusulkan yang dianggap perlu untuk

mencapai hasil-hasil yang diinginkan. Perencanaan berarti menentukan sebelumnya apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara melakukannya (R.Terry, 1986: 163)

Dengan demikian, perencanaan merupakan proses pemikiran, baik secara garis besar maupun secara detail dari satu pekerjaan yang dilakukan untuk mencapai kepastian yang paling baik dan ekonomis.

Perencanaan merupakan gambaran dari suatu kegiatan yang akan datang dalam waktu tertentu dan metode yang akan dipakai. Oleh karena itu, perencanaan merupakan sikap mental yang diproses dalam pikiran sebelum diperbuat, ia merupakan perencanaan yang berisikan imajinasi ke depan sebagai suatu tekad bulat yang didasari nilai-nilai kebenaran.

Untuk memperoleh perencanaan yang kondusif, perlu dipertimbangkan beberapa jenis kegiatan yaitu;

- a. *Self-audit* (menentukan keadaan organisasi sekarang).
 - b. *Survey terhadap* lingkungan
 - c. Menentukan tujuan (objektives)
 - d. *Forecasting* (ramalan keadaan-keadaan yang akan datang)
 - e. Melakukan tindakan-tindakan dan sumber pengerahan
 - f. *Evaluate* (pertimbangan tindakan-tindakan yang diusulkan)
 - g. Ubah dan sesuaikan "*revise and adjust*" rencana-rencana sehubungan dengan hasil-hasil pengawasan dan keadaan-keadaan yang berubah-ubah.
 - h. *Communicate*, berhubungan terus selama proses perencanaan
- (Mahmuddin, 2004: 24).

Rincian kegiatan perencanaan tersebut menggambarkan adanya persiapan dan antisipasi ke depan yang berkaitan dengan kegiatan perencanaan yang akan dilakukan. Atas dasar itu maka perencanaan dakwah merupakan proses pemikiran dan pengambilan keputusan yang matang dan sistematis mengenai tindakan-tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang dalam rangka penyelenggaraan dakwah (Shaleh, 1977: 64).

Menurut Munir dan Ilaihi (2006: 95) dalam organisasi dakwah, merencanakan di sini menyangkut merumuskan sasaran atau tujuan dari organisasi dakwah tersebut, menetapkan strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan menyusun hirarki lengkap rencana-rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan. Pada perencanaan dakwah menyangkut tujuan apa yang harus dikerjakan, dan sarana-sarana bagaimana yang harus dilakukan.

Dengan demikian perencanaan dakwah dapat berjalan secara efektif dan efisien bila diawali dengan persiapan yang matang. Sebab dengan pemikiran secara matang dapat dipertimbangkan kegiatan prioritas dan non prioritas. Oleh karena itu, kegiatan-kegiatan dakwah dapat diatur sedemikian rupa, sehingga dapat mencapai sasaran dan tujuannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka proses perencanaan dakwah meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

a. Forecasting

Forecasting adalah tindakan memperkirakan dan memperhitungkan segala kemungkinan dan kejadian yang mungkin timbul

dan dihadapi di masa depan berdasarkan hasil analisa terhadap data dan keterangan-keterangan yang konkrit (Shaleh, 1977: 65). Singkatnya *forecasting* adalah usaha untuk meramalkan kondisi-kondisi yang mungkin terjadi di masa datang (Terry dan Rue, 1972: 56). Perencanaan dakwah di masa datang memerlukan perkiraan dan perhitungan yang cermat sebab masa datang adalah suatu prakondisi yang belum dikenal dan penuh ketidakpastian yang selalu berubah-ubah. Dalam memikirkan perencanaan dakwah masa datang, jangan hanya hendaknya mengisi daftar keinginan belaka.

Dengan demikian, jelaslah bahwa dalam rangka *forecasting* diperlukan adanya kemampuan untuk lebih jeli di dalam memperhitungkan dan memperkirakan kondisi objektif kegiatan dakwah di masa datang, terutama lingkungan yang mengitari kegiatan dakwah, seperti keadaan sosial, politik, ekonomi dan kebudayaan yang mempunyai pengaruh (baik langsung maupun tidak langsung) pada setiap pelaksanaan dakwah.

Dalam kerangka *forecasting* ini, berbagai tindakan yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Evaluasi keadaan

Hal ini dilakukan untuk melihat pelaksanaan rencana dakwah yang lalu terwujud. Dari hasil telaah dan penelitian itu, maka dapat diketahui keberhasilan dan kegagalan pelaksanaannya. Dari situ dapat diketahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi, sehingga

memerlukan tindak lanjut perbaikan di masa datang (Hafidhuddin, 2001: 192).

2) Membuat Perkiraan-perkiraan

Langkah ini dilakukan berdasarkan kecenderungan masa lalu, dengan bertolak pada asumsi; kecenderungan masa lalu diproyeksikan pada masa yang akan datang, peristiwa yang terjadi berulang-ulang pada masa datang, menghubungkan suatu peristiwa dengan peristiwa yang lain. Bertolak dari asumsi di atas, maka diperlukan hal-hal sebagai berikut;

- a) Pendekatan ekstrapolasi; yaitu perluasan data di luar data yang tersedia, tetapi tetap mengikuti pola kecenderungan data yang tersedia. (KBBI, 2001: 222).
- b) Pendekatan normatif; yaitu pendekatan yang berpegang teguh pada norma atau kaidah yang berlaku (KBBI, 2001: 618).
- c) Pendekatan campuran.

3) Menetapkan sasaran/tujuan

4) Merumuskan berbagai alternatif

5) Memilih dan menetapkan alternatif

6) Menetapkan rencana

b. Objectives

Objectives diartikan sebagai tujuan. Sedangkan yang dimaksud dengan tujuan adalah nilai-nilai yang akan dicapai atau diinginkan oleh seseorang atau badan usaha. Untuk mencapai nilai-nilai itu dia bersedia

memberikan pengorbanan atau usaha yang wajar agar nilai-nilai itu, terjangkau (Davis, 1951: 90).

Penyelenggaraan dakwah dalam rangka pencapaian tujuan, dirangkai ke dalam beberapa kegiatan melalui tahapan-tahapan dalam periode tertentu. Penetapan tujuan ini merupakan langkah kedua sesudah forecasting. Hal ini menjadi penting, sebab gerak langkah suatu kegiatan akan diarahkan kepada tujuan. Oleh karena itu, ia merupakan suatu keadaan yang tidak boleh tidak harus menjadi acuan pada setiap pelaksanaan dakwah.

Tujuan tersebut harus diarahkan pada sasaran dakwah yang telah dirumuskan secara pasti dan menjadi arah bagi segenap tindakan yang dilakukan pimpinan. Tujuan tersebut diwujudkan dalam bentuk target atau sasaran kongkrit yang diharapkan dapat dicapai (Muchtarom, 1996: 41 – 42). Sasaran dakwah tersebut harus diperjelas secara gamlang guna mengetahui kondisi sasaran yang diharapkan, wujud sasaran tersebut berbentuk individu maupun komunitas masyarakat (Hafidhuddin, 2001: 184 – 185).

c. Mencari berbagai tindakan dakwah

Tindakan dakwah harus relevan dengan sasaran dan tujuan dakwah, mencari dan menyelidiki berbagai kemungkinan rangkaian tindakan yang dapat diambil, sebagai tindakan yang bijaksana.

Tindakan dakwah harus sinkron dengan masyarakat Islam, sehingga tercapai sasaran yang telah ditetapkan. Ketidaksinkronan dalam

menentukan isi dakwah dapat menimbulkan dampak negatif terhadap pribadi muslim (Hafidhuddin, 2001: 189 – 190).

Oleh karena itu jika sudah ditemukan berbagai alternatif tindakan, maka perencana harus menyelidiki berbagai kemungkinan yang dapat ditempuh, dalam arti bahwa perencana harus memberikan penilaian terhadap kemungkinan tersebut. Pada tiap-tiap kemungkinan tersebut, harus diperhitungkan untung ruginya dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hal ini menjadi dasar pengambilan keputusan.

d. Prosedur kegiatan

Prosedur adalah serentetan langkah-langkah akan tugas yang berkaitan, ia menentukan dengan cara-cara selangkah demi selangkah metode-metode yang tepat dalam mengambil kebijakan (Terry dan Rue, 1972: 69).

Prosedur kegiatan tersebut merupakan suatu gambaran mengenai sifat dan metode dalam melaksanakan suatu pekerjaan, atau dengan kata lain, prosedur terkait dengan bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan.

e. Penjadwalan (Schedul)

Schedul merupakan pembagian program (alternatif pilihan) menurut deretan waktu tertentu, yang menunjukkan sesuatu kegiatan harus diselesaikan. Penentuan waktu ini mempunyai arti penting bagi proses dakwah. Dengan demikian, waktu dapat memicu motivasi. (SP. Siagian, 1996: 11)

Untuk itu perlu diingat bahwa batas waktu yang telah ditentukan harus dapat ditepati, sebab menurut Drucker semakin banyak menghemat waktu untuk mengerjakan pekerjaan merupakan pekerjaan profesional (Drucker, 1986: 41).

f. Penentuan lokasi

Penentuan lokasi yang tepat, turut mempengaruhi kualitas tindakan dakwah. Oleh karena itu, lokasi harus dilihat dari segi fungsionalnya dari segi untung ruginya, sebab lokasi sangat terkait dengan pembiayaan, waktu, tenaga, fasilitas atau perlengkapan yang diperlukan. Untuk itulah lokasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam rangka perencanaan dakwah.

g. Biaya

Setiap kegiatan memerlukan biaya, kegiatan tanpa ditunjang oleh dana yang memadai, akan turut mempengaruhi pelaksanaan dakwah. Pusat Dakwah Islam Indonesia memberikan defenisi tentang dana dakwah, yaitu segala tenaga atau modal uang peralatan yang dapat dipergunakan dalam kegiatan dakwah (Forum Dakwah, 1971: 306). Batasan tersebut meliputi segala perbendaharaan yang bernilai material yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam pelaksanaan dakwah. Perintah berkorban dengan harta didahulukan dari pada berkorban dengan jiwa, karena dana sangat dibutuhkan baik di waktu damai maupun di waktu perang (Forum Dakwah, 1971: 306).

Pernyataan tersebut sesuai dengan firman Allah dalam QS. al-Taubah (9:41):

وَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (التوبة: 41)

Artinya: Dan berjihadlah dengan harta dan dirimu di jalan Allah yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. (QS. al-Taubah: 41)

2.2.2.2. Fungsi Pengorganisasian Dakwah

Pengorganisasian merupakan proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penegasan kepada setiap kelompok dari seorang manajer. Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan mengatur semua sumber-sumber yang diperlukan, termasuk manusia.

Gumur merumuskan *organizing* ke dalam pengelompokan dan pengaturan orang untuk dapat digerakkan sebagai satu kesatuan sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan, menuju tercapainya tujuan yang ditetapkan (Gumur, 1975: 23). Sedangkan Fayol (1949: 53) menyebutkan sebagai *to organize a business is to provide it with everything useful to its functioning, raw materials, tools, capital, personal*.

Fayol melihat bahwa organisasi merupakan wadah pengambilan keputusan terhadap segala kesatuan fungsi seperti bahan baku, alat-alat kebendaan, menyatukan segenap peralatan modal dan personil (karyawan).

Baik Gumur maupun Fayol sama-sama melihat bahwa *organizing* merupakan pengelompokan orang-orang dan alat-alat ke dalam satu kesatuan kerja guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun

mengenai wujud dari pelaksanaan *organizing* adalah tampaknya kesatuan yang utuh, kekompakan, kesetiakawanan dan terciptanya mekanisasi yang sehat, sehingga kegiatan lancar, stabil dan mudah mencapai tujuan yang ditetapkan.

Proses *organizing* ini tergambar di dalam QS. Ali Imran (3:103):

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا... (آل عمران: 103)

Artinya : Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah dan janganlah kamu bercerai berai. (QS. Ali Imran: 103).

Berdasarkan dari uraian di atas, maka terlihat adanya tiga unsur *organizing* yaitu:

- a. Pengenalan dan pengelompokan kerja
- b. Penentuan dan pelimpahan wewenang serta tanggung jawab.
- c. Pengaturan hubungan kerja.

Setelah adanya gambaran pengertian pengorganisasian sebagaimana telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pengorganisasian dakwah sebagai rangkaian aktivitas dalam menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dakwah dengan jalan membagi dan mengelompokkan pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja di antara satuan-satuan organisasi (Mahmuddin, 2004: 32).

Pengorganisasian dakwah dapat dirumuskan sebagai rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dakwah dengan jalan membagi dan mengelompokkan

pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun hubungan kerja di antara satuan-satuan organisasi atau petugasnya (Shaleh, 1977: 88). Muchtarom (1997: 15) menyebutkan bahwa organisasi dakwah adalah alat untuk pelaksanaan dakwah agar mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Mengorganisir dakwah berarti menghimpun dan mengatur sumber daya dan tenaga ke dalam suatu kerangka struktur tertentu, sehingga kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai rencana.

Pelaksanaan dakwah dapat berjalan secara efisien dan efektif serta tepat sasaran, apabila diawali dengan perencanaan yang diikuti dengan pengorganisasian. Oleh karena itu, pengorganisasian memegang peranan penting bagi proses dakwah. Sebab dengan pengorganisasian, rencana dakwah akan lebih mudah pelaksanaannya, mudah pengaturannya bahkan pendistribusian tenaga muballig dapat lebih mudah pengaturannya. Hal ini didasarkan pada adanya pengamalan dan pengelompokan kerja, penentuan dan pelimpahan wewenang dan tanggungjawab ke dalam tugas-tugas yang lebih rinci serta pengaturan hubungan kerja kepada masing-masing pelaksana dakwah.

Adapun tujuan diperlukannya pengorganisasian dakwah yang pada hakekatnya adalah untuk mengemban tujuan dakwah itu sendiri, dapat dirumuskan sebagai suatu kegiatan bersama untuk mengaktualisasikan nilai-nilai dan ajaran Islam dalam bentuk amar ma'ruf nahi mungkar dan amal saleh dalam kehidupan sehari-hari, baik secara pribadi, berkeluarga dan

bermasyarakat, sehingga mewujudkan masyarakat yang baik, sejahtera lahir dan batin dan berbahagia di dunia dan di akhirat (Muchtaron, 1997: 18 – 19).

Dari dasar tujuan pengorganisasian dakwah tersebut akan membawa pada suatu kenyataan hidup dengan dakwah yang lebih menyentuh kehidupan masyarakat, sebagai akibat dari pengorganisasian dakwah yang tepat. Seiring dengan lebih maju dan berkembangnya ilmu administrasi, manajemen dan organisasi, dan dengan pendekatan yang digunakannya serta sarana dengan rasionalitas manusia, maka organisasi pun merupakan suatu sistem yang rasional pula. Pertimbangan itulah yang dijadikan dasar untuk membentuk organisasi. Rasionalitas yang digunakan dalam menciptakan dan menjalankan roda organisasi juga sejalan dengan pengorganisasian dakwah yaitu:

(1) Efektifitas

Penyelenggaraan dakwah hanya dapat dilaksanakan secara efektif, apabila dilakukan pengorganisasian. Oleh karena itu, efektifitas menjadi alasan utama bagi pembentukan organisasi, karena eksistensi organisasi menjamin untuk dapat mengemban misinya.

(2) Efisiensi

Sumber daya dan dana merupakan modal utama dalam menjalankan, roda organisasi. Oleh karena itu, penggunaannya selalu berorientasi pada efisiensi. Organisasi dakwah hams mampu menjalankan prinsip efisiensi berdasarkan kebutuhan bukan berdasarkan keinginan.

(3) Produktifitas

Pelaksanaan dakwah yang berdasar pada prinsip efektifitas dan efesiensi akan membuahkan pelaksana dakwah yang lebih produktif. Dalam arti bahwa meningkatkan efesiensi kerja sangat terkait dengan peningkatan produktifitas.

(4) Rasionalisasi

Apabila ditinjau dari segi pendekatan kesisteman, maka sasaran rasionalitas mencakup seluruh proses administrasi, manajemen dan variabel-variabel organisasional.

(5) Departementalisasi

Departementalisasi menghendaki adanya spesialisasi. Dalam kegiatan dakwah pun menghendaki spesialisasi tugas, sehingga pelaksanaan dakwah betul-betul merupakan suatu kerja profesi.

(6) Fungsionalisasi

Fungsionalisasi dalam tugas-tugas dakwah memerlukan adanya suatu satuan kerja yang secara fungsional paling bertanggungjawab atas terlaksananya kegiatan tertentu dan atas terpecahkannya masalah-masalah tertentu yang mungkin terjadi.

(7) Spesialisasi

Spesialisasi menghendaki kerja secara profesional. Dengan adanya beberapa spesialisasi membawa dampak pada tingkat kualitas dan mutu kegiatan dakwah.

(8) Hirarki wewenang

Keseimbangan antara wewenang dan tanggung jawab akan membawa kinerja yang lebih tinggi, sebab bila terjadi ketidakseimbangan, akan cenderung seseorang bertindak otoriter yang berlebihan bahkan, akan ragu-ragu dalam pengambilan keputusan.

(9) Pembagian tugas

Pembagian tugas kepada segenap pelaksana dakwah memerlukan kecermatan dan ketelitian, oleh karena itu, prinsip keadilan (dalam arti luas) perlu diterapkan, di samping prinsip fungsionalisasi. Dengan prinsip tersebut akan memicu kerja yang seimbang.

(10) Dokumentasi dan arsip tertulis

Suatu organisasi bukanlah milik pribadi atau orang perorang, yang sewaktu-waktu dapat berpindah tangan. Keadaan seperti itu, maka dokumentasi dan arsip sangat diperlukan.

(11) Tata cara dan hubungan kerja

Seperti layaknya setiap organisasi, maka hubungan kerja antara yang satu dengan yang lainnya memiliki tata aturan yang berlaku.

(12) Koordinasi

Salah satu yang memicu kegagalan dalam merealisasikan suatu rencana dengan pengorganisasian yang rapi adalah koordinasi. Terjadinya berbagai ketidaklancaran suatu program dan terjadinya tumpang tindih kegiatan banyak disebabkan karena tidak berfungsinya koordinasi (S.P. Siagian, 1986: 93 – 98).

Sistem rasionalisasi pengorganisasian dakwah dengan pendekatan kesisteman seperti telah diutarakan di atas, akan membawa pada rasionalisasi pelaksanaan dakwah memberikan dampak positif dan manfaat ganda.

2.2.2.3. Fungsi Penggerakan Dakwah

Pengertian penggerakan adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis (Munir dan Ilaihi, 2006: 139). Menurut Shaleh (1977: 112) setelah rencana dakwah ditetapkan, begitu pula setelah kegiatan-kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan itu dibagi-bagikan kepada para pendukung dakwah, maka tindakan berikutnya dari pimpinan dakwah adalah menggerakkan mereka untuk segera melaksanakan kegiatan-kegiatan itu, sehingga apa yang menjadi tujuan dakwah benar-benar tercapai. Tindakan pimpinan menggerakkan para pelaku dakwah itu disebut "penggerakan" (*actuating*)

Inti kegiatan penggerakan dakwah adalah bagaimana menyadarkan anggota suatu organisasi untuk dapat bekerjasama antara satu dengan yang lain (Mahmuddin, 2004: 36). Menurut SP. Siagian (1986: 80) bahwa suatu organisasi hanya bisa hidup apabila di dalamnya terdapat para anggota yang rela dan mau bekerja-sama satu sama lain. Pencapaian tujuan organisasi akan lebih terjamin apabila para anggota organisasi dengan sadar dan atas dasar keinsyafannya yang mendalam bahwa tujuan pribadi mereka akan tercapai melalui jalur pencapaian tujuan organisasi. Kesadaran merupakan tujuan dari

seluruh kegiatan pergerakan yang metode atau caranya harus berdasarkan norma-norma dan nilai-nilai sosial yang dapat diterima oleh masyarakat.

Kesadaran yang muncul dari anggota organisasi terutama kaitannya dengan proses dakwah, maka dengan sendirinya telah melaksanakan fungsi manajemen. Pergerakan dakwah merupakan lanjutan dari fungsi perencanaan dan pengorganisasian, setelah seluruh tindakan dakwah dipilah-pilah menurut bidang tugas masing-masing, maka selanjutnya diarahkan pada pelaksanaan kegiatan. Tindakan pimpinan dalam menggerakkan anggotanya dalam melakukan suatu kegiatan, maka hal itu termasuk *actuating*.

Unsur yang sangat penting dalam kegiatan pergerakan dakwah setelah unsur manusia, sebab manusia terkait dengan pelaksanaan program. Oleh karena itu, di dalam memilih anggota suatu organisasi dan dalam meraih sukses besar, maka yang perlu dipikirkan adalah bagaimana mendapatkan orang-orang yang cakap. Dengan mendapatkan orang-orang yang cakap berarti akan memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah.

Tindakan untuk menggerakkan manusia oleh Panglaykim (1981: 39 – 40) disebut dengan leadership (kepemimpinan), perintah, instruksi, *communication* (hubung menghubungi), *conseling* (nasihat).

2.2.2.4. Fungsi Pengendalian dan Evaluasi Dakwah

Pengendalian berarti proses, cara, perbuatan mengendalikan, pengekangan, pengawasan atas kemajuan (tugas) dengan membandingkan hasil dan sasaran secara teratur serta menyesuaikan usaha (kegiatan) dengan hasil pengawasan (KBBI, 2002: 543).

Pengertian pengendalian menurut istilah adalah proses kegiatan untuk mengetahui hasil pelaksanaan, kesalahan, kegagalan untuk diperbaiki dan mencegah terulangnya kembali kesalahan itu, begitu pula mencegah sebagai pelaksanaan tidak berbeda dengan rencana yang telah ditetapkan (Rahman, 1976: 99).

Pengawasan mencakup mengevaluasi pelaksanaan kerja dan jika perlu memperbaiki apa yang sedang dikerjakan untuk menjamin tercapainya hasil-hasil menurut rencana. Mengevaluasi pelaksanaan kerja merupakan kegiatan untuk meneliti dan memeriksa pelaksanaan tugas-tugas perencanaan semula betul-betul dikerjakan sekaligus untuk mengetahui terjadinya penyimpangan, penyalahgunaan, kebocoran, kekurangan dalam melaksanakan tugas-tugasnya (Mahmuddin, 2004: 40).

Pengendalian atau pengawasan yang dilakukan sering disalah artikan untuk sekedar mencari-cari kesalahan orang lain. Padahal sesungguhnya pengendalian atau pengawasan ialah tugas untuk mencocokkan program yang telah digariskan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Pengendalian terhadap pelaksanaan dakwah diperlukan untuk dapat mengetahui tugas-tugas dakwah yang dilaksanakan oleh para pelaksana dakwah, tentang bagaimana tugas itu dilaksanakan, sejauh mana pelaksanaannya, penyimpangan yang terjadi. Oleh karena itu, dengan pengendalian dakwah dapat diambil tindakan pencegahan terhadap kemungkinan adanya penyelewengan (Mahmuddin, 2004: 40).

2.2.3. Prinsip-Prinsip Manajemen

Prinsip-prinsip manajemen dapat digunakan sebagai pelindung dan pencegah terhadap kekeliruan yang fatal yang bisa terjadi dalam kegiatan teknis maupun manajerial. Mengingat prinsip manajemen bersifat luwes dan bukan mutlak, hal ini dapat dimanfaatkan terlepas dari kondisi yang berubah dan situasi khusus (Winardi, 2000: 62).

Fayd berpendapat ada empat belas prinsip yang hendak dilakukan oleh organisasi, yaitu :

a. Pembagian kerja (*division of work*).

Hal ini berhubungan dengan spesialisasi pekerjaan, di mana individu senantiasa menghadapi pekerjaan yang sama. Pembagian kerja dapat diterapkan baik terhadap pekerjaan teknis maupun pekerjaan manajerial.

b. Otoritas dan tanggung jawab (*authority and responsibility*)

Otoritas atau kekuasaan merupakan hak untuk memberikan perintah-perintah dan untuk ditaati. Tanggung jawab merupakan pelengkap otoritas suatu tahapan alamiah dan bagian yang senantiasa muncul, apabila orang melaksanakan otoritas.

c. Disiplin (*discipline*).

Disiplin sebagai ketaatan, penerapan, energi, dan respek antara pihak majikan dan para manajerial.

d. Kesatuan perintah (*unity of command*)

Prinsip ini berarti bahwa seorang individu harus menerima perintah hanya dari seorang atasan saja. Apabila perintah tersebut dilanggar, maka otoritas digerogeti dan disiplin tidak dapat ditegakkan lagi, stabilitas mendapatkan ancaman.

e. Kesatuan arah (*unity of direction*).

Masing-masing kelompok aktifitas dengan sasaran sama harus mempunyai satu pimpinan dan satu rencana.

f. Asas kepentingan umum diatas kepentingan pribadi (*subordination of individual interest into general interest*).

Prinsip ini pada hakikatnya menyatakan bahwa apabila kepentingan individual dan kepentingan organisasi berbenturan, maka kepentingan organisatoris harus diutamakan.

g. Imbalan untuk personil (*remuneration of personal*).

Imbalan untuk jasa-jasa yang diberikan oleh para pekerja harus adil dan memuaskan baik bagi para karyawan maupun pimpinan.

h. Sentralisasi (*centralization*).

Sentralisasi merupakan keadaan yang umumnya terdapat pada organisme-organisme dan organisasi-organisasi.

i. Rantai skala (*the scalar chain*).

Suatu rantai atasan dapat dijumpai pada organisasi-organisasi yang mencakup otoritas puncak kebawah melalui tingkatan-tingkatan yang menurun hingga jajaran terendah.

y. Keteraturan (*order*).

Menempatkan sesuatu pada tempatnya merupakan keteraturan yang mengarah kepada keteraturan social, dimana para pekerja berada pada tempat mereka mendapatkan tugas.

k. Keadilan (*equity*).

Para karyawan harus diperlakukan dengan ramah dan secara adil serta adanya loyalitas yang tinggi.

l. Stabilitas personalia (*stability of tenure of personal*).

Kondisi organisasi membutuhkan waktu cukup lama untuk mempelajari tugas-tugas dan pekerjaan karena kondisi demikian dihadapkan pada timbulnya problem-problem yang tidak terduga.

m. Inisiatif (*initiative*).

Dalam menyusun rencana dan mengupayakan keberhasilan suatu pekerjaan berdasarkan pada pengalaman yang dimiliki, dan hal ini senantiasa akan memunculkan inisiatif yang baru.

n. Jiwa korps (*esprit de corps*).

Harmoni antara personalia dalam organisasi merupakan sumber kekuatan yang dahsyat. Kerja sama antar personalia dapat dicapai melalui komunikasi dengan menekankan kontak verbal dimana hal tersebut dimungkinkan (Winardi, 2000: 424-426).

Dari keseluruhan prinsip-prinsip manajemen tersebut sangat membantu dalam pekerjaan manajerial dalam bidang apapun. Maka dalam kegiatan dakwah prinsip-prinsip di atas digunakan sesuai dengan keadaan dan tujuan dalam bidang penggarapan dakwah melalui organisasi yang disusun.