

**BAB IV**

**ANALISIS PENDAPAT M. QURAIISH SHIHAB TENTANG STRATEGI**

**DAKWAH**

**4.1. Analisis Strategi Dakwah M. Quraish Shihab**

Apabila memperhatikan pendapat M. Quraish Shihab sebagaimana telah diketengahkan dalam bab tiga skripsi ini, maka ada butir penting yang harus diantisipasi oleh para da'i dalam strategi dakwah: 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.

Apabila strategi dakwah M. Quraish Shihab dihubungkan dengan analisis SWOT, maka yang menjadi kekuatan yaitu saat ini adanya organisasi dakwah dalam berbagai nama dan bentuk dengan mengkoordinasikan dana secara baik dan tersedianya sarana dan perasarana. Kelemahannya yakni organisasi dakwah masih kekurangan dana dan fasilitas. Meskipun demikian ada peluang yaitu sumbangan dari para dermawan serta dukungan masyarakat yang makin kuat terhadap eksistensi

dakwah. Ancaman dari luar tentunya ada yaitu para misionaris kristen pun menggunakan berbagai strategi untuk menanamkan agama Kristen.

*Pertama*, Strategi Dakwah di tengah Kemajuan Sains dan Teknologi.

M. Quraish Shihab dalam bukunya yang berjudul: *Wawasan al-Qur'an Tafsir Maudhu'i Atas Pelbagai Persoalan Umat* berpendapat:

Dari hari ke hari tercipta mesin-mesin semakin canggih. Mesin-mesin tersebut melalui daya akal manusia digabung-gabungkan dengan yang lainnya, sehingga semakin kompleks, serta tidak bisa lagi dikendalikan oleh seorang. Tetapi akhirnya mesin dapat mengerjakan tugas yang dulu mesti dilakukan oleh banyak orang. Pada tahap ini, mesin telah menjadi semacam "seteru" manusia, atau lawan yang harus disiasati agar mau mengikuti kehendak manusia. Dewasa ini telah lahir teknologi khususnya di bidang rekayasa genetika yang dikhawatirkan dapat menjadikan alat sebagai majikan. Bahkan mampu menciptakan bakal-bakal "majikan" yang akan diperbudak dan ditundukkan oleh alat (Shihab, 2006: 446).

*Kedua*, Strategi Dakwah di Tengah Gejala Umum Masyarakat

Dewasa Ini. Menurut Shihab;

Masuknya informasi melalui media elektronik dan cetak ke pedesaan, di samping membawa dampak-dampak positif juga menghasilkan dampak-dampak negatif. Pemberitaan-pemberitaan tentang berbagai peristiwa telah sedemikian "maju" dan "menyentuh" sehingga materi-materi dakwah yang disampaikan oleh para muballigh dan da'i yang tidak siap menjadi tertinggal sangat jauh (Shihab, 2006: 395).

*Ketiga*, Strategi Dakwah di Tengah Masyarakat Perkotaan.

Menurut Shihab, di kota-kota, sebagaimana dikemukakan di atas, berdomisili banyak ilmuwan dari berbagai disiplin serta usahawan-usahawan yang sukses sekaligus haus ketenangan batin. Sebagian mereka tampil ke depan secara mandiri atau termasuk dalam kelompok studi keagamaan untuk mengatasi kehausan itu. Harus diakui bahwa tidak sedikit dari mereka yang berhasil bukan hanya memuaskan diri dan keluarganya, tetapi juga masyarakat sekitarnya. Mereka mampu memadukan antara disiplin ilmu yang mereka tekuni dengan ajaran-ajaran agama yang diyakini, sehingga agama terasa dan terbukti semakin rasional dan semakin menyentuh. Tetapi, di

sisi lain, tidak jarang pula kehausan akan pegangan mengantar sebagian yang lain untuk memahami dan melaksanakan ajaran agama dengan sangat ketat dan kaku. Sebagai gambaran ekstremnya adalah demikian: seseorang yang dapat dinilai sebagai ilmuwan kadang beranggapan bahwa masyarakat ideal adalah masyarakat yang tidak menggunakan listrik atau kursi karena keduanya belum atau tidak digunakan oleh masyarakat Islam pada masa Rasulullah saw (Shihab, 2006: 395).

Akibat yang ditimbulkan oleh usaha belajar sendiri tanpa mengetahui seluk-beluk disiplin ilmu agama, atau bimbingan dari da'i yang belum siap, adalah lahirnya kelompok kecil yang "menyempal" dari masyarakat Islam. Timbulnya kelompok-kelompok kecil tersebut bukan saja merugikan diri mereka sendiri dari sudut pandangan agama, tetapi juga merugikan keseluruhan umat Islam bahkan juga masyarakat bangsa. Karena, tidak jarang sikap dan pandangan-pandangan mereka menimbulkan keresahan-keresahan sosial.

Menurut Shihab, salah satu hal yang harus diantisipasi oleh dakwah di masa datang, adalah kelompok-kelompok semacam itu, yang diduga akan terus bermunculan sebagai salah satu akibat dari kehausan batin serta ketidakmampuan para da'i untuk memberikan kepuasan ruhani dan nalar kepada sasaran dakwah (Shihab, 2006: 396).

*Keempat*, Strategi Dakwah di Daerah Pinggiran dan Pedesaan.

Selama ini menurut Shihab, dakwah mengajarkan kepada umat bahwa Islam datang membawa rahmat untuk seluruh alam dan tentunya lebih-lebih lagi untuk pemeluknya. Tetapi, sangat disayangkan bahwa kerahmatan tersebut tidak dirasakan menyentuh segi-segi kehidupan nyata kaum Muslim, lebih-lebih yang hidup di pedesaan. Hal di atas disebabkan antara lain karena yang menyentuh mereka dari ajaran agama selama ini, baru segi-segi ibadah ritual (ibadah murni), sedangkan segi-segi lainnya walaupun disentuh dan dilaksanakan hanya dalam bentuk individual dan tidak dalam bentuk kolektif.

Da'wah *bil hal* diharapkan menunjang segi-segi kehidupan masyarakat, sehingga pada akhirnya setiap komunitas memiliki kemampuan untuk mengatasi kebutuhan dan kepentingan anggotanya, khususnya dalam bidang ekonomi, pendidikan, dan kesehatan masyarakat (Shihab, 2006: 398)..

Berdasarkan pendapat M. Quraish Shihab tersebut maka pada intinya

M. Quraish Shihab mengingatkan kepada para da'i agar dalam meletakkan

strategi dakwah di perkotaan dengan masyarakat pedesaan harus dibedakan. Dakwah pada masyarakat kota lebih dituntut rasional, logis dan mampu menarik benang merah dengan kapasitas kemampuan mad'u perkotaan yang lebih cenderung menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Di sini para da'i dituntut untuk bisa menguasai IPTEK sehingga pemaparan Islam tidak sekadar menyampaikan ajaran agama yang sudah ada 1500 tahun yang lalu jika dihitung mulai diturunkannya al-Qur'an semasa hidup Nabi Muhammad SAW.

Sebaliknya dalam perspektif M. Quraish Shihab bahwa dakwah di pedesaan jangan hanya bersifat normatif yang hanya berbicara yang halal dan haram, namun lebih jauh dari itu dakwah harus menyentuh aspek pembangunan karena masyarakat pedesaan pada umumnya masih tertinggal dalam sektor ekonomi, di antaranya pengangguran, kesenjangan sosial, daya tarik dan bujuk rayu dari kelompok ekonomi yang kuat yang menyeret masyarakat pedesaan pada paham yang serba membolehkan. Betapa kurang berartinya jika penyampaian ajaran agama tidak mampu memecahkan persoalan perut mereka yang kosong.

Demikian pula dakwah terhadap kelompok orang yang fanatik dalam arti membabi buta dalam menafsirkan ajaran agama sehingga ditafsirkan secara sempit atau harfiah, maka hal ini menjadi bahaya yang mengancam ketenangan masyarakat. Berdasarkan hal itu maka dalam pandangan M. Quraish Shihab bahwa para da'i harus mampu mengantisipasi bahaya tersembunyi ini, bahaya ini seakan tidak mempunyai gerakan tapi bentuknya

pasti. Penafsiran yang keliru terhadap agama yang hanya menginterpretasikan agama secara sempit tanpa memiliki standar penafsiran yang mendekati kebenaran maka hal ini menyeret umat Islam pada kesesatan.

Lebih jauh dari itu M. Quraish Shihab mengingatkan bahwa tantangan besar untuk para da'i adalah meluruskan para penganut kebebasan yang sebebas-bebasnya dalam menjatuhkan aspek hukum ajaran agama. Jika masalah *ushuluddin* (pokok agama) maka hal ini sudah tidak bisa ditawarkan lagi karena ruang akal dibatasi. Dalam kenyataannya masih banyak kelompok yang mencoba menundukkan masalah akidah dengan akal, padahal pada wilayah akidah maka kebenarannya adalah absolut dan tidak bisa semuanya diuji dengan kapasitas akal yang terbatas, kecuali masalah *furuiyah* atau cabang maka manusia dipersilahkan untuk berijtihad. Namun ini pun tidak bisa dilakukan sembarang orang melainkan harus yang memiliki otoritas atau kemampuan sebagai mujtahid. Jika masalah ijtihad dikembangkan oleh orang yang paham keagamaannya masih dangkal maka hal ini pun bisa menyesatkan umat.

Menyikapi pandangan M. Quraish Shihab 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 memanusiation 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 keberagamaan 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).

Perkembangan akhir-akhir ini terutama dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi telah begitu meninggalkan umat Islam jauh di belakangnya. Bahkan dalam perkembangan pemikiran umat Islam sendiri pun belum tersosialisasikan dengan baik. Lagi pula dalam kajian-kajian ilmiah bidang keagamaan justru kalah dan tertinggal dari "orang lain" yang mengkaji keislaman, terutama apabila dibandingkan dengan para Orientalis Barat. Juga dalam penerimaan terhadap pemikiran baru, mayoritas umat Islam masih terkesan "menutup diri" dari perkembangan pemikiran keislaman. Realitas ini banyak dijumpai pada daerah-daerah Indonesia, terutama Jawa, yang memiliki tipologi masyarakat yang terkesan masih sangat meminjam istilah Eric Fromm, mitologis dan kultis dengan corak eksklusif dan sektarian. Sehingga mayoritas umat Islam sekarang ini

mengalami dis-informasi yang berakibat timbulnya "keterbelahan jiwa" atau mental *dis-order* ketika berhadapan dengan segala sesuatu yang dianggapnya baru serta modern. Karena daya *inferiority complex* yang berlebihan itu banyak umat Islam yang terkesan *phobi* terhadap gejala-gejala baru dalam pemahaman keagamaan yang mereka anggap sebagai produk Barat. Walaupun itu menyangkut perkembangan umat Islam sendiri. Sehingga sikap yang diperlihatkan terkesan amat ambiguistis.

Hal ini paling tidak disebabkan oleh tiga hal:

- a. Umat Islam kurang *respect* terhadap perkembangan informasi-informasi baru baik dalam skala umum ataupun religi lewat media-media yang tersedia baik cetak maupun lainnya. Bahkan masih banyak para da'i yang membuat jalur pemisah antara faktor agama dengan faktor yang dianggapnya *profan* seperti pembangunan nasional umpamanya. Sehingga materi tentang pembangunan nasional tidak termasuk dalam agenda dakwah mereka.
- b. Akibat dari yang pertama, para da'i yang selama ini menjadi kunci informasi religius bagi umat beragama kurang/tidak mampu memberikan dan mensosialisasikan informasi-informasi yang sangat dibutuhkan umat sehubungan dengan perkembangan yang terjadi.
- c. Kedua dilema di atas berakibat metoda dakwah sampai saat ini simplifikasinya masih dalam tataran fiqih-sentris (Ibadah dan *amaliyah-mahdhah par exelence*).

Hal itu dapat sedikit diantisipasi dengan upaya memperluas cakrawala pengetahuan para ulama dan cendekiawan, karena problem yang ada selama ini, masih banyak da'i yang masih terjebak dalam kondisi berpikir *'ala mazhabi* yang berakibat dakwahnya terkesan sangat eksklusifistik dan sektarianis. Mereka terjerembab dalam sudut pemahaman normatifitas *an sich*, tanpa memperimbangkan aspek empiris-praksis dalam sosial kemasyarakatan. Akibatnya Islam seakan-akan hanya menjadi sejumlah konsep hukum epistemologis yang tidak memiliki kemampuan pembaruan aspek-aspek sosio-kultural, ekonomi dan politik, (*contradictio in-terminis*). Padahal tiga konsep inilah yang dapat mendatangkan perubahan umat Islam menuju kemajuannya (*'izzu al-Islam wa al-muslimin*).

Sedangkan pada masa ketika agama dihadapkan pada problematika zaman baik sosial atau lingkungan seperti saat ini, yang disinyalir sebagai krisis global, dalam era dunia yang serba *absurd* dan tidak menentu, dengan segala kompleksitas permasalahannya terutama bidang bio-teknologi, dibutuhkan da'i-da'i yang "tercerahkan" yang mampu menampilkan Islam secara *kaffah* (prima) baik dalam segi eksoteris maupun esoterisnya.

Sehingga yang dibutuhkan bukan lagi Islam yang tersekat dalam Sunni ataupun Syi'i, apalagi Islam Syafi'i dan yang lebih kecil lagi, karena Islam yang demikian itu bukanlah Islam yang terkategori dalam al-Qur'an, namun Islam yang benar adalah *Islam Ciniversal (kaffah)* yang memandang realitas selalu dalam skala normatifitas-empiris murni dengan prinsip ekuilibriumnya, yang membawa kemampuan maksimal dalam

peran pembangunan yang diambil dalam konstruk akademis-intelektual maupun praxis-aktual. Sehingga pada saatnya nanti Islam mampu menampilkan diri sebagai agama yang bukan hanya "sekadar agama", namun bisa menjawab seluruh rangkaian program zaman, yang tidak menutup kemungkinan Islam harus mampu menampilkan teologi "parsial" dalam dimensi Insaniyyah, seperti teologi ekologi, teologi biotik, teologi medis dan bentuk teologi developmentalisme lain dalam rangka mewujudkan Islam yang mampu "mendikte" zaman.

#### **4.2. Analisis Posisi Strategi Dakwah Menurut M. Quraish Shihab Dikaitkan dengan Manajemen Dakwah**

Dalam sub ini, penulis hendak menganalisis posisi strategi dakwah M. Quraish Shihab dikaitkan dengan fungsi-fungsi manajemen dakwah yang meliputi perencanaan, organisasi, penggerakkan dan fungsi control dakwah.

##### ***Pertama, 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. Strategi dakwah M. Quraish Shihab memuat fungsi perencanaan dakwah, karena strateginya sudah 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.

Strategi dakwah merupakan bagian dari perencanaan dakwah karena strategi dakwah termasuk pencapaian tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan penentuan dan perumusan strategi atau sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya merupakan salah satu pembahasan terhadap proses perencanaan dakwah, dan perencanaan dakwah merupakan salah satu fungsi manajemen dakwah.

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).

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).

Dengan merujuk pada penjelasan di atas, maka jelaslah bahwa strategi dakwah menurut M. Quraish Shihab merupakan bagian dari manajemen dakwah, khususnya fungsi perencanaan dakwah dan lebih khususnya lagi masuk dalam kategori penentuan dan perumusan sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah.

Manakala mengkaji jalan pelaksanaan dakwah dalam rangka pencapaian apa yang menjadi tujuannya, terdiri dari serentetan aktifitas yang meliputi berbagai aspek, yang dilakukan secara tahap demi tahap dalam masa-masa tertentu. Pada setiap tahap yang dilakukan dalam suatu periode atau tenggang waktu tertentu, di samping perlu ditentukan hasil apa yang harus dapat dicapai oleh pelaksanaan dakwah secara keseluruhan, juga perlu ditetapkan hasil apa yang diharapkan dapat dicapai atau diperoleh oleh masing-masing bidang itu. Hasil-hasil yang diharapkan dapat dicapai oleh penyelenggaraan dakwah dalam setiap tahapan, apakah itu hasil keseluruhan ataupun hasil dari masing-masing bidang, disebut sasaran atau target dakwah. Dengan demikian sasaran dakwah itu adalah merupakan bagian dari tujuan dakwah. Ia adalah merupakan titik-titik tertentu dari hasil yang harus dicapai dalam setiap tahapan dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam rangka perencanaan dakwah, penentuan dan perumusan strategi dakwah merupakan langkah kedua setelah dilakukannya perkiraan dan perhitungan mengenai berbagai kemungkinan di masa depan. Penentuan dan perumusan strategi dakwah ini adalah sangat penting. Oleh karena rencana

dakwah hanya dapat dirumuskan dengan baik bilamana terlebih dahulu diketahui dengan baik apa yang menjadi sasaran dan bagaimana strategi dari penyelenggaraan dakwah itu. Tanpa mengetahui sasaran apa yang hendak dicapai dan bagaimana strateginya tidak mungkin dapat ditetapkan langkah-langkah dan tindakan-tindakan apa yang harus dilaksanakan. Begitu pula metode dan sarana yang diperlukan. Dengan demikian sasaran yang hendak dicapai dan strategi yang dirumuskan merupakan landasan bagi langkah-langkah berikutnya dalam rangka perencanaan dakwah. Bahkan lebih dari itu, sasaran dan strategi dakwah sebenarnya adalah juga merupakan landasan atau dasar dari fungsi management yang lain, yaitu pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian.

Dalam penyusunan pola dan bentuk usaha kerjasama atau pengorganisasian dakwah, yang mencakup aktivitas pengelompokan tugas-tugas pekerjaan dalam kesatuan-kesatuan tertentu, pemberian tugas pekerjaan kepada para pelaku dakwah serta pemberian wewenang dan penjalinan hubungan di antara mereka, yang dijadikan ukuran utama adalah sasaran dakwah yang hendak dicapai itu serta strategi untuk pencapaiannya. Begitu pula dalam menjalankan fungsi pergerakan dakwah, sasaran dan strategi adalah merupakan pedoman yang tidak boleh diabaikan. Ini berarti bahwa dalam memberikan motivasi, bimbingan dan koordinasi terhadap para pelaku dakwah, begitu pula dalam mengkomunikasikan berbagai persoalan, membina dan mengembangkan para pelaku dakwah, maka faktor sasaran dan strategi dakwah adalah sangat penting dan menentukan. Selanjutnya dalam

melaksanakan pengendalian dakwah, cara yang paling efektif adalah mengetahui terlebih dahulu apa yang hendak dicapai oleh penyelenggaraan dakwah itu. Dengan jalan mengadakan pemeriksaan terhadap penyelenggaraan dakwah, baik yang sedang dalam proses maupun yang sudah selesai dan kemudian membandingkannya dengan sasaran dan strategi untuk mencapainya, dapatlah segera diketahui apakah proses dakwah dapat berjalan dengan baik atautkah tidak. Pendek kata, sasaran dan strategi dakwah adalah merupakan landasan atau dasar bagi seluruh tindakan dalam rangka penyelenggaraan dakwah.

Mengingat demikian pentingnya peranan sasaran dan strategi bagi penyelenggaraan dakwah, maka sasaran yang hendak dicapai dan strategi untuk mencapainya haruslah dirumuskan dengan jelas, sehingga mudah dipahami oleh setiap orang, terutama para pelaku dakwah. Perumusan sasaran dakwah dan strategi yang tidak jelas akan berakibat timbulnya kekaburan, penafsiran yang bermacam-macam, dan sebagainya, yang ini tentu saja akan mengakibatkan kesimpang siuran dan kekacauan.

Selanjutnya sesuai dengan pentingnya peranan sasaran dan strategi bagi seluruh tindakan dakwah yang akan dilakukan, maka haruslah diusahakan agar sasaran dan strategi yang ditetapkan dan dirumuskan itu benar-benar efektif. Untuk itu ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan, yaitu ;

a Tujuan dakwah

Sebagaimana telah dikemukakan di atas, bahwa sasaran dan strategi merupakan bahagian dari pencapaian dakwah. Sebagai bahagian,



oleh karena itu sasaran dan strategi harus bersifat menunjang dan memberikan sumbangan ke arah pencapaian tujuan dakwah. Penetapan sasaran dan strategi yang tidak menunjang dan menghampiri tujuan dakwah, apalagi yang menyimpanginya, adalah merupakan tindakan yang sia-sia. Sebab penyelenggaraan dakwah yang didasarkan pada sasaran dan strategi yang serupa itu, pada hakekatnya tidak dapat dinamakan sebagai tindakan dakwah Islam. Suatu tindakan atau usaha barulah dapat dinamakan dakwah Islam bilamana usaha itu dimaksudkan untuk mewujudkan tujuan dakwah, yaitu terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah Swt.

Tujuan dakwah yang semacam itulah yang harus dijadikan sebagai dasar dan landasan bagi seluruh gerak dan dinamika dakwah. Ia memberikan motivasi dan inspirasi kepada para pelaku dan penyelenggara dakwah, sehingga mereka dengan tabah dan tekun serta tidak kenal menyerah, mampu melaksanakan usaha yang besar itu. Ia pulalah yang membuat para pelaku dakwah, terutama di zaman Rasul Allah s.a.w; bersedia mengorbankan apa saja yang dimilikinya.

Atas dasar itulah, maka dalam hendak menetapkan dan merumuskan sasaran dan strategi apa yang diharapkan bisa mencapai tujuan penyelenggaraan dakwah yang direncanakan itu, pimpinan dakwah harus sudah memahami terlebih dahulu tujuan dan strategi dakwah.

b Masalah-masalah yang dihadapi masyarakat

Sasaran yang hendak dicapai oleh penyelenggaraan dakwah hendaknya merupakan jawaban terhadap persoalan-persoalan yang tengah dihadapi oleh masyarakat. Atas dasar ini maka sebelum sasaran dan strategi dakwah itu ditentukan, haruslah dapat diidentifikasi masalah-masalah apa yang tengah dihadapi oleh masyarakat itu. Sebagai contoh, bilamana dapat diidentifikasi bahwa persoalan-persoalan yang sangat mendesak adalah soal sandang pangan misalnya, maka meletakkan strategi dakwah pada bidang sosial ekonomi tentulah akan mendapatkan tanggapan dan perhatian yang sangat positif dari masyarakat. Apabila usaha-usaha dalam rangka dakwah itu telah mendapatkan simpati masyarakat, maka terbukalah jalan bagi usaha-usaha dakwah yang lebih meningkat lagi. Sehingga secara tahap demi tahap masyarakat dapat digerakkan dan dibawa ke arah tujuan dakwah.

c Hasil penyelenggaraan dakwah di masa lampau

Strategi yang telah dicapai beserta dengan data mengenai penyelenggaraan dakwah di masa lampau mempunyai arti penting bagi penetapan sasaran dakwah di masa depan. Hasil nyata yang telah dicapai itu dibandingkan dengan sasaran yang telah ditetapkan untuk periode yang lalu. Dari hasil perbandingan ini akan terlihat berbagai kemungkinan tentang bagaimana strategi dakwah di masa lampau itu telah diselenggarakan. Kemungkinan pertama, bahwa hasil nyata yang telah dicapai tidak sesuai atau menyimpang dari sasaran yang telah ditetapkan. Kemungkinan kedua, bahwa hasil nyata yang telah dicapai ternyata

mendekati sasaran yang telah ditetapkan. Kemungkinan ke tiga, hasil nyata yang telah dicapai, sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan. Kemungkinan ke empat, bahwa hasil nyata yang telah dicapai dapat melampaui sasaran yang telah ditetapkan.

Hasil perbandingan tersebut setelah dilengkapi dengan data mengenai berbagai faktor yang ada pada waktu dakwah itu diselenggarakan, kemudian dianalisa. Dari hasil analisa akan segera dapat dijawab persoalan-persoalan yang menyangkut berbagai kemungkinan tersebut di atas.

Mengenai kemungkinan pertama, bahwa sasaran yang telah ditetapkan itu tidak dapat dicapai, mungkin karena strategi itu ditetapkan pada taraf yang terlampaui tinggi, sehingga berada di luar jangkauan penyelenggara dakwah. Atau dapat juga terjadi bahwa strategi sudah ditetapkan secara realistis, akan tetapi dalam proses pencapaiannya ternyata tidak cukup tersedia faktor-faktor yang diperlukan. Begitu pula mengenai kemungkinan ke dua dan ke tiga, bahwa strategi yang telah ditetapkan cukup realistis, sedang faktor-faktor yang diperlukan cukup tersedia, sehingga memungkinkan proses pencapaiannya dapat berjalan dengan sempurna. Adapun mengenai kemungkinan terakhir, bahwa strategi ditetapkan pada taraf terlalu rendah, sehingga mudah untuk mencapainya. Atau juga dapat terjadi sasaran cukup realistis, sedang faktor-faktor yang diperlukan cukup tersedia, sehingga memberikan dorongan yang besar untuk mencapai sasaran itu.

Dari uraian di atas dapatlah diambil kesimpulan, bahwa hasil nyata dari proses dakwah pada setiap tahapan, dipengaruhi oleh dua macam faktor, yaitu faktor penetapan strategi dan faktor yang terdapat pada proses penyelenggaraan dakwah.

Atas dasar itulah maka dalam hendak menetapkan strategi dakwah di masa depan, sangat penting artinya untuk mengadakan penelitian dan penilaian terhadap faktor sasaran, dan faktor penyelenggaraan dakwah di masa lampau. Sehingga strategi dakwah di masa depan dapat ditetapkan dengan tepat dan realistis.

#### ***Kedua, fungsi pengorganisasian dakwah***

Strategi dakwah M. Quraish Shihab mengandung fungsi pengorganisasian dakwah. Alasannya karena dalam strateginya terdapat 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. 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.

### ***Ketiga, fungsi penggerakan dakwah***

Strategi dakwah M. Quraish Shihab mengandung atau memuat fungsi penggerakan dakwah. Alasannya karena ada seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. 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. 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 penggerakan yang metode atau caranya harus berdasarkan norma-norma dan nilai-nilai sosial yang dapat diterima oleh masyarakat.

#### ***Keempat, fungsi control***

Strategi dakwah M. Quraish Shihab mengandung fungsi control. 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.

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.

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.

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.