

Article Information

Submitted : 23-08-2020
Accepted : 28-08-2020
Online Publish : 31-08-2020

HAKIKAT MANAJEMEN DAKWAH

Elvi Filaemi

Komunikasi dan Penyiaran Islam STAI Persis Bandung

Email: Elvifilaemi26@gmail.com

Abstrak

Dakwah merupakan salah satu hal yang bisa dikatakan wajib dilakukan bagi setiap muslim. Sebelum melakukan dakwah kepada orang lain, kita sudah seharusnya sudah mempunyai ilmu tentang dakwah itu sendiri. Dimulai dengan apa pengertian dakwah, hakikat dilakukannya dakwah, dan manajemen dakwah. Dakwah pada zaman ini dilakukan melalui 2 dimensi yaitu dimensi maya dan dimensi nyata. Pada prinsipnya ada 6 faktor pendukung agar dakwah terlaksana dengan baik yaitu perencanaan, mencari berbagai tindakan, prosedur kegiatan, penjadwalan, penentuan lokasi, dan dana. Tujuan dari penelitian adalah menemukan hakikat manajemen dakwah. Sebelum pelaksanaan dakwah dilakukan, diperlukan perencanaan yang matang supaya tujuan yang hendak dicapai bisa terwujud. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi pustaka (*Library Reseacrh*).

Kata Kunci: Manajemen; Dakwah; Hakikat

Abstract

Da'wah is one of the things that can be said to be mandatory for every Muslim. Before doing da'wah to others, we should already have knowledge about da'wah itself. Starting with what is the meaning of da'wah, the nature of doing da'wah, and management of da'wah. Da'wah at this time is carried out through 2 dimensions, namely the virtual dimension and the real dimension. In principle, there are 6 supporting factors so that da'wah is carried out properly, namely planning, seeking various actions, activity procedures, scheduling, determining location, and funding. The purpose of this research is to find out the nature of da'wah management. Before carrying out da'wah, careful planning is needed so that the goals to be achieved can be realized. The method used in this research is literature study (Library Research).

Keywords: Management; Da'wah; The truth

Pendahuluan

Pada zaman ini dakwah tidak terpaku pada model lama. Ada 3 cakupan untuk berdakwah yaitu dakwah *bi al-lisan* yang contohnya berdakwah di atas mimbar atau berbibicara di depan umum pada acara-acara tausiyah ; dakwah *bi al-hall* dengan memberi contoh perilaku yang berkehidupan dengan menerapkan agama secara baik agar nantinya dapat diikuti oleh orang lain; dan dakwah dengan *mau'idhah hasanah* yakni dakwah dengan cara memberi bimbingan, arahan dan nasihat baik yang kategorinya terdapat dakwah *bi al-lisan* dan *bi al-hall*.

Dakwah pada zaman digital ini dituntut untuk dapat menguasai tiga model dakwah yang disebutkan di atas. Dakwah perlu melalui *bi al-kitab* melalui tulisan-tulisan, *e-dakwah*, dan dakwah melalui lingkungan hidup. Pada prakteknya, dakwah akan mengalami tantangan, membuat Sang pendakwah tidak memungkinkan menghadapinya sendiri. Maka, sudah sepatutnya dakwah dilakukan secara bersama-sama.

Pengorganisasian dakwah harus dilaksanakan menimbang bahwa kegiatan ini tidak hanya mencakup isi ajakan (materi dakwah) semata, namun juga berkaitan dengan subjek atau pelaku dakwah (da'i), dan juga objek atau peserta dakwah (mad'u). Selain ketiga hal di atas, pelaksanaan dakwah juga membutuhkan metode penyampaian dakwah.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka (*Library Reseach*). Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur- literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003). Pendekatan kualitatif digunakan untuk menjabarkan hakikat manajemen dakwah. Penelitian ini bersumber dari data-data yang dikumpulkan dari berbagai buku dan situs web. Penulis mengumpulkan data-data dengan menjadikan buku dan jurnal yang relevan dengan tema sebagai sumber data utama, selain itu juga mengakses berbagai web untuk mencari data-data sebagai referensi tambahan. Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data yang berkaitan dengan manajemen dakwah, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan hakikat manajemen dakwah, dan memberikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Definisi Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah terdiri dari dua kata, yaitu manajemen dan dakwah. Manajemen mempunyai kecenderungan mengorganisir dan bekerja bersama-sama dalam hubungan yang saling bergantung merupakan hal yang *inherent*, (Fremont E. Kast dan James E. Rosenzwing) oleh orang modern dewasa ini dikatakan tidak ada suatu usaha kerjasama manusia untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang tidak

mempergunakan manajemen dalam setiap hal. Setiap aliran pemikiran dalam membantu penelitian manajemen terdapat lima macam pendekatan: *Pertama*, pendekatan operasional, manajemen dilihat dari sudut pandang apa yang dilakukan oleh seorang manajer untuk memenuhi persyaratan sebagai seorang manajer ini. Kata manajemen berasal dari bahasa Inggris dari kata kerja *to manage* yang berarti *to direct, to control, to carry on, to cope with, to direct affairs, to seccred*. Manajemen berarti *administration ,the act of managing, body of directors controlling, business*. (John Gage Allee) 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.

Banyak definisi yang bermunculan dan masing-masing berbeda dalam memberikan pengertiannya. G.R. Terry mengemukakan bahwa ; *Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling, performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human beings and other resources* (George R. Terry) Artinya Manajemen adalah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan sumber daya yang ada.

Robert Kreitener menyatakan bahwa: *Management is the process of working and trough others to achieve organizational objectives in a changing environment central to this process is the effective and efficient use of limited resources* . (Robert Kreitner) Artinya: Manajemen adalah proses bekerja melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang berubah. Proses ini berpusat pada penggunaan secara efektif dan efisien terhadap sumber daya yang terbatas.

G.R. Terry dan L.W. Rue merumuskan bahwa manajemen adalah suatu proses yang melibatkan bimbingan juga mengarahkan. *Kedua*, pendekatan perilaku manusia, hal ini memberi manajemen sebuah metode dan konsep ilmu sosial yang bersangkutan, khususnya psikologi dan antropologi. *Ketiga*, Pendekatan sistem sosial para pendukung pendekatan ini memandang manajemen sebagai suatu sistem sosial atau sistem interelasi budaya. *Keempat*, Pendekatan sistem, konsep sistem umum merupakan bagian-bagian sentral yang dikembangkan pendekatan ini. *Kelima*, Pendekatan kualitatif titik beratnya adalah penggunaan model-model matematika dan proses hubungan-hubungan dengan data yang dapat dipakai suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. (G.R. Terry dan L.W. Rue)

Dari pengertian manajemen di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan upaya yang teroganisir untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan melibatkan oran lain. Sedangkan kata dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang merupakan *isim masdar* dari akar kata دَعَا - يَدْعُو - دَعْوَة yang maknanya berkisar pada menyeru, mengajak, memanggil dan yang semisalnya.

Sedangkan secara terminologi, menurut Yahya Umar dakwah berarti mengajak orang atau manusia ke jalan yang benar dengan cara yang bijaksana sesuai dengan perintah sang *Khaliq* demi keselamatan dan kebahagiaan *fi al-dunya wa al- akhirah* bagi manusia . (Hamzah,2009) Hakikat dakwah yaitu mengajak manusia kepada jalan Allah dan *amar ma`ruf nahi munkar*. Dakwah sebagai ajakan menuju jalan kepada Allah, merupakan firman Allah dalam QS. *Fushshilat* /41: 33.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ
Terjemahnya:

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?”

Dapat dipahami bahwa manajemen dakwah merupakan upaya terorganisir untuk mengatur jalannya dakwah untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Hakikat Manajemen Dakwah

Dakwah harus diorganisir dengan matang. Pengorganisasian dakwah harus dilaksanakan menimbang bahwa kegiatan ini tidak hanya mencakup isi ajakan (materi dakwah) semata, namun juga berkaitan dengan subjek atau pelaku dakwah (*da'i*), dan juga objek atau peserta dakwah (*mad'u*). Menurut Amrullah Ahmad bahwa pada hakikatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman yang termaktub dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat (Amrullah Ahmad). Setiap perencanaan memerlukan peninjauan yang berulang. Banyak pertimbangan yang akan dilakukan mengikuti kondisi yang terjadi. Adapun fungsi manajemen dakwah adalah sebagai berikut:

Pertama, perencanaan Dakwah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa perencanaan dapat berarti proses, perbuatan, merancang. (Balai Pustaka, 1990) Perencanaan dapat berarti menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu (Miswar,1986). Dengan demikian, perencanaan merupakan proses pemikiran, baik secara garis besar maupun secara detail dari satu pekerjaan yang dilakukan untuk mencapai kepastian yang paling baik dan ekonomis.

Perencanaan merupakan gambaran dari suatu kegiatan yang akan datang dalam waktu tertentu dan metode yang akan dipakai. Oleh karena itu, perencanaan merupakan sikap mental yang diproses dalam pikiran sebelum diperbuat, ia merupakan perencanaan yang berisikan imajinasi ke depan sebagai suatu tekad bulat yang didasari nilai-nilai kebenaran. Oleh karena itu, kegiatan-kegiatan dakwah dapat diatur sedemikian rupa, sehingga dapat mencapai sasaran dan tujuannya (Dermawan, 2016).

Berdasarkan uraian di atas, maka proses perencanaan dakwah meliputi langkah-langkah sebagai berikut pertama *Forecasting* adalah prediksi segala situasi yang mungkin terjadi . (G.R. Terry, dan L. W. Rue) sebagaimana disebutkan dalam QS. al-Hasyr/59: 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ
بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Dalam faktor *forecasting* ini, yang perlu diperhatikan adalah evaluasi keadaan, dan membuat perkiraan-perkiraan.

Objectives atau yang biasa disebut tujuan merupakan hal-hala yang akan menjadi target oleh seseorang atau sekelompok orang . Untuk mencapai itu dia bersedia memberikan segala usaha yang agar tercapai (Davis,1951). Penyelenggaraan dakwah dalam upaya pencapaian tujuan, merancang bebrapa renacana tahap demi tahap dalam waktu yang ditetapkan . Tujuan tersebut diwujudkan dalam bentuk suatu target atau sasaran konkrit yang diharapkan dapat tercapai. (Muchtarom, 1996)

Kedua, Mencari Berbagai Tindakan Dakwah. Pengkajian kondisi yang ada pada saat penyelenggaraan dakwah, memaksimalkan potensi yang ada untuk mencapai sasaran.

Ketiga Prosedur kegiatan. Prosedur adalah langkah-langkah yang saling berkaitan, dalam mengambil suatu tindakan . (Kast, 1985)

Keempat Penjadwalan (*Schedule*) merupakan pembagian program (alternatif pilihan) menurut urutan waktu tertentu, yang menunjukkan suatu kegiatan harus diselesaikan. (Gunung Agung, 1996) waktu dapat memacu motivasi untuk berdakwah . (Harold L,1990) Batas waktu yang telah ditentukan harus dapat dilaksanakan, sebab menurut Drucker semakin banyak menghemat waktu untuk mengerjakan suatu pekerjaan merupakan pekerjaan profesional . (Peter F, 1986)

Kelima Penentuan Lokasi. Menentukan lokasi merupakan salah satu hal yang penting karena kita harus memperhitungkan jika fasilitas yang dibutuhkan tidak ada di lokasi itu, maka kita sendiri yang menyiapkan. Penentuan lokasi ini juga memengaruhi kenyamanan orang yang menyampaikan dakwah dan yang mendengarkannya.

Keenam yaitu dana. Perintah berkorban dengan harta didahulukan daripada berkorban dengan jiwa, karena dana sangat dibutuhkan baik di waktu damai maupun di waktu perang. Pernyataan tersebut sesuai dengan firman Allah dalam QS. al-Taubah /9: 41.

ۚ اَنْفِرُوا خِفَافًا وَثِقَالًا وَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

“Berangkatlah kamu baik dalam Keadaan merasa ringan maupun berat, dan berjihadlah kamu dengan harta dan dirimu di jalan Allah. yang

demikian itu adalah lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui “

Ayat tersebut menyertakan harta sebagai sarana berjihad di jalan Allah, memang benar saat ini dakwah tanpa ditunjang dengan finansial yang memadai tidak akan berjalan secara optimal.

Simpulan

Manajemen merupakan kemampuan untuk mengorganisir untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Lalu pengertian dakwah, “Da’wah” berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut mashdar. Sedangkan bentuk kata kerja (fi’il)nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (Da’a, Yad’u, Da’watan). Jadi, manajemen dakwah adalah suatu usaha untuk mengatur kegiatan dakwah. Sebelum penyelenggaraan dakwah dilaksanakan ada beberapa factor yang perlu diperhatikan yaitu perencanaan, pendanaan, penentuan lokasi, mencari tindakan untuk dakwah, penjadwalan dan prosedur kegiatan. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan seorang pendakwah dalam menyiarkan Islam. Tercapainya tujuan dakwah secara ideal hanya dapat terwujud dengan cara mengatur aktivitas dakwah.

Daftar Pustaka

- Fremont E. Kast dan James E. Rosenzwing, *Organizing and Management*. Diterjemahkan oleh A. Hasjmi Ali I (Cet. IV; Jakarta: Bumi Aksara, 1995), h. 3.
- Dermawan, A. (2016). Manajemen Dakwah Kontemporer Di Kawasan Perkampungan (Studi Pada Kelompok Pengajian Asmaul Husna, Potorono, Banguntapan, Bantul, DIY). *Jurnal MD*, 2(1).
- Davis R.C., *The Fundamental of Top Management* (t.t.: Harpes Bros, 1951), h. 90.
- George R. Terry, *Principle of Management*, (6th Edition, Richard D. Irwing Inc. Georgetown , 1972), h. 4.
- G.R. Terry dan L.W. Rue, *Principle of Management*, h. 1.
- G.R. Terry dan L.W. Rue , h. 9. Simak pula J. Panglaykim dan Hazil Tanzil, *Manajemen Suatu Pengantar*, h. 39. Lihat pula Soekarno K, *Dasar-dasar Manajemen* (Cet. XIV; Jakarta: Miswar, 1986), h. 71.
- Harold L. Taylor, *Time Management* diterjemahkan oleh Dadan Riskomar dengan judul *Manajemen Waktu: Suatu Pedoman Pengelolaan Waktu dan Produktif* (Cet. I; Jakarta: Bina Aksara, 1990), h. 10.
- SP. Siagian, *Eksekutif yang Efektif* (Cet. I; Jakarta: Gunung Agung, 1996), h. 11.
- Kast, F. E. (1985). *James E. Rosenzweig, Organization and Management*. Mcgraw-Hill Book, Singapore.
- Lihat G.R. Terry, dan L. W. Rue, *Principles of Management* diterjemahkan oleh G.A. Ticoalu dengan judul *Dasar-dasar Manajemen*, h. 56.
- Muchtarom, Z. (1996). *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah* (Cet. I; Yogyakarta: al. Amin Press.
- Nazir, M. (2003). Metode Penelitian Cetakan Kelima. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Peter F. Drucker, *Bagaimana Menjadi Eksekutif yang Efektif* (Cet. I; Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1986), h. 41.
- Pusat Dakwah Islam Indonesia, *Forum Dakwah* (Jakarta: t.p., 1971), h. 306.

