

BAB II

KADERISASI, KOPERASI DAN MANAJEMEN DAKWAH

A. Kaderisasi

1. Pengertian Kaderisasi

Pandangan umum mengenai kaderisasi suatu organisasi dapat dipetakan menjadi dua unsur secara umum. Pertama, pelaku kaderisasi (subyek) dan yang kedua, sasaran kaderisasi (obyek). Pertama, subyek atau pelaku kaderisasi sebuah organisasi adalah individu atau sekelompok orang yang dipersonifikasikan dalam sebuah organisasi dan kebijakan-kebijakannya yang melakukan fungsi regenerasi dan kesinambungan tugas-tugas organisasi. Kedua adalah obyek dari kaderisasi, dengan pengertian lain adalah individu-individu yang dipersiapkan dan dilatih untuk meneruskan visi dan misi organisasi. Sifat sebagai subyek dan obyek dari proses kaderisasi ini sejatinya harus memenuhi beberapa fondasi dasar dalam pembentukan dan pembinaan kader-kader organisasi yang handal, cerdas dan matang secara intelektual dan psikologis (Adjiwicaksana, 2004 : 28).

Sebagai subyek atau pelaku, dalam pengertian yang lebih jelas adalah seorang pemimpin. Bagi bung hatta, kaderisasi sama artinya dengan edukasi dan pendidikan. Pendidikan tidak harus selalu diartikan pendidikan formal, atau dalam istilah Hatta “sekolah-sekolahan”, melainkan dalam pengertian luas. Tugas pertama-tama seorang pemimpin adalah mendidik. Jadi, seorang pemimpin hendaklah seorang yang memiliki jiwa dan etos seorang pendidik. Memimpin berarti menyelami perasaan dan pikiran orang yang dipimpinya serta memberi inspirasi dan membangun keberanian hati orang yang dipimpinya agar mampu berkarya secara maksimal dalam lingkungan tugasnya (Adjiwicaksana, 2004: 32).

Sebagai obyek dari proses kaderisasi, sejatinya seorang kader memiliki komitmen dan tanggung jawab untuk melanjutkan visi dan misi

organisasi ke depan. Karena jatuh-bangunnya organisasi terletak pada sejauh mana komitmen dan keterlibatan mereka secara intens dalam dinamika organisasi, dan tanggung jawab mereka untuk melanjutkan perjuangan organisasi yang telah dirintis dan dilakukan oleh orang-orang sebelumnya (Adjiwicaksana, 2004: 33).

Jadi, kaderisasi merupakan proses humanisasi atau pemanusiaan dengan cara transformasi nilai-nilai agar tri dharma perguruan tinggi dapat terwujud. Pemanusiaan manusia disini dimaksudkan sebagai sebuah proses pentransformasian nilai-nilai yang membuat manusia (dalam hal ini mahasiswa) agar mampu meningkatkan potensi yang dimilikinya (spiritual, intelektual dan moral). Jadi, dalam proses kaderisasi harus terdapat sebuah persiapan mahasiswa agar mampu beradaptasi dan berintegrasi melalui konsentisasi (Proses dimana manusia mendapatkan kesadaran yang mendalam tentang realitas kultural yang melingkupi hidupnya dan kemampuannya untuk merubah realitas itu) dalam ranah pembebasan manusia (maksudnya ialah pembebasan dari dehumanisasi, dalam hal ini pendidikan), penelitian (berfikir ilmiah) dan pengabdian pada masyarakat(<http://komunitas.yellowpages.co.id/kaderisasi-kepemimpinan-dalam-satu-organisasi/> diakses tanggal 25 Februari 2016).

2. Tujuan Kaderisasi

Tujuan dilakukannya kaderisasi adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mencetak pribadi yang berkualitas

Hal ini dapat terlaksana tidak lahir dengan sendirinya, melainkan butuh usaha dan proses yang cukup lama.

- b. Untuk mencetak pribadi yang mempunyai keyakinan kuat

Hal ini merupakan nilai ideologis yang harus dimiliki oleh kader.

- c. Untuk memberikan keterampilan dan keahlian dalam bidangnya

Hal ini dapat diupayakan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, seperti seorang pemimpin yang memimpin organisasi social yang dibutuhkan keahlian tertentu.

d. Untuk mencetak pemimpin yang sesuai dengan kebutuhan

Hal ini berkaitan dengan jumlah orang yang semakin banyak, semuanya memerlukan pemimpin yang mampu mengendalikan lingkungan masing-masing (Nawawi, 2011: 191-192).

3. Dasar Kaderisasi

Dalam Al-Qur'an dasar pengkaderan terdapat dalam surat Al-Nisa ayat 9 yang berbunyi:

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً □ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا ۙ ۙ

Artinya: Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar (Q.S An-Nisa :9).

Dalam Hadits nabi yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو ابْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ قَالَ بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ)

Artinya: Dari Abdullah bin Amr bin ash rodhiyallahu `anhu, bahwa Nabi shallallaahu `alaihi wa sallam bersabda “ Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhori)(Shabir, 2004: 119).

4. Jenis-jenis Kaderisasi

Dalam pelaksanaannya kaderisasi terdiri dari dua macam, yaitu:

a) Kaderisasi Informal

Dalam kaderisasi informal terdapat beberapa indikator atau kriteria kelebihan calon pemimpin yang berkepribadian positif dalam merebut kepemimpinan yang dilakukannya secara gigih berdasarkan

prestasi, loyalitas dan dedikasi pada kelompok/organisasi, memiliki sifat dan sikap pasrah kepada Tuhan yang Maha Esa sebagai penentu yang mutlak. Oleh karena itu, generasi terdahulu dan generasi muda yang sedang berada dalam proses kaderisasi, harus sama-sama aktif mengerjakan segala sesuatu yang baik dan bermanfaat guna menghasilkan calon-calon pemimpin yang berkualitas. Sebaliknya harus aktif pula menghindari atau tidak mengerjakan segala sesuatu yang akan berakibat dihasilkannya calon-calon pemimpin yang buruk kualitasnya. Dengan demikian, setiap generasi yang terdahulu, terutama yang banyak berkomunikasi dengan generasi muda atau yang menduduki posisi kepemimpinan yang penting, selalu harus memberikan contoh dan keteladanan, bimbingan dan pengarahan agar generasi muda menyerap secara sengaja atau tidak sengaja sesuatu yang baik, untuk mempersiapkan dirinya menjadi pemimpin dengan memperlihatkan sikap dan akhlak yang baik seperti yang dicontohkan Muhammad SAW ketika memimpin umatnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Ahzab 33:21 yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ

الْآخِرِ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah (Q.S. Al-Ahzab: 21) (Depag RI, 2001: 420).

Dengan demikian, perilaku yang menggambarkan akhlak atau kepribadian pemimpin dalam menjalankan kepemimpinannya dan bagaimana cara hidupnya, ternyata sangat besar pengaruhnya bagi proses kaderisasi informal (Rivai, 2004: 96).

b) Kaderisasi Formal

Perkataan formal menunjukkan bahwa usaha mempersiapkan seseorang sebagai calon pemimpin dilakukan secara berencana, teratur

dan tertib, sistematis, terarah dan disengaja. Usaha itu bahkan dapat diselenggarakan secara melembaga, sehingga semakin jelas sifat formalnya. Untuk itu proses kaderisasi mengikuti suatu kurikulum yang harus dilaksanakan selama jangka waktu tertentu dan berisi bahan-bahan teoritis dan praktik tentang kepemimpinan serta bahan-bahan lain sebagai pendukungnya (Rivai, 2004: 96).

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqoroh ayat 148 yang berbunyi:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ يَاتِ بِكُمْ

اَللّٰهُ جَمِيْعًا ۚ اِنَّ اِلٰهَآ اَللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan, di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat), Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (QS. Al-Baqarah 2:148)(Depag RI, 2001: 23).

5. Prinsip-prinsip Dasar Sistem Kaderisasi Koperasi

Kekuatan utama koperasi adalah pada edukasi. Melalui edukasi akan terbentuk pemahaman yang benar tentang ”apa, mengapa dan bagaimana” berkoperasi. Pemuda koperasi harus membekali dirinya dengan pengetahuan yang cukup sehingga mampu menciptakan ”*contoh baik*”. Untuk itu, sebagai langkah awal pemuda koperasi harus membentuk pola edukasi yang terangkum dalam ”sistem kaderisasi” (<http://www.arsadcorner.com/pembinaan-kader-sebagai-penggerak/html> diakses 18 Juni 2016 pukul 14.30 WIB). Adapun Prinsip-prinsip dasar sistem kaderisasi koperasi yaitu:

- a. Memiliki nilai keyakinan dan kebanggaan

Sebagai sebuah catatan bahwa banyak aktivis koperasi pemuda pada akhirnya mengabdikan pada sektor kapitalis. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya keyakinan dan kebanggaan terhadap koperasi itu

sendiri. Ideologisasi keluhuran nilai-nilai koperasi pada segenap kader koperasi mutlak diperlukan sehingga melahirkan keyakinan dan kebanggaan bagi seluruh kader (<http://www.arsadcorner.com/2012/06/pembinaan-kader-sebagai-penggerak.html> diakses 18 Juni 2016 pukul 14.30 WIB).

- b. Memiliki relevansi kuat antara cita-cita koperasi dan cita-cita pribadi kader itu sendiri

Sistem kaderisasi harus memiliki relevansi kuat antara cita-cita koperasi dan cita-cita pribadi kader itu sendiri. Dengan demikian, langkah-langkah pencapaian cita-cita koperasi linier dengan cita-cita pribadi kader koperasi. Dalam situasi ini, para kader akan sepenuhnya mendedikasikan dirinya untuk kemajuan koperasi sebab pada saat yang sama sesungguhnya dia sedang mencapai mewujudkan cita-citanya (<http://www.arsadcorner.com/2012/06/pembinaan-kader-sebagai-penggerak.html> diakses 18 Juni 2016 pukul 14.30 WIB).

- c. Memiliki dimensi moral yang kuat

Hidup bersama dalam koperasi bukanlah hal mudah dan memerlukan ikatan emosional yang kuat. Berkoperasi mensyaratkan keterbangunan percaya satu sama lain sehingga setiap orang ikhlas berkontribusi secara optimal bagi pencapaian tujuan berkoperasi. Untuk itulah, keterjagaan moral dari segenap aktivis koperasi menjadi penting sehingga setiap orang yang terlibat akan berupaya untuk saling memberi tauladan yang baik. Hal ini bisa di bentuk lewat sistem kaderisasi yang menjunjung tinggi nilai-nilai luhur koperasi (<http://www.arsadcorner.com/2012/06/pembinaan-kader-sebagai-penggerak.html> diakses 18 Juni 2016 pukul 14.30 WIB).

6. Tahapan Kaderisasi Koperasi

a) Jenjang I (Orientasi Kepada Calon Anggota)

Jenjang I ini diikuti oleh semua calon anggota koperasi. Adapun materi yang disampaikan dalam jenjang I adalah sebagai berikut:

- 1) Definisi Koperasi (Definisi, jati diri, nilai dan prinsip koperasi)
- 2) Profil Koperasi (Sejarah, visi-misi, tujuan, jumlah anggota, usaha, aset, legalitas)
- 3) Kelembagaan (RAT, Pengurus, Pengawas)
- 4) Hak (manfaat) dan kewajiban anggota
- 5) Peran dan partisipasi anggota(<http://www.academia.edu/Desain-kaderisasi-aktivis-koperasi.html> diakses 19 Juni 2016 pukul 11.00 WIB).

b) Jenjang II (Pendidikan Dasar)

Jenjang II ini diikuti oleh anggota koperasi (minimal 3-6 bulan menjadi anggota). Adapun materi yang disampaikan dalam jenjang II adalah sebagai berikut:

- 1) Sejarah Koperasi Dunia dan Indonesia
- 2) Ulasan Nilai, Prinsip dan Jati diri Koperasi
- 3) Kapitalisme dan Koperasi
- 4) Gerakan Koperasi di Indonesia dan Dunia
- 5) Perkembangan Koperasi Dunia(<http://www.academia.edu/Desain-kaderisasi-aktivis-koperasi.html> diakses 19 Juni 2016 pukul 11.00 WIB).

c) Jenjang III (Pendidikan Menengah)

Jenjang III ini diikuti oleh anggota koperasi (minimal 1 tahun menjadi anggota). Adapun materi yang disampaikan dalam jenjang III adalah sebagai berikut:

- 1) Kontekstualisasi Nilai, Prinsip dan Jati Diri Koperasi saat ini
- 2) Relasi Negara dan Koperasi (Perundang-undangan)
- 3) Koperasi dan Globalisasi Ekonomi

4) Strategi Pemberdayaan Masyarakat (<http://www.academia.edu/Desain-kaderisasi-aktivis-koperasi.html> diakses 19 Juni 2016 pukul 11.00 WIB).

d) Jenjang IV (Pendidikan Lanjut)

Jenjang IV ini diikuti oleh anggota koperasi (minimal 2 tahun menjadi anggota). Adapun materi yang disampaikan dalam jenjang IV adalah sebagai berikut:

- 1) Ulasan Kritis Nilai, Prinsip dan Jati Diri Koperasi
- 2) Dekade Koperasi 2020
- 3) Perspektif Ekologi dan Koperasi
- 4) Studi Komparasi Filsafat Kerjasama dan Persaingan (<http://www.academia.edu/Desain-kaderisasi-aktivis-koperasi.html> diakses 19 Juni 2016 pukul 11.00 WIB).

B. Koperasi

1. Sejarah Koperasi

Sejarah singkat gerakan koperasi bermula pada abad ke-20 yang pada umumnya merupakan hasil dari usaha yang tidak spontan dan tidak dilakukan oleh orang-orang yang sangat kaya. Koperasi tumbuh dari kalangan rakyat, ketika penderitaan dalam lapangan ekonomi dan sosial yang ditimbulkan oleh sistem kapitalisme semakin memuncak. Beberapa orang yang penghidupannya sederhana dengan kemampuan ekonomi terbatas, terdorong oleh penderitaan dan beban ekonomi yang sama, secara spontan mempersatukan diri untuk menolong dirinya sendiri dan manusia sesamanya (Sujatmiko, 2014: 1).

Pada tahun 1896 seorang Pamong Praja Patih R. Aria Wria Atmaja di Purwokerto mendirikan *Hulp en Spaarbank* (Bank Pertolongan dan Tabungan), sebuah bank untuk para pegawai negeri (Priayi). Ia terdorong oleh keinginannya untuk menolong para pegawai yang makin menderita karena terjerat oleh lintah darat yang memberikan pinjaman dengan bunga yang tinggi. Maksud Patih tersebut untuk mendirikan koperasi kredit

model seperti di Jerman . Cita-cita semangat tersebut selanjutnya diteruskan oleh De Wolf van Westerrode, seorang asisten residen belanda. De Wolf van Westerrode sewaktu cuti berhasil mengunjungi Jerman dan menganjurkan akan mengubah Bank Pertolongan Tabungan yang sudah ada menjadi Bank Pertolongan Tabungan dan Pertanian. Selain pegawai negeri juga para petani perlu dibantu karena mereka makin menderita karena tekanan para pengijon. Ia juga menganjurkan Bank tersebut menjadi koperasi (Sujatmiko, 2014: 2).

Pada tahun 1908, berdirilah Perkumpulan Boedi Oetomo. Perkumpulan ini menganjurkan dan mencoba memajukan koperasi rumah tangga (konsumsi). Pada tahun 1912, berdiri pula Serikat Dagang Islam oleh H.Samanhudi yang bertujuan untuk memperkuat posisi pedagang pribumi terhadap pedagang Tionghoa dengan cara mendirikan koperasi (Pachta, 2012: 41).

Pada tahun 1927, di Surabaya didirikan *Indonesische Studieclub* oleh dokter Soetomo (Pendiri Boedi Oetomo) dan melalui organisasi tersebut beliau menganjurkan berdirinya koperasi. Kegiatan serupa juga dilakukan oleh Partai Nasional Indonesia dibawah pimpinan Ir. Soekarno, dan pada tahun 1929 mereka menyelenggarakan kongres koperasi di Betawi. Keputusan kongres tersebut menyatakan bahwa untuk meningkatkan kemakmuran penduduk Bumi Putera harus didirikan berbagai macam koperasi diseluruh Pulau Jawa khususnya dan di Indonesia umumnya (Hendar, 2010: 7).

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan, dengan tegas perkoperasian ditulis dalam UUD 1945. Dr.H. Moh. Hatta berusaha memasukan rumusan perkoperasian didalam “Konstitusi” pasal 33 UUD 1945 ayat 1 beserta penjelasannya menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan azas kekeluargaan. Dalam penjelasannya disebutkan bahwa bahwa bangun perekonomian yang sesuai dengan asas kekeluargaan tersebut adalah koperasi (Hendar, 2010: 7).

Pada tanggal 12 Juli diselenggarakan kongres koperasi se-Jawa yang pertama di Tasikmalaya. Dalam kongres tersebut diputuskan antara lain terbentuknya Sentral Organisasi Koperasi Rakyat Indonesia (SOKRI), menjadikan tanggal 12 Juli sebagai Hari Koperasi serta menganjurkan diselenggarakan pendidikan koperasi dikalangan pengurus, pegawai dan masyarakat (Hendar, 2010: 7).

Dalam proses perjuangan gerakan koperasi, pada tahun 1951 di Jawa Barat dan Sumatera Utara didirikan badan-badan koordinasi yang merupakan badan penghubung cita-cita antar koperasi serta merupakan sumber penerangam dan pendidikan bagi anggota koperasi. Di Jawa Barat didirikan Bank Provinsi Jawa Barat yang dimasukan untuk mengadakan pemusatan usaha dalam jasa keuangan bagi gerakan koperasi di Jawa Barat. Pada tahun 1960 pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah No. 140 tentang penyaluran Bahan Pokok dan menugaskan koperasi sebagai pelaksananya. Kemudian pada tahun 1961, diselenggarakan Musyawarah Nasional Koperasi I (Munaskop I) di Surabaya untuk melaksanakan prinsip demokrasi terpimpin dan ekonomi terpimpin. Sejak itu mempolitikkan koperasi mulai tampak (Sitio, 2001: 11).

Pada tahun 1965, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 1965, dimana prinsip NASAKOM diterapkan pada koperasi. Pada tahun itu juga dilaksanakan Munaskop II di Jakarta, yang merupakan pengambilalihan koperasi oleh kekuatan-kekuatan politik sebagai pelaksana UU baru. Perlu diketahui bahwa, pada tahun yang sama pula terjadi pemberontakan gerakan tiga puluh september yang digerakan partai komunis indonesia (G 30 S /PKI), yang berpengaruh besar terhadap perkembangan koperasi (Sitio, 2001: 11).

Kemudian pada tahun 1967, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian yang mulai berlaku tanggal 18 Desember 1967. Dengan berlakunya UU ini, semua koperasi wajib menyesuaikan diri dan dilakukan penertiban organisasi koperasi. Keharusan menyesuaikan diri dengan UU tersebut

mengakibatkan penurunan jumlah koperasi, dari sebesar 64.000 unit (45.000 unit diantaranya telah berbadan hukum) tinggal menjadi 15.000 unit. Selebihnya tidak dapat menyesuaikan diri. Pada tahun 1992, UU No. 12 Tahun 1967 tersebut disempurnakan dan diganti menjadi UU No. 25 Tahun 1992 Tentang perkoperasian (Sitio, 2001: 12).

2. Pengertiankoperasi

Secara harfiah Koperasi yang berasal dari bahasa Inggris *Cooperation* terdiri dari dua suku kata, *Co* yang berarti bersama, sedangkan *Operation* yang berarti bekerja, Jadi dapat kita pahami bahwa Koperasi berarti bekerja sama (Sujadmiko, 2014: 6).

Menurut ILO (*International Labour Organization*), *Cooperative defined as an association of person usually of limited means, who have voluntarily joined together to achieve a common economic and through the formation of a democratically controlled bussiness organization, making equitable contribution to the capital required and accepting a fair share of the risk and benefits of the undertaking* (Sitio, 2001: 17).

Menurut Moh. Hatta (Bapak Koperasi Indonesia), Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan 'seorang buat semua dan semua buat seorang' (Sitio, 2001: 17).

Menurut Hanel, bahwa koperasi adalah organisasi otonom, yang berada didalam lingkungan sosial ekonomi, yang menguntungkan setiap anggota, pengurus dan pemimpin dan setiap anggota, pengurus dan pemimpin merumuskan tujuan-tujuannya secara otonom dan mewujudkan tujuan-tujuan itu melalui kegiatan-kegiatan ekonomi \yang dilaksanakan secara bersama-sama(Sitio, 2001: 18).

Arifinal Chaniago mendefenisikan Koperasi sebagai suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum, yang memberikan kebebasan kepada anggota untuk masuk dan keluar, dengan

bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahteraan jasmaniah para anggotanya (Chaniago, 1973: 83).

Menurut UU nomor 25 tahun 1992 pasal 1 Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan (Redaksi Sinar Grafika, 1995: 2). Pada pasal 2 menjelaskan tentang tujuan koperasi didirikan yaitu untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang dasar 1945 (Redaksi Sinar Grafika, 1995: 3). Sudah jelas berarti koperasi didirikan ikut membangun perekonomian negara dan asas yang diterapkan adalah asas kekeluargaan. Sama seperti Koperasi Mahasiswa. Letak dari koperasi tersebut berada di kalangan mahasiswa yang dimana selain turut memajukan ekonomi rakyat mahasiswa menjadi memiliki jiwa-jiwa yang siap untuk terjun ke masyarakat karena telah memiliki pengalaman perkoperasian.

3. Prinsip-Prinsip Koperasi

Melaksanakan seluruh prinsip koperasi berarti koperasi mewujudkan dirinya sebagai badan usaha sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berwatak social. Prinsip koperasi merupakan khas yang membedakan dengan badan usaha lain.

Adapun prinsip-prinsip koperasi antara lain:

- a) Keanggotaannya bersifat sukarela dan terbuka

Sikap kesukarelaan mengandung makna, menjadi anggota koperasi tidak boleh dipaksa dan terpaksa, dipaksa oleh siapapun atau karena keadaan terpaksa. Kesukarelaan mengandung arti pula, seorang anggota dapat mengundurkan diri sesuai persyaratan dalam Anggaran Dasar Koperasi (Sujadmiko, 2014: 17).

Sedangkan sifat terbuka berarti didalam keanggotaan koperasi tidak dilakukan pembatasan atau diskriminasi dalam bentuk apapun. Keanggotaan koperasi terbuka bagi siapapun yang memenuhi syarat-syarat keanggotaan atas dasar persamaan kepentingan ekonominya dapat dilayani oleh koperasi (Sitio, 2001: 27).

b) Pengelolaan dilakukan secara demokratis

Prinsip pengelolaan secara demokratis didasarkan pada kesamaan hak suara bagi setiap anggota dalam pengelolaan koperasi. Pemilihan para pengelola koperasi dilaksanakan pada saat rapat anggota, para pengelola berasal dari para anggota koperasi itu sendiri (Sitio, 2001: 27)

c) Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota

Dalam koperasi, keuntungan yang diperoleh disebut sebagai sisa hasil usaha (SHU). SHU adalah selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan usaha. Pendapatan koperasi diperoleh dari pelayanan anggota dan masyarakat (Sitio, 200: 28).

Setiap anggota yang memberikan partisipasi aktif dalam usaha koperasi akan mendapat bagian sisa hasil usaha yang lebih besar dari pada yang pasif. Anggota yang menggunakan jasa koperasi akan membayar nilai jasa tersebut terhadap koperasi, dan nilai jasa yang diperoleh dari anggota tersebut akan diperhitungkan pada saat pembagian sisa hasil usaha. Transaksi antara anggota dan koperasi inilah yang dimaksud dengan jasa usaha (Sitio, 200: 28).

d) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal

Anggota adalah pemilik koperasi, sekaligus sebagai pemodal dan pelanggan. Simpanan yang disetorkan oleh anggota kepada koperasi akan digunakan koperasi untuk melayani anggota, termasuk dirinya sendiri. Apabila anggota menuntut pemberian

tingkat suku bunga yang tinggi atas modal yang ditanamkan pada koperasi, maka hal tersebut berarti akan membebani dirinya sendiri, karena bunga modal tersebut akan menjadi bagian dari biaya pelayanan koperasi terhadapnya. Dengan demikian, tujuan berkoperasi untuk meningkatkan efisiensi dalam mencapai kepentingan ekonomi bersama tidak akan tercapai (Sitio, 200: 29).

Modal dalam koperasi pada dasarnya dipergunakan untuk kemanfaatan anggota dan bukan untuk sekedar mencari keuntungan. Oleh karena itu balas jasa terhadap modal yang diberikan kepada para anggota terbatas, wajar dalam arti tidak melebihi suku bunga yang berlaku di pasar (Sujatmiko, 2014: 18).

e) Kemandirian

Mengandung pengertian dapat berdiri sendiri, tanpa bergantung pada pihak lain yang dilandasi oleh kepercayaan kepada pertimbangan, dan usaha sendiri. Dalam kemandirian terkandung pula pengertian kebebasan yang bertanggungjawab, otonomi, swadaya, berani mempertanggung jawabkan perbuatan sendiri, dan kehendak untuk mengelola diri sendiri dalam mengembangkan koperasi (Sujatmiko, 2014: 18).

f) Pengkaderan/Pendidikan bagi Anggota

Keberhasilan koperasi sangat erat hubungan dengan partisipasi aktif setiap anggotanya. Seorang anggota akan mau berpartisipasi, bila yang bersangkutan mengetahui tujuan organisasi tersebut, manfaatnya terhadap dirinya dan cara organisasi itu dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, keputusan seseorang untuk masuk menjadi anggota haruslah didasarkan akan pengetahuan yang memadai tentang manfaat berkoperasi (Sitio, 2001: 30).

Agar anggota koperasi berkualitas baik, berkemampuan tinggi, dan berwawasan luas, maka pendidikan adalah mutlak. Pendidikan perkoperasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan (menjadi

sangat penting) dalam mewujudkan kehidupan berkoperasi, agar sesuai dengan jati dirinya. Melalui pendidikan, anggota dipersiapkan dan dibentuk untuk menjadi anggota yang memahami serta menghayati nilai-nilai dan prinsip-prinsip serta praktik-praktik koperasi (Sitio, 2001: 30).

g) Kerjasama antar koperasi

Koperasi-koperasi ada yang mempunyai bidang usaha yang sama, dan ada pula yang berbeda serta tingkatan yang berbeda. Pada masing-masing usaha tersebut disadari bahwa kemampuan koperasi masih bervariasi, namun disadari bahwa koperasi-koperasi tersebut pada dasarnya mengemban misi yang sama, yaitu memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya (Sitio, 2001: 30).

Untuk mencapai tujuan yang sama tersebut, masing-masing koperasi memiliki kelebihan dan kekurangannya. Kerjasama antar koperasi yang dimaksudkan untuk saling memanfaatkan kelebihan dan menghilangkan kelemahan masing-masing, sehingga hasil akhir dapat dicapai secara optimal. Kerjasama tersebut diharapkan akan saling menunjang pendayagunaan sumberdaya sehingga diperoleh hasil yang lebih optimal. Kerjasama antar koperasi dapat dilakukan di tingkat local, nasional maupun internasional. Prinsip ini sebenarnya lebih bersifat "strategi" dalam bisnis (Sitio, 2001: 31).

4. Koperasi Mahasiswa

a) Sejarah Koperasi Mahasiswa

Sejarah koperasi mahasiswa erat kaitannya dengan kebijakan Normalisasi Kehidupan Kampus dan Badan Koordinasi Kemahasiswaan (NKK/BKK). Kebijakan NKK/BKK berdasarkan SK No.0156/U/1978 yang digulirkan oleh Daed Joesoef sebagai Menteri Pendidikan kala itu berusaha melokalisir dan memutilasi aktivisme sosial-politik gerakan mahasiswa. Kebijakan ini dipicu

oleh peristiwa malari 1974 dan pemilu 1977 ([http://news.okezone.com/read/ketika-mahasiswa-dibungkam-nrmalisasi-kampus/diakses 03 Juli 2016 pukul 16.35](http://news.okezone.com/read/ketika-mahasiswa-dibungkam-nrmalisasi-kampus/diakses%2003%20Juli%202016%20pukul%2016.35)).

Wujudnya adalah dengan membubarkan Dewan dan Senat Mahasiswa diberbagai perguruan tinggi . kegiatan ini bertujuan untuk ”menarik mahasiswa kembali ke kampus” agar mahasiswa tidak bisa terlibat dalam aktivisme sosial-politik mengkritik pemerintah Orde Baru. Sebagai gantinya, pemerintah membentuk Badan Koordinasi Kemahasiswaan (BKK) berdasarkan SK Menteri P7K No.037/U/1979. Kegiatan tersebut membahas bentuk susunan lembaga organisasi kemahasiswaan di lingkungan perguruan tinggi ([http://news.okezone.com/read/ketika-mahasiswa-dibungkam normlisasi-kampus/diakses 03 Juli 2016 pukul 16.35](http://news.okezone.com/read/ketika-mahasiswa-dibungkam-normlisasi-kampus/diakses%2003%20Juli%202016%20pukul%2016.35)).

Kebijakan NKK/BKK merupakan kebijakan depolitisasi gerakan mahasiswa guna membatasi aktivitas mereka. Kompensasinya, pemerintah membuat Unit-unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) sebagai medium aktualisasi mahasiswa sesuai bakat dan minatnya. Dengan kebijakan tersebut maka terbentuklah UKM-UKM seperti: teater, kerohanian, pramuka, resimen mahasiswa, pecinta alam, olahraga, pers, musik, seni, kewirausahaan yang diwadahi dalam koperasi mahasiswa([http://news.okezone.com/read/ketika-mahasiswa-dibngkam-normlisasi-kampus/diakses 03 Juli 2016 pukul 16.35](http://news.okezone.com/read/ketika-mahasiswa-dibngkam-normlisasi-kampus/diakses%2003%20Juli%202016%20pukul%2016.35)).

Dengan melihat sejarah itu maka eksistensi kopma dari awal merupakan medium aktualisasi bakat-minat dibidang kewirausahaan semata. Kopma yang lahir dari fase depolitisasi gerakan mahasiswa itu pada gilirannya menjadi bebas nilai (<https://kopmakita.wordpress.com/sejarah-kopma/>Diakses 03 juli 2016 pukul 16.35).

b) **Pengertian Koperasi Mahasiswa**

Koperasi mahasiswa merupakan koperasi bagi kalangan mahasiswa, yang masa pendidikannya diperguruan tinggi juga disiapkan sebagai insan pembangunan masa depan, mestinya juga melalui pengkajian keterkaitan antara koperasi dengan program industrialisasi yang dilaksanakan sebagai pembangunan (Anoraga, 2007: 18).

Pada hakikatnya, tujuan Kopma sama dengan koperasi pada umumnya. Tujuan yang dimaksud yaitu untuk menyejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Begitu pula dengan prinsip dan nilai koperasi, tidak ada perbedaan antara kopma dan koperasi pada umumnya (Skripsi Linda sofya 2015: 32).

Kopma mensyaratkan anggotanya adalah mahasiswa, namun kopma juga secara terbuka menerima keanggotaan dari luar mahasiswa. Namun, aturan tersebut disesuaikan dengan Anggaran Dasar dari masing-masing Kopma. Kopma yang didominasi oleh mahasiswa, baik anggota maupun pengurusnya menjadikan koperasi lebih berkarakter (Skripsi Linda sofya 2015: 32).

C. Manajemen Dakwah

1. Pengertian Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah adalah terminologi yang terdiri dari dua kata, yakni manajemen dan dakwah. Kedua kata ini berangkat dari dua disiplin ilmu yang sangat berbeda sama sekali. Istilah yang pertama, berangkat dari disiplin ilmu yang sekuler, yakni Ilmu Ekonomi. Ilmu ini diletakan di atas paradigma materialistis. Prinsipnya adalah dengan modal yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sementara itu istilah yang kedua berasal dari lingkungan agama, yakni Ilmu Dakwah. Ilmu ini diletakan di atas prinsip, ajakan menuju keselamatan dunia dan akhirat, tanpa paksaan dan intimidasi serta tanpa bujukan dan iming-iming material. Ia datang dengan tema menjadi rahmat semesta alam.

Secara bahasa “manajemen” berasal dari bahasa Inggris. “*Management*” berasal dari kata kerja *to manage* yang dalam bahasa Indonesia dapat berarti mengurus, mengatur, mengemudikan, mengendalikan, mengelola, menjalankan, melaksanakan dan memimpin (Shadily, 2003: 372). Gerry Johnson mengemukakan bahwa manajemen adalah proses mengintegrasikan sumber-sumber yang tidak berhubungan menjadi sistem total untuk menyelesaikan suatu tujuan (Pidarta, 2004: 3). Silalahi mengartikan bahwa manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengisian staf, kepemimpinan dan pengontrolan untuk optimasi penggunaan sumber-sumber dan pelaksanaan tugas-tugas dalam mencapai tujuan organisasional secara efektif dan efisien (Silalahi, 2002: 4).

Definisi di atas memberikan gambaran bahwa manajemen itu mengandung arti proses kegiatan. Proses tersebut dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan menggunakan sumber daya lainnya. Seluruh proses tersebut ditujukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Secara terminologi terdapat banyak definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya adalah:

a) Manajemen menurut George R. Terry

Manajemen adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Effendi, 2014: 3).

b) Manajemen menurut Marry Parker Follet

Manajemen adalah sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Dia mengartikan manajemen yang menitik-beratkan pada seninya, dimana praktik atau implementasi membuat system yang baik dan benar (Effendi, 2014: 3).

c) Manajemen Menurut M. Manullang

Manajemen sebagai suatu proses kerjasama, manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas dan manajemen sebagai suatu seni dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (Effendi, 2014: 3).

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah seni dalam mengatur system baik orang dan perangkat lain agar dapat berjalan dan bekerja sesuai dengan ketentuan dan tujuan entitas yang terdiri dari berbagai aktivitas.

Sama dengan istilah manajemen, istilah dakwah pun diberi definisi macam-macam oleh para ahli. Dakwah secara bahasa (etimologi) merupakan sebuah kata dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata: دعا-يدعو-دعوة (da'a, yad'u, da'watan) yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Menurut Abdul Aziz, secara etomologis dakwah berarti: memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, memohon dan meminta, atau do'a (Anton, 2010: 35). Artinya, proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan, seruan, undangan, untuk mengikuti pesan tersebut atau menyeru dengan tujuan untuk mendorong seorang supaya melakukancita-cita tertentu (Subandi, 1994: 10). Oleh karena itu, dalam kegiatannya ada proses mengajak, disebut da'i dan orang yang diajak disebut mad'u.

Selain pengertian di atas, ada pula beberapa pengertian dakwah yang disampaikan oleh para pakar ilmu dakwah, yang tentunya memiliki ragam penjelasan dalam bentuk rumusan redaksional yang berbeda-beda. Perbedaan yang terdapat pada setiap penjelasan para pakar dan cendikiawan itu kelihatannya lebih pada aspek orientasi dan penekanan bentuk kegiatannya bukan pada aspek essensinya. Di antara aneka ragam penjelasan mengenai rumusan dakwah yang disampaikan oleh para pakar adalah:

Pertama, definisi dakwah yang menekankan pada proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran Islam), tokoh penggagasnya adalah syekh Ali Mahfudz. Menurutnya dalam Hidayat adari perl-Mursyidin bahwa dakwah adalah sebagai upaya membangkitkan kesadaran manusia di atas kebaikan dan bimbingan, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah kepada perbuatan munkar supaya mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat (Mahfudz, 1987: 10).

Definisi dari Ali Mahfudz menawarkan penjelasan bahwa dakwah sebagai proses mendorong manusia agar melakukan kebaikan dan menuruti petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Hamzah, 1992: 20). Akan tetapi, definisi ini nampaknya belum dapat menjawab persoalan apa itu dakwah, sebagai pernyataan ontologis (hakikat) dakwah, sebab definisi tersebut belum memperlihatkan kejelasan tentang apa yang di cari, yaitu menemukan hakikat dari pertanyaan mengenai ke-apa-an dakwah. Sebab dari pernyataan nya baru mengungkapkan tentang dakwah sebagai sebuah proses komunikasi atau tabligh ajaran Islam. Untuk melengkapinya mari kita lihat penjelasan dari Sayyid Qutb. Ia mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak atau mendorong orang untuk masuk ke dalam sabilillah, bukan untuk mengikuti da'i atau bukan pula untuk mengikuti sekelompok orang (Qutb, 1976: 110).

Sayyid Qutb dengan pernyataannya, seakan-akan ingin meyakinkan bahwa dalam dakwah islamiyah terdapat nilai-nilai yang universal. Definisi Sayyed Qutb tentang dakwah ini memiliki kesamaan makna dengan definisi yang di ungkapkan oleh Masdar F. Mashudi yang mengartikan dakwah islamiyah sebagai suatu proses penyadaran untuk mendorong manusia agar tumbuh dan berkembang sesuai dengan fitrah nya (Mashudi, 1991: 1).

Kedua, definisi dakwah yang lebih menekankan pada proses penyebaran pesan dakwah dengan mempertimbangkan penggunaan

metode, media, dan pesan yang di sesuaikan dengan situasi mad'u (khalayak atau sasaran dakwah). Dalam arti seorang da'i menyampaikan pesan dakwah yang sesuai dengan kondisi mad'unya, mempertimbangkan sesuai metode dan media yang di gunakan relevan dengan kondisi mad'unya, dalam ha ini tingkat budayanya. Pakar dakwah yang menjadi penggagasnya adalah Ahmad Ghalwusy, menurutnya bahwa dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia di setiap waktu dan tempat dengan metode-metode dan media-media yang sesuai dengan kondisi para penerima pesan dakwah (khalayak dakwah) (Subandi, 1999: 18).

Ketiga, definisi dakwah yang lebih menekankan pada pengorganisasian dan pemberdayaan sumber daya manusia dalam melakukan berbagai petunjuk ajaran Islam, menegakan norma sosial budaya dan membebaskan kehidupan manusia dari berbagai penyakit sosial. Definisi ini di antara lain di kemukakan oleh Sayyid Mutawakil. Menurutnya bahwa dakwah adalah mengorganisasikan kehidupan manusia dalam menjalankan kebaikan, menunjukannya ke jalan yang benar dalam menegakkan norma sosial budaya dan menghindarkannya dari penyakit social (Shalih, 1989: 21).

Berdasarkan beberapa kategori definisi dakwah di atas, maka dapatlah disimpulkan bahwa dakwah Islam pada dasarnya merupakan:

- a. Perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, mad'u (sasaran dakwah) dalam tujuannya melekat cita-cita ajaran Islam yang berlaku sepanjang zaman dan di setiap tempat;
- b. Proses transmisi, transformasi, dan difusi serta internalisasi ajaran Islam.

Untuk pengertian manajemen dan dakwah itu sendiri yaitu sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas

dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah (M.Munir, 2009: 36).

Menurut saya, setelah membaca pengertian manajemen dan dakwah maupun manajemen dakwah itu sendiri maka Manajemen dakwah itu ialah suatu perangkat atau organisasi dalam mengolah dakwah agar tujuan dakwah tersebut dapat lebih mudah tercapai sesuai dengan hasil yang diharapkan.

2. Tujuan Manajemen Dakwah

Tujuan adalah sesuatu hasil (generalis) yang ingin dicapai melalui proses manajemen. Pengertian tujuan dan sasaran hampir sama bedanya hanya gradual saja, tujuan maknanya hasil yang umum sedangkan sasaran berarti hasil yang khusus. Tujuan menurut G. R. Terry adalah hasil yang diinginkan yang melukiskan skop yang jelas, serta memberikan arah kepada usaha-usaha seorang manajer.

Tujuan yang ingin dicapai selalu ditetapkan dalam suatu rencana, karena itu hendaknya tujuan ditetapkan ”jelas, realistis, dan cukup cukup menantang berdasarkan analisis data, informasi, dan pemilihan dari alternatif-alternatif yang ada (Malayu, 2009: 19).

Tujuan utama dakwah adalah nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai dan diperoleh oleh keseluruhan tindakan dakwah yaitu Kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah Swt (Rosyad, 1977: 21). Menurut Asmuni Syukir dalam bukunya mengemukakan tujuan dakwah bahwa pada khususnya tujuan dakwah itu ialah:

- a. Mengajak umat manusia yang sudah memeluk islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah swt
- b. Membina mental agama islam bagi kaum yang masih muallaf
- c. Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama islam).
- d. Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fithrahnya (Syukir, 1983: 49).

Sementara itu M. Natsir, dalam serial dakwah Media Dakwah mengemukakan, bahwa tujuan dari dakwah itu adalah:

- a. Memanggil kita pada syarita, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perseorangan atau persolanan rumah tangga, berjamaah masyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara dan berantar-nergara.
- b. Memanggil kita pada fungsi hidup sebagai hamba Allah di atas dunia yang terbentang luas yang berisikan manusia secara heterogen, bermacam karakter, pendirian dan kepercayaan, yakni fungsi sebagai syuhada'ala an-naas, menjadi pelopor dan pengawas manusia.
- c. Memanggil kita kepada tujuan hidup yang hakiki, yakni menyembah Allah.

Tujuan dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, baik yang bersangkutan dengan masalah pribadi, keluarga maupun sosial kemasyarakatannya, agar mendapatkan keberkahan dari Allah Swt. Sedangkan tujuan dakwah secara khusus dakwah merupakan perumusan tujuan umum sebagai perincian daripada tujuan dakwah (Munir, 2009: 90).

Akhirnya dapat disimpulkan bahwa secara umum tujuan dan kegunaan manajemen dakwah adalah untuk menuntun dan memberikan arah agar pelaksanaan dakwah dapat diwujudkan secara professional dan proporsional. Dan pada hakikatnya tujuan manajemen dakwah disamping memberikan arah juga dimaksudkan agar pelaksanaan dakwah tidak lagi berjalan secara konvensional seperti tabligh dalam bentuk pengajian dengan tatap muka tanpa pendalaman materi, tidak ada kurikulum, jauh dari interaksi yang dialogis dan sulit untuk dievaluasi keberhasilannya (Khatib, 2007: 31).

3. Unsur-unsur Manajemen Dakwah

Dalam pelaksanaannya manajemen dakwah akan melibatkan unsur-unsur utama serta unsur-unsur penunjang. Unsur-unsur tersebut sebagai syarat untuk mencapai tujuan dakwah yang merupakan sumber daya dakwah yang nantinya akan dikelola dan diatur dengan baik. Unsur-unsur tersebut meliputi sumber daya manusia dan sumber daya non manusia, antara lain; da'i dan mad'u sebagai sumber daya manusia, sedangkan media dakwah, materi dakwah, metode dakwah dan lain-lain merupakan sumber daya dakwah non manusia (Aminudin, 2009: 162). Untuk lebih jelasnya unsur-unsur manajemen dakwah adalah sebagai berikut:

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i atau pelaku dakwah adalah orang yang melaksanakan dari pada kegiatan dakwah baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat sebuah organisasi/lembaga. Da'i atau juru dakwah adalah setiap muslim yang laki-laki dan perempuan yang baligh dan berakal, baik ulama maupun bukan ulama karena kewajiban yang dibebankan kepada mereka (Aminudin, 2009: 162).

Secara umum kata da'i ini sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran islam), sebutan tersebut konotasinya sangat sempit. Masyarakat ketika mendengar kata da'i cenderung mengartikannya sebagai penceramah atau orang yang menyampaikan ajaran islam melalui lisan saja, tidak ada bedanya dengan khotib dan lain sebagainya (M. munir, 2006: 86). Namun, apapun itu sebutan bagi seorang da'i haruslah mampu mengetahui dan memahami kandungan dakwah baik dari segi akidah, syari'ah, maupun akhlak.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u atau penerima dakwah adalah seluruh manusia yang menjadi sasaran dakwah tanpa tekecuali, baik laki-laki atau perempuan, tua, muda, anak-anak, kaya, miskin, pemimpin atau rakyat

biasa, baik secara individu maupun kelompok, baik yang sudah beragama maupun belum atau dengan kata lain penerima dakwah adalah umat manusia pada keseluruhannya.

c. *Maadatud dakwah* (Materi Dakwah)

Maadatud Dakwah atau materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'unya, dengan kata lain semua bahan atau sumber yang digunakan atau yang akan disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam kegiatan dakwah.

d. *Wasilatul Dakwah* (Media Dakwah)

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'unya. Adapun media dakwah tersebut antara lain; dakwah menggunakan lisan, tulisan, alat-alat audial, audio visual, dan melalui keteladanan atau akhlak.

e. *Thariqotu al Dakwah* (metode dakwah)

Metode yang sudah menjadi kata dalam bahasa indonesia mengandung pengertian, cara teratur yang digunakan untuk melakukan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki; cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan (Dep. Pend Nas, 2008: 910). Maka metode dakwah merupakan cara praktis yang digunakan untuk berdakwah oleh da'i kepada mad'unya.

f. *Ghoyatu al Dakwah* (Tujuan dakwah)

Tujuan dakwah atau *ultimate goaldakwah* adalah suatu nilai akhir yang ingin dicapai dalam keseluruhan aktifitas dakwah. Nilai akhir ideal dakwah yang ingin diwujudkan adalah terwujudnya insan pribadi dan masyarakat yang berpola pikir dan berpola perilaku, berpola sikap, dan berpola perilaku sesuai dengan ajaran islam dalam hidup dan kehidupan sehingga memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Aminudin, 2009: 54).

Unsur-unsur yang telah dipaparkan diatas harus dikelola dengan benar, baik, cermat, secara efektif, dan efisien agar dapat memberikan

kontribusi yang signifikan bagi suksesnya sebuah kegiatan dakwah agar sesuai dengan tujuan dari dakwah tersebut.

4. Fungsi-fungsi Manajemen Dakwah

Fungsi manajemen secara umum adalah rangkaian berbagai kegiatan yang telah ditetapkan dan memiliki hubungan saling ketergantungan antar yang satu dengan yang lainnya yang dilakukan oleh orang-orang dalam organisasi atau bagian-bagian yang diberi tugas untuk melaksanakan kegiatan (M.Munir, 2006: 81). Adapun kegunaan dari manajemen dakwah secara teoritis dan praktis dapat dilihat sesuai dengan fungsi manajemen itu sendiri, salah satu fungsi manajemen menurut George R. Terry (1981) sebagai berikut :

- a. *Planning* (Perencanaan)
- b. *Organizing* (Pengorganisasian)
- c. *Actuating* (Pergerakan)
- d. *Controlling* (Pengawasan)

Keempat fungsi tersebut tidak dapat berpisah satu dengan yang lainnya dan saling terkait secara integral menurut George R. Terry. Agar kegiatan dakwah tidak berjalan sendiri-sendiri dan tidak dilakukan sendiri maka perlu melibatkan banyak pihak, banyak sumber, dan potensi, sehingga kegiatan dakwah menjadi kebutuhan ummat dan mendapat tempat di hati masyarakat. Maka kegunaan manajemen dakwah tersebut dapat dilihat dari penerapan empat fungsi manajemen terhadap kegiatan dakwah, fungsi manajemen tersebut antara lain:

- a. Fungsi *Planning* (perencanaan)

Fungsi ini sering disebut dengan perencanaan dakwah (*Takhtith*) dalam manajemen dakwah. Perencanaan atau *planning* adalah proses penyusunan dan penetapan tujuan dan bagaimana menempuhnya atau proses identifikasi ke mana anda menuju dan bagaimana menempuh tujuan itu. Anderson dan Bown, mengatakan bahwa yang dimaksud dengan perencanaan adalah proses mempersiapkan seperangkat putusan

bagi perbuatan di masa datang. Dari pengertian ada 2 pokok pertanyaan yang harus dijawab oleh seluruh perencanaan yaitu, apa yang akan dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa perencanaan harus mampu mengkoordinasi kegiatan-kegiatan organisasi ke arah tujuan dan maksud yang telah ditetapkan. Perencanaan dalam dakwah Islamiyah bukan merupakan sesuatu yang baru, akan tetapi aktivitas dakwah di era modern ini membutuhkan sebuah perencanaan yang baik dan menjadi agenda yang harus dilakukan sebelum melangkah ke jenjang dakwah yang selanjutnya.

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dalam penerapannya minimal memenuhi 6 unsur pokok, yaitu:

- a) Unsur tindakan/kegiatan
- b) Unsur tujuan yang ingin di capai
- c) Unsur lokasi tempat pelaksanaan tugas
- d) Unsur waktu yang diperlukan
- e) Unsur tenaga pendukung sebagai pelaksana
- f) Unsur teknis yang akan digunakan

Melalui penyusunan peta dakwah yang demikian, diharapkan setiap kegiatan dakwah dapat dilakukan secara bijak dan strategis, sehingga fungsional terhadap permasalahan yang dihadapi umat yang ditetapkan sebagai sasaran. Kegiatan dakwah yang dipandu dengan dipetakan tersebut yang berbasis data demikian akan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas (Khatib, 2007: 36).

b. Fungsi Organizing (pengorganisasian)

Pengorganisasian dakwah (Thanzim) dalam pandangan Islam bukan semata-mata merupakan wadah, akan tetapi lebih menekankan bagaimana pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis. Pengorganisasian dimaksudkan untuk mengelompokan kegiatan dakwah yang sudah direncanakan, sehingga mempermudah pelaksanaannya. Pengorganisasian dakwah adalah seluruh proses

pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu kesatuan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Pengorganisasian sebagai fungsi manajemen harus mencerminkan adanya pembagian tugas yang merata antara orang-orang yang ada dalam organisasi (Khatib, 2007: 36).

c. Fungsi Actuating (penggerakan)

Penggerakan dakwah merupakan inti dari manajemen dakwah, karena proses ini semua aktivitas dalam dakwah dilaksanakan, aktivitas-aktivitas dakwah yang direncanakan terealisasikan, fungsi manajemen akan bersentuhan langsung dengan pelaku dakwah. Adapun pengertian penggerakan adalah seluruh pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan iktis demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. Ada beberapa poin dari proses penggerakan dakwah yang menjadi kunci dalam kegiatan dakwah, yaitu:

- a) Pemberian motivasi
- b) Bimbingan
- c) Penyenggaraan komunikasi
- d) Pengembangan dan peningkatan pelaksana (M. Munir, 2006: 139-140)

Pada hakikatnya fungsi actuating ini adalah untuk mencairkan kebekuan dalam rangka mencapai tingkat produktivitas kerja yang tinggi, di mana setiap orang yang dilibatkan dapat merasa bahwa kegiatan dakwah yang sedang dilakukan adalah juga kepentingan dirinya. Dengan demikian, dakwah tidak akan terpengaruh dalam membentuk karakter dan kepribadian umat.

d. Fungsi controlling (pengawasan)

Pengawasan adalah suatu proses di mana manajer ingin mengetahui apakah pelaksanaan kegiatan dakwah yang dilakukan telah sesuai dengan rencana atau tujuan yang hendak dicapai. Dalam

manajemen dakwah fungsi ini di sebut dengan pengendalian dan evaluasi dakwah (*riqabah*), pada organisasi dakwah, penggunaan prosedur pengendalian ini diterapkan untuk memastikan langkah kemajuan yang telah dicapai sesuai dengan sarana dan penggunaan sumber daya manusia secara efisien.

Jadi, fungsi controlling ini pada hakikatnya adalah pengendalian untuk mencari kebenaran. Disisi lain pengawasan juga bertujuan untuk memperbaiki kekeliruan atau kesalahan yang terjadi, sehingga semua pihak yang dilibatkan dalam kegiatan dakwah terhindar dari kesalahan yang berulang-ulang, dan untuk selanjutnya dapat menyelesaikan pekerjaan secara baik, tepat waktu dan sempurna sesuai dengan garis-garis kebijakan yang telah disesepakati bersama.

Meskipun proses dakwah tidak mustahil dapat dilakukan oleh seorang secara sendiri-sendiri, tetapi mengingat kompleksnya persoalan-persoalan dakwah, maka pelaksanaan dakwah oleh seorang sendiri-sendiri kuranglah efektif (Abd. Rosyad, 1986: 11). Dengan demikian kegunaan fungsi-fungsi manajemen tersebut sangat relevan sekali dengan kegiatan dakwah, karena dakwah tanpa perencanaan tidak akan efektif bahkan akan kehilangan arah, sedangkan tanpa pengorganisasian kegiatan dakwah kegiatan dakwah akan melelahkan disamping pemborosan. Begitu juga tanpa penggerakan dan pengendalian kegiatan dakwah akan menjadi sumber fitnah karena kehilangan ruh jihad yang ihklas dan secara akumulatif dapat merusak citra Islam sebagai agama yang mulia.