

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI DAKWAH

A. STRATEGI

1. Pengertian Strategi

Kata-kata “*strategy*” berasal dari kata kerja bahasa Yunani “*stratego*”, yang berarti “merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif” (Azhar, 2003 :26). Definisi klasik tentang strategi yang semula berasal dari kalangan militer mengatakan bahwa strategi adalah cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu pertempuran. Dewasa ini istilah strategi tidak lagi dipergunakan hanya oleh kalangan militer, akan tetapi juga oleh berbagai organisasi non militer termasuk di dalamnya organisasi dakwah. Secara konseptual strategi merupakan salah satu alat yang tersedia bagi manajemen puncak untuk menghadapi segala perubahan yang terjadi, baik sifatnya eksternal maupun yang sifatnya internal (Siagian, 1994 :16-17).

Menurut Jauch dan Glueck strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Intinya, suatu strategi organisasi memberikan dasar-dasar pemahaman tentang

bagaimana organisasi itu akan bersaing dan *survive* (RD Jatmiko, 2003 :5).

Terdapat tiga faktor yang mempunyai pengaruh penting pada strategi, yaitu lingkungan eksternal, sumberdaya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Istilah lainnya adalah SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) yakni segi-segi kekuatan organisasi, kelemahan-kelemahannya, peluang, serta ancaman-ancamannya. Dua yang pertama sifatnya ke dalam (*lingkungan internal*) organisasi atau lembaga dan dua yang terakhir sifatnya dari luar (*lingkungan eksternal*).

Faktor-faktor penting yang menjadi perhatian dan perhitungan dalam menentukan strategi adalah.

- a. Memperhitungkan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki dari pada pihak-pihak saingan.
- b. Memanfaatkan keunggulan dan kelemahan-kelemahan pihak saingan.
- c. Memperhitungkan keadaan lingkungan intern maupun ekstern yang dapat mempengaruhi perusahaan.
- d. Memperhitungkan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan psikologi.
- e. Memperhatikan faktor-faktor sosio-kultural dan hukum.
- f. Memperhitungkan faktor ekologis dan geografis.
- g. Menganalisis dengan cermat rencana pihak-pihak saingan.

Analisis SWOT digunakan dalam rangka membantu pembuatan keputusan stratejik. *Strength* (kekuatan) dapat berupa kemampuan, modal, bangunan, sumberdaya yang dimiliki, reputasi organisasi lembaga atau perusahaan. *Weaknesses* (kelemahan) dapat berupa masalah yang selalu dihadapi, ketergantungan, kekurangan sumberdaya dan seterusnya. *Opportunity* (peluang) dapat berupa kecenderungan masa depan, atau berupa sesuatu yang lembaga serta organisasi lain tidak dapat lakukan, tetapi kita dapat lakukan, yang berarti kita berpeluang untuk merebut pasar, hubungan baik dengan pihak luar, kesempatan yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk aturan perundang-undangan dan sebagainya. *Threat* (ancaman) dapat berupa kurangnya minat seseorang terhadap institusi, lembaga yang seseorang pimpin atau terhadap hasil produksi suatu usaha, pemotongan-pemotongan, kompetisi yang mencekam, serta budaya asing yang tak terelakkan dsb (Azhar, 2003 :27-28)

2. Jenis-Jenis Strategi

a. Strategi Pertumbuhan atau Ekspansi

Motivasi untuk tumbuh adalah persepsi manajer. Kebanyakan manajer percaya bahwa”*organisasi yang tumbuh adalah organisasi yang sehat*”, selama organisasi mengalami pertumbuhan, berarti menggambarkan bahwa manajemen organisasi sangat efektif, selain itu pertumbuhan menjamin kelangsungan organisasi dalam

jangka panjang, atau dengan kata lain organisasi harus tumbuh jika ingin *survive*.

Terdapat beberapa jenis strategi yang dikategorikan kedalam strategi pertumbuhan, yaitu:

➤ Strategi Konsentrasi

Strategi konsentrasi adalah strategi perusahaan yang memfokuskan pada bisnis produk / jasa tunggal, atau sejumlah kecil produk/jasa yang sangat berkaitan. Strategi konsentrasi diterapkan apabila suatu perusahaan mengonsentrasikan pada perluasan penjualan pada bisnis semula. Strategi pertumbuhan konsentrasi mendorong peningkatan kinerja perusahaan, seperti kemampuan untuk menilai kebutuhan pasar, mengetahui perilaku pembeli, sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga, dan efektivitas promosi (RD Jatmiko, 2003 : 117)

➤ Strategi Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal terjadi apabila suatu bisnis atau perusahaan bergerak ke wilayah yang melayani pasokan bahan baku (*up-stream industry*) atau mendekati produk / jasa ke arah pelanggan (*downstream industry*). Alasannya untuk menjamin kelancaran pasokan bahan baku, meningkatkan keuntungan secara keseluruhan aktivitas produksi dan operasi, serta untuk menjamin kualitas produk akhir.

➤ Strategi Diversifikasi

Diversifikasi terjadi apabila suatu organisasi bergerak ke arah bidang usaha yang menghasilkan produk / jasa yang secara jelas berbeda dari bisnis semula. Strategi diversifikasi merupakan alternatif strategi yang mempunyai resiko besar dan salah satu yang memiliki derajat sinergi paling rendah. Namun demikian, strategi diversifikasi merupakan salah satu strategi yang populer dan seringkali membuahkan hasil yang memuaskan bagi organisasi (RD Jatmiko, 2003 : 121-122)

b. Strategi Stabilitas

Strategi stabilitas berarti bahwa organisasi tetap melanjutkan pekerjaan atau aktivitas yang sama dengan sebelumnya. Asumsi strategi stabilitas bahwa lingkungan eksternal tidak akan mengalami perubahan yang signifikan pada jangka pendek. Alasan memilih strategi stabilitas karena kinerja perusahaan atau organisasi sudah baik dan akan menerima resiko kegagalan bila merubah strategi saat kinerja perusahaan sangat memuaskan (RD Jatmiko, 2003 : 126).

c. Strategi Penciutan

Strategi penciutan adalah strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan karena perusahaan tersebut merasa bahwa strateginya tidak sesuai dengan sasaran atau misi dasarnya. Strategi penciutan merupakan strategi yang tidak populer bagi kebanyakan manajer

dan perusahaan, sebab orang-orang bisnis umumnya mengharapkan keberhasilan melalui pertumbuhan. Alasan perusahaan memilih strategi penciutan, karena perusahaan memiliki permasalahan finansial, tidak dapat meramalkan masa depan dengan baik, dan pemilik telah merasa lelah dan memprediksi bisnisnya tidak akan berkembang dengan baik (RD Jatmiko, 2003 : 128)

d. Strategi Kombinasi

Strategi kombinasi digunakan apabila suatu korporasi / organisasi perusahaan dalam waktu bersamaan menerapkan strategi yang berbeda untuk setiap unit bisnis. Kebanyakan organisasi multi bisnis atau multi produk menggunakan beberapa jenis strategi kombinasi, khususnya apabila organisasi multi bisnis tersebut melayani beberapa pasar yang berbeda (RD Jatmiko, 2003 : 132)

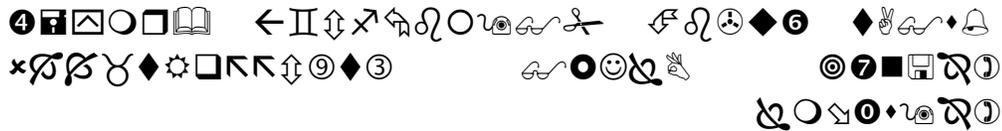
Dari beberapa pengertian strategi yang telah dirumuskan oleh para ilmuan di atas, dapat di simpulkan. Strategi adalah siasat untuk menentukan tindakan-tindakan masa datang untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan untuk menyelesaikan suatu masalah. Keberhasilan suatu tindakan yang dilakukan terletak pada strategi yang telah direncanakan, agar aktivitas dakwah berjalan optimal, efektif, efisien dan dalam waktu yang relatif singkat, tentunya strategi dakwah Islam menjadi hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan secara serius oleh lembaga dakwah terlebih juru dakwah (*da'i*).

B. DAKWAH ISLAM

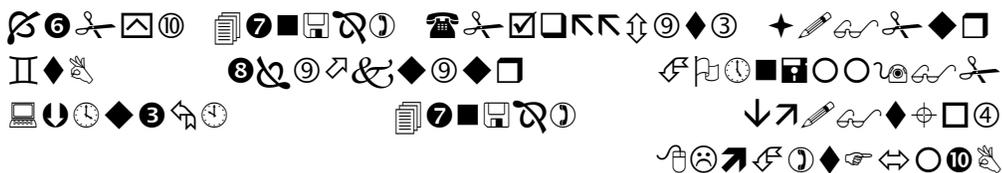
1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata dakwah merupakan bentuk “*masdhar*” dari *yad'û* (يدعو) *fiil mudhari'* dan *da'â* (دعا) *fiil madli* yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*) (Pimay, 2006 : 2)

Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat Al-Qur'an antara lain :



Yusuf berkata : “Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku.” (QS. Yusuf : 33) (Departemen Agama RI, 1991 : 353)



”Allah menyeru manusia ke Dar As-Salam (negeri keselamatan), dan member petunjuk orang-orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).” (QS. Yunus : 25) (Departemen Agama RI, 1991 : 310)

Sedangkan pengertian dakwah secara terminologi dapat dilihat dari beberapa pendapat para ahli yaitu :

- Dakwah dapat diartikan aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar,

serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia (Munir dan Ilahi, 2006 : 17).

- Toha Yahya Oemar (1987 : 1) menyebutkan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
- Totok Jumantoro (2001 : 19) menyebutkan bahwa dakwah adalah segala daya upaya untuk menyebarluaskan Islam kepada orang lain dalam segala lapangan kehidupan manusia untuk mendapat kebahagiaan hidup di dunia ataupun di akhirat kelak.
- Hamzah Ya'kub (1981) menyebutkan bahwa dakwah adalah mendorong manusia agar melakukan kebajikan dan melarang dari perbuatan kemungkaran agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akherat.
- Syekh Ali Mahfudz (1970), dakwah adalah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan menuruti petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan kemungkaran agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
- M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang

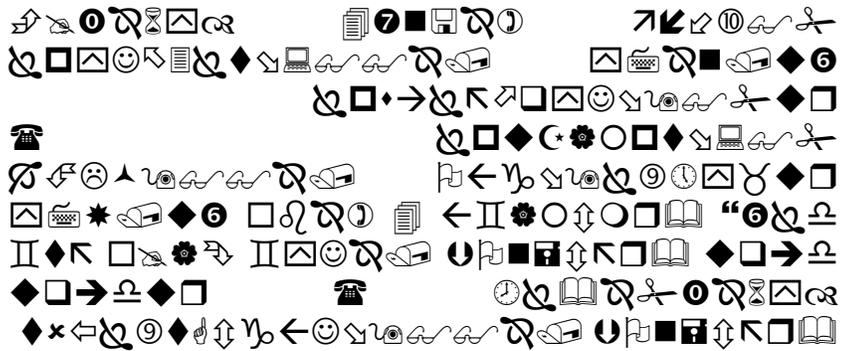
lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat (Munir Amin, 2009 : 4)

Dari beberapa pengertian dakwah tersebut di atas, dapat dipahami bahwa pada prinsipnya dakwah merupakan upaya mengajak, menganjurkan atau menyerukan manusia agar mau menerima kebaikan dan petunjuk yang termuat dalam Islam. Atau dengan kata lain, agar mereka mau menerima Islam sehingga mereka mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan baik di dunia maupun diakhirat (Safroedin, 2008 : 32)

2. Dasar Hukum Dakwah

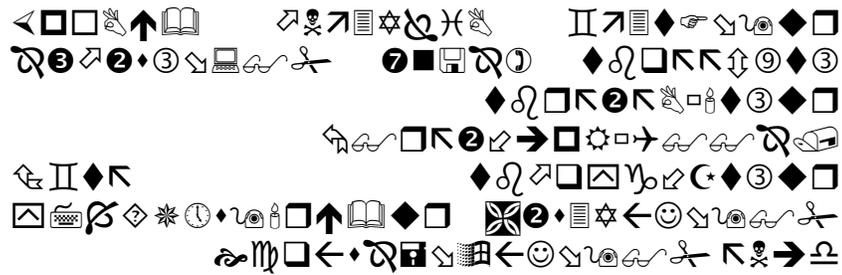
Dasar hukum kewajiban menyampaikan dakwah kepada masyarakat penerima dakwah (*mad'u*) banyak disebutkan dalam Al-Qur'an dan hadist Nabi, diantaranya adalah:

➤ QS. An-Nahl ayat 125



“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berbantahlah kepada mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Departemen Agama RI, 1991 : 421)

➤ QS. Ali Imron ayat 104



“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (Departemen Agama RI, 1991 : 93)

➤ Hadist Nabi SAW

عن ابي سعيد قال : رسول الله صلى الله عليه وسلم من رأى منكم منكرا

فليغيره بيده فان لم يستطع فبلسنه فان لم يستطع فبقلمه و ذلك اضعف

الايمان (رواه مسلم)

“Barangsiapa di antara kamu melihat kemunkaran, maka hendaklah ia merubah dengan tangannya, apabila tidak mampu (mencegah dengan tangan) maka hendaklah ia merubah dengan lisannya, dan apabila (dengan lisan) tidak mampu maka hendaklah ia merubah dengan hatinya, dan itu adalah selemah-lemah iman”(HR. Muslim).

عن ابن عمر بن عاص رضي الله عنه قال: أن رسول الله صلى الله

عليه وسلم قال: بلغوا عني ولو آية (رواه البخري)

"Rasulullah SAW bersabda: sampaikanlah apa- apa dariku walau satu ayat” (HR. Bukhari).

Meskipun ulama sepakat bahwa dakwah merupakan kewajiban umat islam, tetapi mereka berbeda pendapat tentang hukum menyampaikan dakwah, yakni berkisar antara wajib ‘ain dan wajib

kifayah. Sebagian ulama berpendapat bahwa berdakwah itu hukumnya wajib 'ain (*fardhu 'ain*), maksudnya setiap orang Islam yang sudah dewasa, kaya-miskin, pandai-bodoh, wajib melaksanakan dakwah. Pendapat ini didasarkan pada penafsiran kata "*wa al-takun*" bahwa setiap perintah wajib dilaksanakan, sedangkan "*minkum*" adalah kata keterangan, penjelasan (*bayaniyah*) dan bukan diartikan sebagian (Pimay, 2006 : 14)

Selain itu, sebagian ulama yang lain berpendapat bahwa hukum dakwah adalah wajib kifayah (*fardhu kifayah*). Hal ini didasarkan pada kata "*minkum*" yang diberikan pengertian *lit-tab'id* (sebagian). Yang dimaksud sebagian disini sebagaimana dijelaskan oleh Zamakasyari, bahwa perintah itu wajib bagi yang mengetahui adanya kemungkaran dan sekaligus mengetahui cara melaksanakan amar ma'ruf dan nahi munkar. Sedangkan terhadap orang yang bodoh, kewajiban berdakwah tidak dibebankan kepadanya. Sebab dia (karena ketidaktahuannya) mungkin memerintahkan pada kemungkaran dan melarang kebaikan, atau mengetahui hokum-hukum dimadzhabnya dan tidak mengetahui madzhab-madzhab lainnya (Pimay, 2006 :16)

Namun demikian, para ulama telah membuat klasifikasi mengenai kewajiban dakwah. Pertama, dahwah hukumnya *fardhu kifayah*. Artinya apabila di suatu tempat sudah ada para da'i yang telah menegakkan dakwah, maka kewajiban dakwah bagi yang lain akan gugur dengan sendirinya. Dalam kondisi yang demikian itu,

dakwah bagi yang lain menjadi sunnah mu'akad dan merupakan amal shalih. Kedua, hukumnya *fardhu 'ain* apabila di suatu tempat atau daerah tertentu tidak ada yang melaksanakan dakwah sama sekali, maka dosanya ditanggung oleh seluruh umat dan beban kewajiban ditanggung oleh semuanya. Dalam kondisi semacam ini, setiap pribadi umat Islam diharuskan berdakwah menurut kadar kemampuannya (Pimay, 2006 : 17).

3. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktifitas dakwah akan sia-sia (Syukir, 1983 : 49). Tujuan dakwah secara global, adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar yang diridloi Allah SWT agar mendapatkan keselamatan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat (Safrodin, 2008 : 36). Abdul Halim Mahmud mengemukakan rincian tujuan dakwah sebagai berikut:

1. Membantu manusia untuk beribadah kepada Allah SWT sesuai dengan syariatnya. Pada mulanya ini adalah tugas Rasul, namun setelah beliau wafat ini menjadi tugas *da'i* yang menjadi pewaris Nabi.
2. Membantu manusia untuk saling mengenal satu sama lain dalam kehidupan mereka.

3. Merubah kondisi buruk yang dialami kaum muslimin menjadi kondisi yang lebih baik dan benar.
4. Mendidik kepribadian muslim dengan pendidikan yang benar.
5. Menyiapkan komunitas muslim yang berdiri atas dasar-dasar budaya dan moralitas islam.
6. Menyebar luaskan dakwah Islam.

Dengan demikian, secara ringkas dapat dikatakan bahwa tujuan dakwah Islam adalah usaha untuk menyeru manusia agar mau menaati perintah-perintah Allah Swt dan Rasul-Nya supaya mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

4. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah segala aspek yang ada sangkut pautnya dengan proses pelaksanaan dakwah dan sekaligus menyangkut tentang kelangsungannya (Anshari, 1993 : 103). Unsur-unsur ini meliputi :

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah (*da'i*) adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarluaskan ajaran agama kepada masyarakat umum (*publik*). Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (*da'i*) dapat dipahami dalam dua pengertian. Pertama, *da'i* adalah setiap muslim / muslimat yang melaksanakan aktifitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari missinya sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah “

ballighu ‘anni walau ayat’. Kedua, *da’i* dialamatkan pada 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 (Pimay, 2006 : 21-22)

Subyek dakwah merupakan unsur terpenting dalam kegiatan dakwah, karena sebagaimana di dalam pepatah mengatakan “*The man behind the gun*” (manusia itu di belakang senjata). Maksudnya manusia sebagai pelaku adalah unsur yang penting dan menentukan. Suksesnya usaha dakwah tergantung juga pada kepribadian *da’i* yang bersangkutan, apabila seorang *da’i* mempunyai kepribadian yang menarik insyaallah dakwahnya akan berhasil dengan baik, dan sebaliknya (Anshari, 1993 : 107).

Gambaran kepribadian seorang *da’i* sebagaimana di jelaskan Prof. DR. Hamka ada delapan perkara yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Hendaknya seorang *da’i* menilik dan menyelidiki benar-benar kepada dirinya sendiri, guna apa dia mengadakan dakwah (menyangkut masalah niat)

2. Hendaknya seorang *da'i* mengerti benar soal yang akan diucapkannya.
3. Haruslah kuat dan teguh, tidak terpengaruh oleh pandangan orang banyak ketika memuji dan tidak tergoncang ketika mata orang melotot karena tidak senang. Jangan ada cacat dalam perangainya meskipun ada cacat pada jasmaninya.
4. Pribadinya menarik, lembut tetapi tidak lemah, tawadlu' merendahkan diri bukan rendah diri, pemaaf tapi disegani. Dia duduk di tengah orang banyak, namun dia tetap tinggi dari orang banyak, merasakan apa yang dirasakan orang banyak.
5. Harus mengerti pokok pegangan kita yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Di samping itu harus mengerti ilmu jiwa (*ilmu nafs*) dan mengerti pula adat istiadat masyarakat yang akan didakwahi.
6. Jangan membawa sikap pertentangan, jauhkan dari sesuatu yang akan membawa debat (tidak perlu membuka masalah *khilafiyah* di muka orang banyak / orang awam)
7. Haruslah diinsafi bahwasanya contoh teladan dalam sikap hidup, jauh berkesan kepada jiwa umat dari pada ucapan yang keluar dari mulut

8. Hendaklah seorang *da'i* itu menjaga jangan sampai ada sifat yang akan mengurangi *muruahny*a (harga diri) di hadapan pengikutnya. Karena akan sangat menghalangi kelancaran gagasan dan anjuran yang dikemukakan.

b. Objek Dakwah

Objek dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah. Mereka adalah orang-orang yang telah memiliki atau setidaknya telah tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan selain Islam. Kaarena itu, objek dakwah senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural, sehingga objek dakwah ini akan senantiasa mendapatkan perhatian dan tanggapan khusus bagi pelaksanaan dakwah (Pimay, 2006 : 29).

Menurut Drs. H.M. Hafi Anshari dalam bukunya *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, obyek dakwah dapat dibagi menjadi beberapa bagian atau segi, antara lain :

1. Ditinjau dari segi jumlah

- a. Individu (perorangan)
- b. Kelompok, yaitu terbatas misalnya pengajian dalam kelompok, dan tidak terbatas misalnya pengajian umum dan tabligh akbar.

2. Ditinjau dari segi usia

- a. Kalangan anak-anak dan remaja

- b. Kalangan dewasa
 - c. Kalangan tua
3. Ditinjau dari segi pendidikannya
- a. Tidak berpendidikan
 - b. Berpendidikan sekolah dasar
 - c. Berpendidikan sekolah menengah / atas
 - d. Berpendidikan tinggi
4. Ditinjau dari segi tingkatan social ekonominya
- a. Tingkat ekonomi rendah
 - b. Tingkat ekonomi cukup
 - c. Tingkat ekonomi tinggi
5. Ditinjau dari segi daerah pemukimannya
- a. Daerah pesisir
 - b. Daerah pedalaman, pegunungan, daerah transmigran
 - c. Daerah perkotaan
- c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subjek dakwah kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Al-Qur'an maupun Aa-Sunnah, yang pokoknya mengandung tiga prinsip, yaitu:

1. Aqidah

Aqidah ini menyangkut system keimanan / kepercayaan terhadap Allah SWT. Dan ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktifitas seorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental maupun sikap lakunya, dan sifat-sifat yang dimiliki. Aqidah ini yang mendapat prioritas dari seluruh perjalanan dakwah islamiyah yang dilakukan oleh Rasulullah saw, dan juga merupakan Rasul-Rasul Allah sejak dahulu.

2. Syari'ah

Syari'ah adalah peraturan-peraturan yang diciptakan Allah atau yang diciptakan pokok-pokoknya supaya manusia berpegang teguh kepadanya di dalam berhubungan dengan Allah, dengan saudaranya sesama muslim, dengan saudaranya sesaa manusia, beserta hubungannya dengan kehidupan. Berarti bahwa syari'ah menyangkut aktifitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan, dan yang tidak boleh, mana yang halal dan haram, mana yang mubah dan sebagainya. Dan ini juga menyangkut hubungan manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan sesamanya (*hablun minallah wa hablun minannas*)

3. Akhlaq

Akhlaq adalah tata cara (tata krama) melakukan hubungan baik secara vertical dengan Allah swt, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah. Akhlaq ini merupakan pokok / esensi ajaran islam pula, karena dengan akhlaq terbinalah mental dan jiwa seseorang untuk memiliki hakikat kemanusiaan yang tinggi. Dengan akhlaq ini pula nantinya dapat dilihat tentang corak dan hakikat manusia yang sebenarnya (Anshari, 1993 : 146)

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah. Pada masa kehidupan Nabi Muhammad saw, media yang paling banyak digunakan adalah media audiatif; yakni menyampaikan dakwah dengan lisan. Namun tidak boleh dilupakan bahwa sikap dan perilaku Nabi juga merupakan media dakwah secara visual yaitu dapat dilihat dan ditiru oleh objek dakwah. Dalam perkembangan selanjutnya, terdapat media-media dakwah yang efektif. Ada yang berupa audiatif, visual, audio visual seperti buku-buku, koran, radio, televise, drama, dan sebagainya. Kemudian berkembang pula gagasan untuk menggunakan media dakwah melalui peenuhan kebutuhan pokok manusiaseperti sandang,

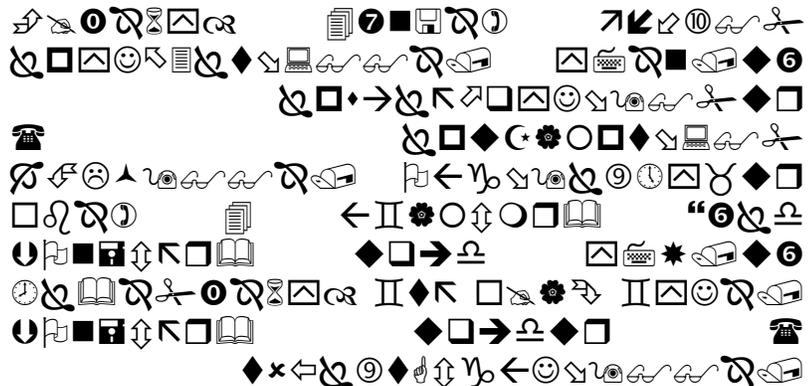
pangan, papan, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya (Pimay, 2006 : 36-37)

e. Metode Dakwah

Metode dalam bahasa Arab disebut *minhaj* atau *manhaj* yang berarti jalan atau cara yang jelas. Metode dari segi bahasa berarti cara yang teratur dan sistematis untuk melakukan sesuatu. Metode juga berarti prosedur atau cara memahami sesuatu melalui langkah yang sistematis. Dengan demikian metode dakwah bisa dipahami sebagai cara atau tehnik yang digunakan dalam berdakwah agar orang yang didakwahi (*mad'u*) mau menerima dakwah secara efektif (Safroodin, 2008 : 37)

Pembahasan metode dakwah dapat merujuk pada Surat

An Nahl ayat 125 yang berbunyi :



“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Departemen Agama RI, 1991 : 421)

Ada tiga metode yang dijelaskan dalam ayat ini, yaitu *bil hikmah, mauidzah hasanah, dan mujadallah billati hiya ahsan*.

Adapun penjelasan secara lebih lanjut adalah sebagai berikut :

1. *Bil Hikmah*, kata *hikmah* sering diartikan bijaksana.

Menurut Ibnu Zaid hikmah adalah setiap perkataan yang merupakan nasehat kepada kebaikan atau mengajak kepada kemuliaan dan mencegah dari kejahatan (Pimay, 2006 : 48). Dengan demikian *dakwah bil hikmah* mempunyai arti kemampuan seorang *da'i* di dalam melaksanakan dakwah dengan jitu karena ilmu pengetahuannya yang mendalam sehingga ia tuntas dan tepat dalam menghadapi liku-liku dakwah. Jadi istilah *bil hikmah* (dengan kebijaksanaan) itu meliputi cara atau taktik dakwah yang diperlukan dalam menghadapi golongan manapun, golongan cerdik pandai, golongan awam, golongan diantara kedua itu, dan lain-lain golongan yang mungkin sukar untuk dimasukkan ke dalam salah satu golongan yang tiga itu (Pimay, 2006 : 52)

2. *Bil Mau'idzah Hasanah*, secara bahasa, *mau'idzah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *mau'idzah* dan *hasanah*. Kata *mau'idzah* berasal dari kata *wa'adza, ya'idzu, wa'dzan, 'idzatan* yang berarti nasehat, bimbingan, pendidikan, dan peringatan. Sementara

hasanah merupakan kebalikan *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan. Menurut Abdul Hamid al-Bilali, *Al- Mau'idzah al- Hasanah* merupakan salah satu *manhaj* (metode) dalam dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan memberikan nasehat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik. Jadi, kalau ditelusuri kesimpulan dari *mau'idzah hasanah*, akan mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemah lembut dalam menasehati sering kali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan dari pada larangan dan ancaman (Munir, 2009 : 15-17)

3. *Bil Mujaadalah billati hiya ahsan*, dari segi etimology (bahasa) lafazh *mujaadalah* terambil dari kata “ *jadala*” yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif pada pada huruf jim yang mengikuti wazan *Faa'ala*, “*Jaa dala*” dapat bermakna berdebat, dan “*mujaadalaah*” perdebatan. Dari segi Istilah (terminology), ada beberapa pendapat, menurut Dr. Sayyid Muhammad Thantawi *al-mujaadalah* ialah suatu upaya yang bertujuan untuk

mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat. Sehingga *Bil Mujaadalah billati hiya ahsan* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat, antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang pada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut (Munir, 2009 : 17-19). Metode ini dilakukan jika objek dakwah mempunyai tingkat kekritisian yang tinggi, seperti ahli kitab, orientalis, filosof dan lain sebagainya. Sayyid Qurb menyatakan bahwa dalam menerapkan metode ini perlu diterapkan hak-hak sebagai berikut:

- a. Tidak merendahkan pihak lawan atau menjelek-jelekkan, mencaci, karena tujuan diskusi untuk mencapai sebuah kebenaran
- b. Tujuan diskusi semata-mata untuk mencapai sebuah kebenaran sesuai dengan ajaran Allah
- c. Tetap menghormati pihak lawan sebab setiap jiwa manusia mempunyai harga diri (Pimay, 2006 : 37-38).

C. STRATEGI DAKWAH

1. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi adalah suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran dan tujuan khusus (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa). Dakwah adalah aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan yang mungkar. Serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia (Munir dan Ilyas, 2006 : 17).

Dengan demikian strategi dakwah dapat diartikan sebagai :

- Strategi dakwah adalah siasat, taktik atau maneuver yang di tempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005 : 50).
- Strategi dakwah artinya metode, siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah (Munir Amin, 2009 : 107).
- Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah (Ali Aziz, 2009 : 349)

2. Azas-azas Strategi Dakwah

Strategi dakwah yang dipergunakan didalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah yaitu:

- Azas Filosofis, Azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah.

- Azas kemampuan dan keahlian dai (*achievement and professional*), Azas ini membahas mengenai kepribadian seorang *da'i* yang pada dasarnya mencakup masalah sifat, sikap dan kemampuan diri pribadi *da'i* yang ketiganya sudah dapat mencakup keseluruhan kepribadian yang harus dimilikinya. Sebab, jaya atau suksesnya suatu dakwah sangat tergantung pada kepribadian dari pembawa dakwah itu sendiri.
- Azas Sosiologis, Azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah. Sosio kultural sasaran dakwah dan sebagainya.
- Azas Psychologis, Azas ini membahas masalah-masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakteristik (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah ideologi atau kepercayaan (*rohaniah*) tak luput dari masalah-masalah psychology sebagai azas (dasar) dakwahnya.
- Azas Efektifitas dan Efisiensi, Azas ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga

sedikit dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidak-tidaknya seimbang antara keduanya (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 social yang mereka kehendaki. *Keempat*, menjadikan dakwah sebagai media pendidikan dan pengembangan potensi masyarakat, sehingga masyarakat akan terbebas dari *kejahilan* dan *kedhaifan* (Pimay, 2005 : 55)

3. Bentuk-bentuk Strategi Dakwah

Tujuan utama dakwah ialah mengajak ummat mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah swt. 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

dikembangkan oleh Nabi Muhammad SAW, Rasulullah mencontohkan dakwah kepada umatnya dengan berbagai cara, melalui lisan, tulisan dan perbuatan. Dimulai dari istrinya, keluarganya, dan teman-teman karibnya hingga raja-raja yang berkuasa pada saat itu. Bentuk-bentuk strategi dakwah tersebut antara lain :

1. Bentuk strategi dakwah ditinjau dari segi objek dakwah (*mad'u*)

a. Dakwah Fardiyah

Dakwah *Fardiyah* merupakan metode dakwah yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara perorangan dengan tujuan memindahkan *mad'u* pada keadaan yang lebih baik dan diridhai Allah. Perubahan atau perpindahan tersebut adakalanya dari kekafiran kepada keimanan, dari kesesatan dan kemaksiatan kepada petunjuk dan ketaatan, dari sikap acuh tak acuh dan tidak peduli menjadi sikap komitmen terhadap Islam, baik akhlaq dan adabnya, yang sudah tentu perpindahan ini menuju arah yang lebih baik dan lebih diridhai Allah SWT. Sasaran dari dakwah *fardiyah* adalah orang perseorangan yang mendapat perhatian secara khusus dari *da'i*. Contoh dakwah *fardiyah* seperti yang dilakukan Rasulullah dan para sahabat pada awal masuknya Islam, mereka melakukan dakwah kepada orang yang memiliki hubungan yang erat dengannya, memberikan nasehat dan mengajak kepada cahaya keislaman (Mahmud, 1992 : 29-30).

b. Dakwah Ammah

Dakwah *ammah* merupakan antonim dari dakwah *fardiyah*. Dakwah *ammah* merupakan aktifitas dakwah yang dilakukan seorang *da'i* terhadap sekelompok orang dalam rangka mengajak mereka pada jalan Allah SWT. Lazimnya, para juru dakwah dalam dakwah *ammah* melakukan aktifitas dakwahnya di masjid-masjid atau tempat umum bersama sekelompok orang dalam rangka mengajak mereka agar selamat di dunia dan akhirat. Sasaran dakwah *ammah* adalah massa yang tidak mendapatkan perhatian seperti terhadap perseorangan. Contoh dakwah *ammah* yaitu pengajian umum (*tabligh*), pelatihan, khutbah dan seminar-seminar tentang wawasan keIslaman (Mahmud, 1992 : 54-55).

2. Bentuk strategi dakwah ditinjau dari segi media yang di gunakan, yaitu :

a. Dakwah bil-Lisan

Dakwah *bil-lisan* adalah penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan (ceramah atau komunikasi langsung antara subyek dan obyek dakwah). dakwah jenis ini akan menjadi efektif bila disampaikan berkaitan dengan hari ibadah seperti *khutbah* Jumat atau *khutbah* hari Raya, kajian yang disampaikan menyangkut ibadah praktis dan disampaikan dengan metode dialog dengan hadirin.

b. Dakwah bil-Haal

Dakwah *bil al-hal* adalah dakwah yang mengedepankan perbuatan nyata. Hal ini dimaksudkan agar penerima dakwah (*mad'u*) mengikuti jejak dan hal ikhwal *da'i* (juru dakwah). Dakwah jenis ini mempunyai pengaruh yang besar pada diri penerima dakwah. Pada saat pertama kali Rasulullah Saw tiba di kota Madinah, beliau mencontohkan dakwah *bil-Haal* ini dengan mendirikan Masjid Quba, dan mempersatukan kaum Anshor dan kaum Muhajirin dalam ikatan *ukhuwah Islamiyah* (Masy'ari, 1992 :205)

c. Dakwah bit-Tadwin

Memasuki zaman global seperti saat sekarang ini, pola dakwah *bit at-Tadwin* (dakwah melalui tulisan) baik dengan menerbitkan kitab-kitab, buku, majalah, internet, koran, dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif. Keuntungan dari dakwah model ini, ilmu pengetahuan Islam tidak menjadi musnah meskipun sang *da'i*, atau penulisnya sudah wafat. Andaikata para alim ulama' kita terdahulu tidak menulis kitab-kitab dan buku-buku agama tentunya pengetahuan agama Islam telah musnah di muka bumi ini. Perkembangan pengetahuan agama Islam adalah berkat dari buah pena para ulama' dan sarjana muslim. Dan hal ini sudah diisyaratkan oleh Rasulullah, dengan sabdanya:

إِنَّ مَدَادَ الْعُلَمَاءِ خَيْرٌ مِنْ دَمَاءِ الشُّهَدَاءِ

Sesungguhnya tinta para ulama' adalah lebih baik dari pada darahnya syuhada (Masy'ari, 1992 : 194-196)

3. Bentuk strategi dakwah ditinjau dari segi cara penyampaian

a. Dakwah bil-Hikmah

Dakwah bil hikmah mempunyai arti kemampuan seorang *da'i* di dalam melaksanakan dakwah dengan jitu karena ilmu pengetahuannya yang mendalam sehingga ia tuntas dan tepat dalam menghadapi liku-liku dakwah. Jadi istilah *bil hikmah* (dengan kebijaksanaan) itu meliputi cara atau taktik dakwah yang diperlukan dalam menghadapi golongan manapun, golongan cerdik pandai, golongan awam, golongan diantara kedua itu, dan lain-lain golongan yang mungkin sukar untuk dimasukkan ke dalam salah satu golongan yang tiga itu (Pimay, 2006 : 52)

b. Dakwah bil Mau'izhatil Hasanah

Dakwah *bil-mau'izhatil hasanah* dapatlah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsure bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat. Menurut pendapat Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi, kta tersebut mengandung arti : *Al-mau'izhatil hasanah yaitu perkataan yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberikan nasehat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan Al-Qur'an*. Jadi dakwah *bil-mau'izhatil hasanah* mengandung pengertian kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan

dengan penuh kelembutan tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan lembut dalam menasehati sering kali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ini lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman (Saputra, 2011 :251-253)

c. Dakwah bil-Mujadalah

Menurut Dr. Sayyid Muhammad Thantawi *al-mujaadalah* ialah suatu upaya yang bertujuan untuk mengalahkan pendapat lawan dengan cara menyajikan argumentasi dan bukti yang kuat. Sehingga *Bil Mujaadalah billati hiya ahsan* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat, antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang pada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut (M. Munir, 2009 : 17-19).

4. Bentuk strategi dakwah menurut Al-Bayanuni

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah, yaitu ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah. Ia juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk:

a. Strategi Sentimentil

Strategi sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin *mad'u*, memberikan nasehat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan. Metode ini sesuai dengan *mad'u* yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang awam, para *muallaf* (imannya masih lemah), orang miskin dan anak yatim. Strategi ini diterapkan oleh Rasulullah saat menghadapi kaum musyrik Mekkah, tidak sedikit ayat-ayat Al-Qur'an yang menekankan aspek kemausiaan (*humanisme*), semacam kebersamaan, perhatian terhadap fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya. Dan para pengikut Nabi pada masa awal masuknya Islam umumnya berasal dari golongan kaum lemah, sehingga kaum lemah merasa dihargai dan dhormati (Ali Aziz, 2009 : 352)

b. Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong *mad'u* untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Nabi SAW menggunakan strategi ini untuk menghadapi argumentasi para pemuka yahudi. Namun strategi ini mempunyai kekurangan yaitu ia tidak menjangkau hal-hal yang berada di luar akal, sebab ada beberapa ajaran Islam yang tidak bisa dijelaskan secara rasional, tetapi harus di

terima secara dogmatis berdasarkan keimanan semata misalnya tentang *mukjizat* para Rasul, kehidupan setelah kematian, Surga dan Neraka dan sebagainya (Ali Aziz, 2009 : 352)

c. Strategi Indrawi

Strategi indrawi juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah, yaitu system dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama. Dahulu, Nabi SAW. mempraktikkan Islam (sebagai perwujudan strategi indrawi) yang disajikan oleh para sahabat. Para sahabat menyaksikan *mukjizat* Nabi SAW secara langsung seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan Al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah (Ali Aziz, 2009 : 353)