

BAB II

MANAJEMEN DAKWAH, DAKWAH *BIL HAL*, DAN BAITUL MAAL WAT TAMWIL PERSPEKTIF TEORITIS

A. Manajemen Dakwah

1. Pengertian Manajemen Dakwah

Istilah manajemen dakwah terdiri dari dua suku kata, yakni manajemen dan dakwah. 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). Kata Manajemen berasal dari Bahasa Latin, yaitu dari asal kata manus yang berarti tangan dan agere yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata-kata kerja managere yang artinya menangani. Managere diterjemahkan ke dalam inggris dalam bentuk kata kerja to manage, dengan kata benda management, dan manager untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, management diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan (Usman, 2008: 4). 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).

Sementara itu, beberapa pengertian manajemen muncul antara lain dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut :

- a) Menurut Robert L. Trewathn dan M. Gene Newport dalam buku mereka yang berjudul “Management” menyatakan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan serta mengawasi aktivitas-aktivitas sesuatu organisasi dalam rangka upaya mencapai suatu koordinasi sumber-sumber daya manusia dan sumber-sumber daya alam dalam hal pencapaian sasaran secara efektif dan efisien (Winardi, 2000: 4).
- b) Menurut G.R. Terry, manajemen adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Hasibuan, 2007: 3).
- c) Hilman mengatakan bahwa manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama (Manullang, 2015: 3).

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.

Dakwah secara etimologis berasal dari kata “Da’a, Yad’u, Da’watan” yang berarti mengajak, menyeru, dan memanggil (Amin, 2008: 3). Sedangkan pengertian dakwah secara istilah menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut :

- a) Wahab Suneth dan Safrudin Djosan (2000: 8) mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan yang dilaksanakan jama’ah muslim atau lembaga dakwah untuk mengajak manusia masuk ke dalam jalan Allah (kepada sistem Islam) sehingga Islam terwujud dalam kehidupan fardliyah, usrah, jama’ah, dan ummah, sampai terwujudnya tatanan khoiru ummah.
- b) menurut Prof. H.M. Thoha Yahya Omar, sebagaimana dikutip oleh Ropingi (2016: 9) Dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

- c) Dakwah adalah kegiatan menyampaikan peran yang berisi nilai, norma hukum agama (Islam) kepada obyek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem sosial yang harmonis dan damai dan pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup didunia dan di akhirat (Ropingi, 2016: 10).

Dari beberapa pendapat tentang pengertian dakwah dapat disimpulkan bahwa pada hakekatnya dakwah adalah suatu usaha aktif untuk meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul-Nya.

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).

Dari beberapa pendapat tersebut dapat penulis simpulkan bahwa pada dasarnya manajemen dakwah adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian untuk mencapai tujuan dakwah yang berlangsung secara terus menerus dalam suatu organisasi.

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 (Muchtaron, 1997: 37).

2. Fungsi-fungsi Manajemen

Fungsi Fungsi manajemen menurut para ahli secara umum memiliki kesamaan semisal fungsi manajemen menurut Henry Fayol ataupun menurut Gr Terry menyatakan ada empat fungsi yang utama dari sebuah manajemen menurut George R. Terry yaitu meliputi *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerakan), *Controlling* (pengawasan) (Panglaykim dan Hazil, 1980: 39).

a) Planning (Perencanaan)

Planning merupakan suatu aktivitas menyusun, tujuan organisasi lalu dilanjutkan dengan menyusun berbagai rencana-rencana guna mencapai tujuan organisasi yang sudah ditentukan. Planning dilaksanakan dalam penentuan tujuan organisasi secara keseluruhan dan merupakan langkah yang terbaik untuk mencapai tujuannya itu.

Pihak manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum pengambilan tindakan kemudian menelaah rencana yang terpilih apakah sesuai dan bisa dipergunakan untuk mencapai tujuan. Perencanaan adalah

proses awal yang paling penting dari seluruh fungsi manajemen, karena fungsi yang lain tak akan bisa berjalan tanpa planning.

Ada beberapa aktivitas dalam fungsi perencanaan

- 1) Menetapkan arah tujuan serta target organisasi
- 2) Menyusun strategi dalam pencapaian tujuan dan target tersebut
- 3) Menentukan sumber daya yang dibutuhkan
- 4) Menetapkan standar kesuksesan dalam pencapaian suatu tujuan dan target organisasi

Pembagian perencanaan (planning) dari sudut pandang jenjang manajemen bisa dibagi beberapa jenjang:

- 1) *Top Level Planning* (perencanaan jenjang atas), perencanaan dalam jenjang ini bersifat strategis. memberikan petunjuk umum, rumusan tujuan, pengambilan keputusan serta memberikan petunjuk pola penyelesaian dan sifatnya menyeluruh. top level planning ini penekanannya pada tujuan jangka panjang organisasi dan tentu saja menjadi tanggungjawab manajemen puncak.
- 2) *Middle Level Planning* (perencanaan jenjang menengah), dalam jenjang perencanaan ini sifatnya lebih administratif meliputi berbagai cara menempuh tujuan dari sebuah perencanaan dijalankan. dan

tanggungjawab perencanaan level ini berada pada manajemen menengah

- 3) *Low Level Planning* (perencanaan jenjang bawah) perencanaan ini memfokuskan diri dalam menghasilkan sehingga planning ini mengarah kepada aktivitas operasional. dan perencanaan ini menjadi tanggungjawab manajemen pelaksana.

Berikut syarat syarat perencanaan yang baik, selayaknya memenuhi beberapa hal berikut:

- 1) Mempunyai tujuan yang jelas
- 2) Sederhana, tidak terlalu sulit dalam menjalankannya
- 3) Memuat analisa pada pekerjaan yang akan dilakukan
- 4) Fleksibel, bisa berubah mengikuti perkembangan yang terjadi
- 5) Mempunyai keseimbangan, tanggung jawab dan tujuan yang selaras ditiap bagian
- 6) Mempunyai kesan sesuatu yang dimiliki tersedia dan bisa dipergunakan dengan efektif serta berdaya guna

Manfaat dari Planning

- 1) Bisa membuat pelaksanaan tugas jadi tepat serta aktivitas tiap unit akan terorganisasi ke arah tujuan yang sama
- 2) Dapat menghindari kesalahan yang mungkin akan terjadi
- 3) Memudahkan pengawasan

4) Dipergunakan sebagai pedoman dasar dalam menjalankan aktivitas

b) *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing adalah suatu aktivitas pengaturan dalam sumber daya manusia dan sumber daya fisik yang lainnya yang dimiliki oleh organisasi untuk bisa melaksanakan rencana yang sudah ditetapkan dan mencapai tujuan utama organisasi. Dalam bahasa yang lebih sederhana *organizing* merupakan seluruh proses dalam mengelompokkan semua orang, alat, tugas tanggung-jawab dan wewenang yang dimiliki sedemikian rupa hingga memunculkan kesatuan yang bisa digerakkan dalam mencapai tujuan (Revai, 2010: 108). *Organizing* dapat membuat manajer mudah dalam melaksanakan pengawasan serta penentuan personil yang diperlukan untuk menjalankan tugas yang sudah dibagi bagi. *pengorganisasian* bisa dijalankan dengan menentukan tugas apa yang harus dikerjakan, siapa personil yang menjalankannya, bagaimana tugasnya dikelompokkan, siapa yang harus bertanggung jawab terhadap tugas tersebut (Soewarno, 1998: 10). Berikut adalah aktivitas aktivitas yang ada dalam *organizing* (fungsi *pengorganisasian*) :

- 1) Mengalokasikan sumber daya, menyusun dan menetapkan tugas-tugas serta menetapkan prosedur yang dibutuhkan
- 2) Menetapkan struktur organisasi yang menunjukkan adanya garis kewenangan serta tanggung jawab
- 3) Aktivitas perekrutan, menyeleksi orang, pelatihan serta pengembangan tenaga kerja
- 4) Aktivitas penempatan tenaga kerja dalam posisi yang pas dan paling tepat.

Ada beberapa unsur dalam *organizing*:

- 1) Sekelompok orang yang diarahkan bekerja sama
- 2) Melakukan aktivitas yang sudah ditetapkan
- 3) Aktivitas diarahkan guna mencapai tujuan

Beberapa manfaat *organizing* antara lain

- 1) Memungkinkan untuk pembagian atas tugas-tugas yang sesuai dengan kondisi organisasi
- 2) Menciptakan spesialisasi saat menjalankan tugas
- 3) Personil dalam organisasi mengetahui tugas apa yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan

Beberapa fungsi dari *organizing*

- 1) Pendelegasian wewenang didalam manajemen atas (puncak) kepada manajemen pelaksana
- 2) Ada pembagian tugas yang jelas

3) Mempunyai manajer puncak yang profesional guna mengkoordinasikan semua aktivitas (Muchtaron. 1996: 37).

c) *Actuating* (Penggerakan)

Penggerakan dalam bahasa arab "*Tansiq*" yaitu suatu usaha untuk mengharmoniskan hubungan dalam rangkaian struktur yang ada, pada hakekatnya yang dikoordinir itu adalah manusia (Azhar, 2002: 15).

Actuating merupakan usaha untuk menggerakan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa hingga mereka berkeinginan berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan yang bersangkutan dan sasaran-sasaran anggota perusahaan tersebut oleh karena anggota itu ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut (Winardi, 1983: 297)

Menurut Siagian (1997: 128) pelaksanaan atau penggerakan dapat diartikan sebagai keseluruhan usaha, cara teknik dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya organisasi dengan efisien, efektif dan ekonomis.

Bila fungsi perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak menyangkut aspek-aspek abstrak proses manajemen, kegiatan penggerakan langsung menyangkut orang-orang dalam organisasi. Fungsi manajemen yang

ketiga ini mencakup kerja yang terdiri dari (Firdaus, 2010:

3) :

- 1) Menyusun rangka kerja, waktu dan biaya yang terperinci.
- 2) Memprakarsai dan menampilkan kepemimpinan dalam melaksanakan rencana-rencana dengan pengambilan keputusan-keputusan.
- 3) Mengeluarkan instruksi-instruksi yang spesifik.
- 4) Membimbing, memotivasi dan mensupervisi.

d) *Controlling* (pengendalian / pengawasan)

Controlling merupakan kegiatan dalam menilai suatu kinerja yang berdasarkan pada standar yang sudah dibuat perubahan atau suatu perbaikan apabila dibutuhkan. aktivitas dalam fungsi pengendalian ini misalnya:

- 1) Mengevaluasi keberhasilan dalam proses mencapai tujuan dan target mengikuti indikator yang sudah ditetapkan
- 2) Menempuh langkah klarifikasi serta koreksi atas terjadinya penyimpangan yang ditemukan
- 3) Memberi alternatif solusi atas masalah yang terjadi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan

Controlling atau fungsi pengawasan bisa berjalan dengan efektif jika hal hal ini diperhatikan:

- 1) *Routing* (jalur), manajer harus bisa menetapkan cara atau jalur guna bisa mengetahui letak diaman sesuatu sering terjadi suatu kesalahan
- 2) *Scheduling* (Penetapan waktu), dalam penetapan waktu, manajer harus bisa menetapkan dengan tugas kapan semestinya pengawasan itu dijalankan. terkadang, pengawasan yang dijadwal tidak efisien dalam menemukan suatu kesalahan, dan sebaliknya yang dilakukan secara mendadak terkadang malah lebih berguna.
- 3) *Dispatching* (Perintah pelaksanaan), adalah pengawasan yang berupa suatu perintah pelaksanaan pada pekerjaan yang bertujuan suatu pekerjaan itu bisa selesai tepat waktu. dengan perintah seperti ini pelaksanaan suatu pekerjaan bisa terhindar dari kondisi yang terkatung-katung, jadi pada akhirnya bisa diidentifikasi siapa yang telah berbuat kesalahan
- 4) *Follow Up* (tindak lanjut) apabila pemimpin menemukan kesalahan maka seharusnya pemimpin tersebut mencari solusi atas permasalahan itu (James A. 1995: 7) dengan memberi peringatan pada pekerja yang dengan sengaja ataupun tidak sengaja berbuat kesalahan dan memberikan petunjuk supaya kesalahan yang sama tak terulang lagi.

Suatu bentuk pengawasan yang bagus seharusnya sesuai dengan kebutuhan dan sifat dari organisasi. Jadi faktor-faktor serta tata organisasi dimana sebuah pengawasan dilakukan perlu diperhatikan. Maka dari itu perlu disiapkan suatu langkah sebelum pengawasan dilaksanakan seperti tata pola dan rencana organisasi.

B. Dakwah *Bil Hal*

1. Pengertian Dakwah *Bil Hal*

Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa arab yaitu “Da’a, Yad’u, Da’watan” yang berarti mengajak, menyeru, dan memanggil (Amin, 2008: 3). Qurays Syihab mendefinisikan dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha untuk merubah situasi pada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada melaksanakan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek (Samsul, 2009: 1-5).

Sedangkan menurut Abu Bakar Zakaria dalam kitabnya *ad Da’wat ila al-Islam* mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia apa yang

baik bagi mereka dalam kehidupan dunia dan akhirat menurut kemampuan mereka, adapun menurut Muhammad al Khaydar Husayn mengatakan dakwah adalah mengajak kepada kebaikan dan petunjuk, serta menyuruh kepada kebajikan (ma'ruf) dan melarang kepada kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat (Mubarok, 2006: 5-6).

Menurut Ma'arif (1994: 101) menyimpulkan makna dakwah di dalam Qur'an tidak hanya sebagai menyeru, akan tetapi ucapan yang baik, tingkah laku yang terpuji dan mengajak orang lain ke jalan yang benar ,itu sama halnya dengan kegiatan dakwah.

Bil hal secara bahasa berasal dari bahasa Arab (al-hal) yang artinya tindakan. Sehingga dakwah bil hal dapat diartikan sebagai proses dakwah dengan keteladanan, dengan perbuatan nyata (Muriah, 2000: 75).

Dapat disimpulkan bahwas dakwah bil hal adalah melakukan dakwah dengan memberikan contoh melalui tindakan-tindakan atau perbuatan-perbuatan nyata yang berguna dalam peningkatan keimanan manusia yang meliputi segala aspek kehidupan.

Dakwah bil hal adalah bagian dari metode dakwah selain dari dakwah bil lisan dan bil qalam. Metode dakwah bil hal atau dakwah dengan aksi nyata masih jarang digunakan jika dibandingkan dengan metode dakwah yang lain. Padahal jika

kita melihat kepada dakwah Rosulullah SAW. beliau telah memberikan contoh bahwa as-sunnah terdiri dari perkataan, perbuatan dan perbuatan sahabat yang direstui oleh nabi (Nasruddin dan Rifai, 1996: 31).

Metode yang digunakan dalam dakwah bil hal adalah metode pengembangan masyarakat dari dalam, yaitu berusaha mengembangkan prakarsa, peran serta dan swadaya masyarakat, dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingannya (Nasruddin dan Rifai, 1996: 50). Sehingga dalam hal ini yang aktif dalam kegiatan dakwah bukan hanya penyampai dakwah melainkan sasaran dakwah juga berpartisipasi dalam rangka mewujudkan tatanan sosial ekonomi dan kebudayaan menurut Islam.

Menurut Alamsyah Ratu Prawira Negara (1985: 14) dakwah bil hal dapat dicontohkan seperti usaha membantu orang jahat untuk menjadi individu yang tawakal dan penuh taubat atau upaya-upaya untuk mendidik orang bodoh agar menjadi lebih berilmu. Sedangkan menurut Aqib Suminto (1989: 45) memberikan pengertian dakwah bil hal itu sendiri adalah amaliah yang berupa mengembangkan masyarakat dalam rangka mewujudkan tatanan sosial, ekonomi, budaya yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam.

Berkaitan dengan dakwah bil hal pula, Husein As-Segaf berpendapat (1991: 33) bahwa dakwah bil hal adalah seluruh

kegiatan dakwah dalam bentuk perbuatan nyata untuk meningkatkan kesejahteraan umat dalam rangka memecah persoalan suatu lingkungan masyarakat.

Dalam kegiatan dakwah bil hal tidak terlepas dari lima prinsip yang utama, kelima prinsip tersebut menurut Husein Assegaf (1991: 53) adalah:

- a) Dakwah bil hal harus mampu menghubungkan ajaran Islam dengan kondisi sosial budaya atau masyarakat tertentu.
- b) Dakwah bil hal bersifat pemecahan masalah yang dihadapi umat dalam suatu wilayah tertentu.
- c) Dakwah bil hal harus mampu mendorong dan menggerakkan kemampuan masyarakat dalam memecahkan masalah dalam masyarakat misalnya dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.
- d) Dakwah bil hal harus mampu membangkitkan swadaya masyarakat, agar mereka dapat membangun dirinya, sekaligus dapat memberikan manfaat masyarakat sekitarnya.
- e) Dakwah bil hal mampu mendorong semangat kerja keras dan kebersamaan dalam rangka meningkatkan hubungan kerja sama yang harmonis dan produktif terutama untuk saling memenuhi kebutuhannya.

Murasa Sarkani Putra (1991: 166) dalam tulisannya mengungkapkan dakwah bil hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata atau memberikan contoh teladan seperti mendirikan panti asuhan, mendirikan klinik-klinik serta pelestarian lingkungan hidup untuk dakwah bil hal ini telah banyak menekankan hal-hal yang bersifat fasilitatif, materialistik.

Menurut M. Dawan Raharjo dakwah (1985: 109) pada masyarakat Indonesia diarahkan pada dua lapisan yaitu lapisan atas dan lapisan bawah.

- a) Dakwah pada lapisan atas dilakukan dengan cara mempelajari berbagai kecenderungan masyarakat yang sedang berubah kearah modern industrial. Di mana dakwah berperan dalam mengarahkan kehidupan mereka, sehingga diharapkan mereka mempunyai “pegangan” dalam proses perubahan tersebut.
- b) Dakwah ke lapisan bawah adalah dakwah dengan bil hal, yaitu dakwah ditekankan pada perubahan dan perbaikan kondisi material itu, diharapkan dapat dicegah kecenderungan ke arah ke kufuran atau pindah agama karena mendapat santunan.

Nampak jelas bahwa dakwah bil hal lebih tertuju pada sikap perilaku yang mengarah kepada perubahan terhadap kondisi yang kurang baik atau kepada yang lebih baik atau

sempurna. Contoh yang lebih utama dari perubahan dakwah bil hal seperti meningkatkan taraf hidup masyarakat bawah, meningkatkan kesehatan kaum dhuafa, meningkatkan kesejahteraan, memberikan pendidikan aplikatif dan lain-lain. Oleh karena itu dalam aplikasi dakwah bil hal diperlukan langkah-langkah antara lain (Tohir Luth, 1990: 105) :

- a) Dakwah melalui pembinaan sumber daya manusia
- b) Dakwah melalui institusi
- c) Dakwah melalui infrastruktur

2. Macam-macam Dakwah

Menurut Amin (2008: 10-13) secara umum dakwah Islam itu dapat dikategorikan ke dalam tiga macam yaitu:

a) Dakwah *bil lisan*

Dakwah *bil lisan* yaitu dakwah yang dilakukan melalui lisan.

b) Dakwah *bil hal*

Dakwah *bil hal* adalah aktivitas dakwah islam yang dilakukan dengan tindakan nyata atau amal nyata terhadap kebutuhan penerima dakwah, sehingga tindakan nyata tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penerima dakwah (Amin, 2009: 178).

c) Dakwah *bil qalam*

Dakwah *bil qalam* yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet.

3. Unsur-unsur Dakwah

Membicarakan dakwah tentu saja tidak pernah lepas dari unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah (Munir dan Ilahi, 2006: 21).

Adapun unsur-unsur tersebut ialah:

a) Da'i (Pelaku dakwah)

Nasaruddin Lathief mendefinisikan bahwa da'i adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai alamiah pokok. Ahli dakwah adalah da'i, mubaligh mustami'in (juru penerang) yang menyeru, mengajak, member pegajaran, dan pelajaran agama Islam (Munir, 2006: 22). Jadi subyek dakwah adalah manusia, baik individu, kelompok, ataupun lembaga yang mampu mengubah suatu situasi yang kurang baik menjadi situasi yang lebih baik dan yang diridhai Allah.

Sejarah mencatat para juru dakwah yang tangguh dan berbekal keteguhan iman kepada Allah SWT, antara lain Abu Bakar, Umar, Utsman, Ali, Khalid bin Walid, Sa'ad bin Abi Waqash dan lain sebagainya. Dari

penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, pertama, para juru dakwah harus memiliki bekal pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman keagamaan yang baik agar proses dakwah berjalan lancar. Kedua, para juru dakwah harus memiliki sifat-sifat pemimpin (qudwah) dan karenanya para juru dakwah perlu ditempa terlebih dahulu agar mereka tabah, sabar, dan tidak putus asa menghadapi cobaan (Pimay, 2006: 25).

Seorang da'i baik perempuan maupun laki-laki harus memiliki pengetahuan dan pengalaman agama yang luas dan benar serta memiliki khasanah ilmu tentang Al-Qur'an dan hadits, karena keduanya merupakan landasan pokok dan sumber ajaran Islam yang harus disampaikan kepada khalayak.

b) Mad'u (Penerima dakwah)

Mad'u atau objek dakwah adalah manusia secara individual ataupun kelompok yang menerima pesan-pesan dakwah. Mereka sering disebut dengan komunikan. Bagi da'i, mad'u atau komunikan adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi titik fokus kegiatan dakwah, baik itu yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah SWT Q.S. Saba' ayat 28 :

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ

النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

28. dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui.

Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti atau memeluk agama Islam, sedangkan bagi orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, islam, dan ihsan.

Oleh karena itu, masyarakat yang menjadi sasaran dakwah sangat heterogen dan memiliki pluralitas yang sangat tinggi dalam berbagai aspek, baik segi usia, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, dan jenis profesi.

c) Maddah (Materi dakwah)

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu :

1) Masalah akidah (Keimanan)

Ruang lingkup akidah sebagai materi dakwah erat hubungannya dengan i'tiqad bathiniyah (keyakinan dalam batin) atau keimanan. Masalah ini di dalam Islam terangkum dalam enam rukun dasar keimanan umat Islam atau lebih dikenal dengan Rukun Iman.

2) Masalah syari'ah (Hukum)

Pembahasan masalah syari'ah atau tata hukum dengan aturan yang berlaku dan harus ditaati oleh umat Islam terbagi menjadi dua, yakni berupa hukum yang berkaitan dengan segala sesuatu yang harus dikerjakan dan hukum atas segala sesuatu yang harus ditinggalkan. Hukum bagi umat Islam terangkum dalam sumber-sumber hukum Islam yaitu Al- Qur'an, Hadits, dan Ijma' para fuqaha.

3) Masalah muamalah (Hubungan sosial)

Segala sesuatu yang menyangkut aktivitas manusia muslim dalam kehidupan bermasyarakat. Seperti jual beli dan hutang piutang.

4) Masalah akhlak (Tingkah laku)

Akhlak dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu akhlak yang baik (akhlaqul mahmudah) dan akhlak yang buruk (akhlaqul madzmumah). Akhlak menjadi bagian dari ruang

lingkup materi dakwah karena dakwah merupakan bagian nyata (implementasi) seorang muslim dalam memahami dan menjalankan iman sesuai dengan hukum Islam (Munir, 2006: 24-31).

d) Wasilah (Media dakwah)

Dalam Ilmu Komunikasi, media adalah alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan/penerima (Mulyana, 2007: 70). Sedangkan dakwah mempunyai arti ajakan untuk berbuat kebaikan dan menjauhi larangan. Sehingga dapat diartikan media dakwah adalah alat yang digunakan da'i untuk menyampaikan maddah (materi dakwah) yang berisikan beramar ma'ruf nahi mungkar kepada mad'u.

Ditinjau dari segi sifatnya, media dakwah dibagi menjadi dua golongan :

- 1) Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti wayang, drama, ludruk, dan sebagainya.
- 2) Media modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronik” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media ini antara lain Televisi, Radio, Surat Kabar, dan sebagainya (Aziz, 2004 : 149).

Di Era globalisasi sekarang ini dakwah harus semaksimal mungkin dalam menggunakan media massa modern untuk mengembangkan dakwah Islam, sehingga memiliki efektifitas tinggi. Beberapa media massa modern diantaranya adalah :

1) Surat Kabar (Pers)

Surat kabar (pers) merupakan media komunikasi masyarakat pembaca, yang sangat besar pengaruhnya terhadap pembacanya (<http://altajdidstain.blogspot.com/2011/02/surat-kabarsebagai-media-dakwah.html>). Diakses 19/04/2017). Ada beberapa persamaan antara dakwah dan pers yaitu sama-sama menyampaikan isi pernyataan, sasarannya sama-sama yaitu manusia, sama-sama bertujuan agar manusia lain jadi sependapat, selangkah dan serasi dengan orang yang menyampaikan isi pernyataan. Contohnya : pemberitaan nabi palsu, pembakaran al-Qur'an, dan lain-lain.

2) Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara

(<http://id.wikipedia.org/wiki/Radio>. Diakses 19/04/2017).

Media radio terbukti efektif sebagai sarana komunikasi massa yang bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan menembus batas, terlebih dengan adanya fasilitas streaming/ internet untuk mengembangkan siaran dakwah dengan membentuk program-program religi.

3) Film

Film merupakan hasil olahan dari beragam komponen, seperti perwatakan, kostum, properti, alur, plot dan lainnya mampu mengemas pesan maupun ideology dari pembuatnya serta menyampaikan realitas simbolik dari sebuah fenomena secara mendalam (http://altajdidstain.blogspot.com/2011/02/dakwahmelalui-film_09.html. Diakses 19/04/2017). Penyampaian dakwah bisa disampaikan dari berbagai sisi, diantaranya melalui pesan/isi cerita, kostum yang digunakan, perwatakan dan lain-lain.

e) Thariqah (Metode dakwah)

Metode adalah jalan atau cara yang dipakai untuk menyampaikan dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi jika disampaikan lewat

metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.

Secara garis besar ada tiga pokok metode dakwah, yaitu:

- 1) *Bi al-hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga mudah dimengerti dan mereka tidak merasa bosan dengan apa yang da'i sampaikan.
- 2) *Mau'idzatul hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang (lemah lembut), sehingga apa yang disampaikan da'i tersebut bisa menyentuh hati si mad'u.
- 3) *Mujadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau tanya jawab dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada sasaran dakwah. Dengan ini da'i bisa mengetahui apa yang menjadi pertanyaan oleh sekelompok orang/individu tentang suatu masalah dalam kehidupan (Munir, 2006: 34).

4. Metode Dakwah

Strategi yang baik tidak akan berjalan dengan sebagaimana mestinya jika tidak menggunakan metode yang tepat. Metode adalah cara yang dapat digunakan untuk

melaksanakan strategi dengan berbagai macam teknik. Beberapa metode dakwah diantaranya (Aziz, 2004: 359-383):

a) Metode ceramah

Metode ceramah atau muhadlarah adalah metode yang paling sering digunakan oleh pendakwah. Metode ini disebut juga sebagai publik speaking karena berbicara di depan publik atau banyak orang. Umumnya pesan-pesan dakwah bersifat ringan, informatif, dan tidak mengundang perdebatan. Sifat komunikasinya lebih cenderung searah dari pendakwah ke audiensi, sekalipun sesekali diakhiri dengan tanya jawab.

b) Metode diskusi

Metode diskusi adalah metode dakwah dengan cara bertukar pikiran tentang suatu permasalahan keagamaan sebagai pesan dakwah antar beberapa orang dalam tempat tertentu. Dalam diskusi, tidak hanya ada tanya jawab melainkan sanggahan dan usulan. Diskusi dapat dilakukan tatap muka maupun kelompok.

c) Metode konseling

Metode konseling merupakan wawancara secara individual dan tatap muka antara konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Metode ini diperlukan mengingat banyak masalah yang terkait dengan

keimanan dan pengamalan keagamaan yang tidak bisa diselesaikan dengan metode ceramah ataupun diskusi.

d) Metode karya tulis

Metode ini termasuk ke dalam dakwah bil qalam atau dakwah dengan karya tulis. Metode karya tulis merupakan buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Bukan hanya berupa tulisan melainkan gambar atau tulisan yang mengandung misi dakwah.

e) Metode pemberdayaan masyarakat

Salah satu dakwah dalam dakwah bil hal (dakwah dengan aksi nyata) adalah metode pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan upaya membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran, akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian. Metode ini melibatkan tiga pihak, diantaranya masyarakat (komunitas), pemerintah, dan agen (pendakwah).

f) Metode kelembagaan

Metode lainnya dalam dakwah bil hal adalah metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrument dakwah. Untuk mengubah perilaku melalui institusi umpamanya, pendakwah harus melewati fungsi-fungsi manajemen yaitu

perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), dan pengendalian (controlling).

5. Urgensi Dakwah *Bil Hal* Dalam Kegiatan Dakwah

Menurut Nur Apriyanti (2007: 48) Islam memandang bahwa jika kita melihat dari sudut dakwah maka, tidak ada alasan sedikitpun untuk tidak berdakwah atau menyampaikan ajaran atau kandungan Islam, itu yang dimaksud rasul lewat pernyataan “Sampaikanlah dari padaku walaupun satu ayat”.

Dakwah bil hal lebih tertuju pada sikap perilaku yang mengarah kepada perubahan terhadap kondisi yang kurang baik kepada yang lebih baik dan sempurna contoh yang paling utama dari perubahan Dakwah bil hal seperti meningkatkan kesehatan dhuafa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan pendidikan aplikatif dan lain sebagainya.

Metode ini merupakan sebuah kerangka kerja yang kongkret dalam melaksanakan setiap kerja dakwah dalam masyarakat, sehingga akan lebih efektif jika ditunjang dengan konsep yang matang. Betapa tidak, metode ini merupakan aksi atau tindakan nyata. Maka Dakwah bil hal lebih mengarah pada tindakan menggerakan aksi dan menggerakan mad'u sehingga dakwah ini lebih berorientasi pada pengembangan masyarakat. Usaha pengembangan masyarakat Islam memiliki bidang garapan yang luas, yang meliputi pendidikan, ekonomi dan sosial masyarakat.

Pengembangan pendidikan merupakan bagian penting dari upaya mencerdaskan kehidupan bangsa yang maju, efisien, mandiri terbuka dan berorientasi kepada masa depan. Dakwah hendaklah difungsikan untuk meningkatkan kualitas umatnya yang pada akhirnya akan membawa adanya perubahan sosial. Karena pada hakikatnya Islam menyangkut pada tataran kehidupan manusia sebagai individu dan masyarakat (socio-kultural)

Dalam bidang ekonomi, pengembangannya dilakukan peningkatan minat usaha dan etos kerja yang tinggi serta menghidupkan dan mengoptimisasikan sumber ekonomi umat. Sementara pengembangan sosial kemasyarakatan dilakukan dalam kerangka merespon problem sosial yang timbul karena dampak modernisasi dan globalisasi seperti masalah pengangguran, tenaga kerja, penegakan hukum, HAM, dan pemberdayaan umat.

Pada akhirnya metode ini sebenarnya lebih mengacu kepada kerja produktif dakwah dalam memberdayakan umat dengan tindakan-tindakan yang kongkret. Akan tetapi juga harus diperhatikan untuk para da'i, sebelum menggunakan metode ini hendaknya dibekali atau membekali diri dengan konsep yang matang sehingga hasil yang akan dicapai akan maksimal karena metode ini memerlukan sebuah pemikiran dan kerja nyata untuk proses selanjutnya.

C. Baitul Maal wat Tamwil

1. Pengertian Baitul Maal wat Tamwil

Secara etimologis, istilah “Baitul Maal” berarti ‘rumah uang’, sedangkan “baitut tamwil” mengandung pengertian “rumah pembiayaan” (Jamal, 2009: 5). Sehingga dikatakan bahwa Baitul Maal Wat tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha non profit, seperti zakat, infaq dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial (Huda, 2013: 363). Sebagaimana dikemukakan oleh Makhalul Ilmi (2002: 65), yang menyatakan bahwa yang dimaksud baitut tamwil adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.

Dengan demikian perlu ditegaskan bahwa untuk bisa disebut BMT, sebuah lembaga keuangan de facto harus memiliki 2 unit usaha sekaligus dalam bidang pengelolaan ZIS dan perbankan syariah. Bila salah satunya tidak ada, maka bukanlah yang demikian disebut BMT tetapi baitul maal saja atau baitut tamwil saja. Keduanya merupakan suatu sistem

dalam wadah BMT yang bekerja sinergi dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain (Ilmi, 2002: 67).

Definisi BMT menurut operasional PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) dalam peraturan dasar yakni “Baitul Mal Wa Tamwil adalah suatu lembaga ekonomi rakyat kecil, yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil berdasarkan prinsip syariah dan prinsip koperasi (PINBUK, hal 1).

Dari definisi tersebut di atas mengandung pengertian bahwa BMT. merupakan lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil bawah dan kecil dengan berlandaskan sistem syariah, yang mempunyai tujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat dan mempunyai sifat usaha yakni usaha bisnis, mandiri, ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara professional. Sedangkan dari segi aspek ekonomi-agama, baitul mal dikembangkan untuk kesejahteraan sosial para anggota, terutama dengan menggalakkan zakat, infaq, sadaqah dan wakaf (ZISWA) seiring dengan penguatan kelembagaan bisnis BMT. BMT berazaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan syariah Islam, keimanan dan ketaqwaan. Sedangkan menurut Muhammad Ridwan BMT berazaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berdasarkan prinsip syariah Islam, keimanan, keterpaduan

(kaffah), kekeluargaan atau koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme (Ridwan, 2006: 6).

2. Prinsip dan Produk Inti Baitul Maal wat Tamwil

Secara ringkas prinsip dan produk inti Baitul Maal wat Tamwil sebagai berikut (Jamal, 2009: 38):

a) Prinsip dan produk inti Baitul Maal

1) Prinsip Baitul Maal

Baitul Maal hanya memiliki prinsip sebagai penghimpun dan penyalur dana zakat, infaq, dan shadaqah.

2) Produk inti dari Baitul Maal terdiri atas:

(a) Produk penghimpun dana

Baitul Maal menerima dan mencari dana berupa zakat, infaq, dan shadaqah, meskipun selain sumber dana tersebut, Baitul Maal juga menerima dana berupa sumbangan, hibah, ataupun wakaf serta dana-dana yang sifatnya sosial.

(b) Produk penyaluran dana

Penyaluran dana Baitul Maal harus bersifat spesifik, terutama dana yang bersumber dari zakat, karena dana zakat ini sarana penyalurannya sudah ditetapkan secara tegas untuk delapan *ashnaf* antara lain: faqir, *miskin*,

amilin, mu'alaf, fisabilillah, ghorimin, hamba sahaya, dan mushafir. Sedangkan dana diluar zakat dapat digunakan untuk pengembangan usaha orang-orang miskin, pembangunan lembaga pendidikan dll.

b) Prinsip dan produk inti Baitut Tamwil

1) Prinsip Baitut Tamwil

Baitut Tamwil mempunyai tiga prinsip yang dapat dilaksanakan yaitu:

(a) Prinsip bagi hasil

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemodal (penyedia dana) dengan pengelola dana.

(b) Prinsip jual beli dengan keuntungan (*mark up*)

Prinsip ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen (yang diberi kuasa) melakukan pembelian barang atas nama BMT, kemudian BMT bertindak sebagai penjual, menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan bagi BMT atau sering disebut *margin mark up*.

(c) Prinsip non profit

Prinsip ini disebut juga dengan pembiayaan kebajikan, prinsip ini lebih bersifat sosial dan tidak *profit oriented*.

2) Produk inti Baitut Tamwil

Adapun mengenai produk inti dari BMT (sebagai fungsi Baitut Tamwil) adalah sebagai penghimpun dana dan penyalur dana.

(a) Produk penghimpunan dana

Jenis-jenis simpanan merupakan produk penghimpunan dana oleh BMT sebagai sumber dana. Jenis simpanan tersebut antara lain:

(1) *Al-Wadia'ah*

Akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang tersebut dibagi sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

(2) *Al-Mudharabah*

Akad kerja sama kemitraan berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi (profit and loss sharing principle), dilakukan sekurang-kurangnya oleh dua pihak, dimana yang pertama memiliki dan menyediakan modal, disebut *shohibul maal*, sedang ke dua memiliki keahlian dan bertanggung jawab atas pengelolaan dana / manajemen usaha halal tertentu, disebut *mudhorib*.

(3) *Amanah*

Penabung memiliki keinginan tertentu yang diaqadkan atau diamanahkan kepada BMT.

(b) Produk penyaluran dana

Produk penyaluran dana merupakan bentuk pola pembiayaan yang merupakan kegiatan BMT dengan harapan dapat memeberikan penghasilan. Pola pembiayaan tersebut adalah:

(1) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan modal kerja yang diberikan oleh BMT kepada anggota, dimana pengelolaan usaha sepenuhnya

diserahkan kepada anggota sebagai nasabah debitur.

(2) *Pembiayaan Musyarakah*

Pembiayaan berupa sebagian modal yang diberikan kepada anggota dari modal keseluruhan.

(3) *Pembiayaan Murabahah*

Pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk pembelian barang-barang yang akan dijadikan modal kerja.

(4) *Pembiayaan Bai' Bitsamnn Ajil*

Pembiayaan ini hampir sama dengan pembiayaan murabahah, yang berbeda adalah pola pembayarannya yang dilakukan dengan cicilan dalam waktu yang agak panjang.

(5) *Pembiayaan Qardhul Hasan*

Merupakan pinjaman lunak yang diberikan kepada anggota yang benar-benar kekurangan modal atau kepada mereka yang sangat membutuhkan untuk keperluan-keperluan yang sifatnya darurat.

3. Sifat, Peran, dan Fungsi Baitul Maal wat Tamwil

a) Sifat Baitul Maal wat Tamwil

BMT bersifat terbuka, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar, terutama usaha mikro dan fakir miskin (Nadzaratuzzaman, 2008: 168)

b) Peran Baitul Maal wat Tamwil dalam masyarakat adalah sebagai berikut:

- 1) Motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak.
- 2) Ujung tombak pelaksanaan sistem ekonomi syariah.
- 3) Penghubung antara kaum kaya dan kaum miskin.
- 4) Sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang barokah, ahsanu 'amala dan salaam.

c) Fungsi Baitul Maal wat Tamwil dimasyarakat adalah untuk:

- 1) Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih professional, salaam dan amanah.
- 2) Mengembangkan kesempatan kerja.
- 3) Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota.

- 4) Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat banyak.
- 5) Mengorganisir dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal didalam dan diluar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.