

APLIKASI MANAJEMEN DALAM AKTIFITAS DAKWAH

M. Sabir

(Dosen Jurusan Dakwah STAIN Datokarama Palu)

Abstrak :

In reality, *da'wah* is an effort to actualize Islamic values and teaching in Muslim's life which include personal, family and society, in order that the best Muslim community can be established. The management of *da'wah* means a process of spreading Islamic *da'wah* carried out either by individuals or groups—organisations and institutions—by taking such systematic steps as setting goal and form of activity to achieve the goal of *da'wah* in an effective and optimal way. In addition to human elements, there are still other elements in management such as money, materials, machine, methods, and market. In management process, money is the most important element since no activity can run well without financial support.

وفي الحقيقة أن الدعوة هي تحقيق القيم والتعاليم الإسلامية في الحياة اليومية إما في الحياة الشخصية وإما في الحياة الأسرية والاجتماعية، لكي يتحقق أمة سعيدة في الدنيا والآخرة. وأما إدارة الدعوة فهي عملية إجراء الدعوة فرديا كان أو جماعيا من خلال المنظمات والمؤسسات، و من خلال خطوات وأهداف محددة، و أنشطة متنوعة لتحقيق الغرض من الدعوة نفسها بفعالية وكفاءة على النحو الأمثل. بالإضافة إلى العنصر البشري، هناك عناصر أخرى في الإدارة مثل الأموال والمواد والأساليب والأسواق. وأما الأموال فهي عنصر مهم في إدارة الدعوة لأنه لا تتم عملية الدعوة بدونها

Kata Kunci: *dakwah, manajemen, organisasi, teknologi.*

Pendahuluan

Islam merupakan agama dakwah, yang didalamnya terdapat usaha menyebarluaskan kebenaran ajaran yang diyakini berasal dari

Tuhan, untuk disebarluaskan kepada semua manusia. Semangat menyebarluaskan kebenaran ini merupakan tugas suci dan wujud pengabdian kepada Tuhan. Dalam agama Islam melaksanakan dakwah (menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar*) merupakan kewajiban semua umat Islam baik laki-laki maupun perempuan, baik dilakukan secara individu maupun berkelompok yang terorganisir. Dakwah menjadi tugas setiap muslim dalam pengertian yang sederhana sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Namun dalam pengertian dakwah secara luas, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok (organisasi) harus dilakukan dengan menguasai berbagai aspek, baik metode, materi, media, dan menguasai sasaran dakwah. Di samping itu pelaksana dakwah juga harus memiliki integritas, kapabilitas, dan kredibilitas baik dari segi keahliannya maupun moralitasnya, dan memiliki keperibadian yang shaleh. Di samping itu juga untuk menghasilkan pelaksanaan dakwah secara efektif dan efisien, harus dilakukan secara sistemik dengan menerapkan aspek-aspek manajerial secara baik dan tepat.

Pembahasan

A. Pengertian dan Tujuan Manajemen Dakwah

Secara etimologis, manajemen berasal dari bahasa Inggris, *management*, yang berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan, dan pengelolaan. Artinya, manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan.¹ Dalam bahasa Arab, istilah manajemen diartikan sebagai *al-nizhām* atau *al-tanzhīm*, yang merupakan suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya.²

¹M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2006), h. 9.

²Lihat Muhammad Fuad 'Abd. Al-Baqiy, *al-Mu'jām al-Mufahrās li al-Fāṭ al-Qurān al-Karīm* (Beirut: Dār al-Fikr, 1992), h. 320

Pengertian tersebut dalam skala aktivitas juga dapat diartikan sebagai aktivitas menertibkan, mengatur, dan berpikir yang dilakukan oleh seseorang, sehingga ia mampu mengemukakan, menata, dan merapikan segala sesuatu yang ada di sekitarnya, mengetahui prinsip-prinsipnya serta menjadikan hidup selaras dan serasi dengan yang lainnya.

Secara terminologi terdapat banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Robert Kritiner mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses kerja melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang berubah. Proses ini berpusat pada penggunaan yang efektif dan efisien terhadap penggunaan sumber daya manusia.³

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengaturan para anggota organisasi serta penggunaan seluruh sumber-sumber yang ada secara tepat untuk meraih tujuan organisasi yang telah ditetapkan.⁴ Pengertian lain bahwa manajemen adalah kekuatan yang menggerakkan suatu usaha yang bertanggung jawab atas sukses dan gagalnya suatu kegiatan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kerja sama dengan orang lain.⁵ Menurut Terry, *management* ialah, suatu proses tertentu yang terdiri dari *planning, organizing, actuating, controlling* dengan menggunakan seni dan ilmu pengetahuan untuk setiap fungsi itu dan merupakan petunjuk dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.⁶ Sedangkan menurut Frederic Taylor, dikenal sebagai *the father of management*, "Manajemen adalah seni yang ditentukan untuk mengetahui dengan sungguh-sungguh apa

³Robert Kritiner, *Manajemen*, 4th edition (Boston: Mifflin Company, 1989), h. 9

⁴James A., et.al, *Management, sixth edition*, (New Jersey: Prentice Hall, 1995), h. 7

⁵Ahmad Fadli, *Organisasi dan Administrasi*, (Cet. III; Kediri: Manhalun Nasion Press, 2002), h. 26

⁶*Ibid.*, h. 6

yang dikehendaki, menyuruh orang mengerjakan sesuatu dengan yang sebaik-baiknya dan dengan cara yang semudah mudahnya”.⁷

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat dirumuskan bahwa manajemen merupakan 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.

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa manajemen merupakan sebagian dari aktifitas-aktifitas tertentu atau proses tertentu untuk mencapai sasaran, tujuan dengan menjalankan setiap fungsi sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Manajemen juga bisa berarti proses dari pengambilan keputusan dan sebagai faktor penggerak sumber karya, daya manusia untuk menemukan tujuannya.

Untuk lebih memahami arti dan ruang gerak manajemen, maka perlulah kiranya beberapa perspektif manajemen di bawah ini diperhatikan terlebih dahulu. Perspektif manajemen tersebut sebagai berikut:⁸

Pertama, manajemen sebagai suatu proses. Dengan pengertian ini, maka perlu diteliti fungsi yang dibebankan kepada manajemen untuk dilaksanakan, misalnya “memasarkan ide”. Dakwah yang dipasarkan kepada masyarakat itu adalah merubah masyarakat itu, dan ini memerlukan waktu perubahan, tidak seketika terwujud. Dengan demikian, maka yang menjadi titik berat adalah apa tugas yang diberikan kepada para petugas untuk membentuk masyarakat itu. Para dai adalah administrator- administrator memproses manusia dan masyarakat.

⁷Sebagaimana dikutip oleh Jawahir Tantowi, *Unsur-Unsur Manajemen Menurut Ajaran Alqurān* (Jakarta : Pustaka Al-Husna, 1983), h. 10

⁸M. Syafaat Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, (Cet. I; Jakarta: Bumirestu, 1982), h. 190-192

Kedua, manajemen sebagai suatu modal atau sumber modal. Hal ini mudah dimengerti karena manajemen memerlukan kecakapan tertentu untuk mencapai tujuan. kecakapan adalah modal utama manusia. Otak manusia yang bisa menciptakan ide-ide adalah sumber dari segala sumber kemajuan dan perkembangan. Sebagai modal, manajemen akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu misi yang dibebankan kepadanya. Bila dakwah sudah mulai beroperasi, maka modal mulai bergerak. Dan manajemen pun mulai bergerak barang modal untuk dakwah agar mencapai sasaran yang dituju. Olehnya itu perlu dipersiapkan tenaga-tenaga untuk manajemen dakwah, yang lama kelamaan tentu akan dituntut yang lebih *qualified* daripada yang sebelumnya. Dunia akan semakin maju, dan dakwah pun harus makin maju pula, terutama dalam manajemennya.

Ketiga, manajemen sebagai suatu sistem wewenang dan kekuasaan. Dalam organisasi telah diketahui bahwa fungsi-fungsi petugas staf harus diintensifkan untuk mencapai tujuann. Di sana dilihat ada garis wewenang dan tanggung jawab. Garis wewenang dan tanggung jawab mengikat antara pemimpin dengan yang dipimpin. Tanpa garis pengikat yang menyangkut wewenang dan kekuasaan serta tanggung jawab, dan kekuasaan ini, maka manajemen tidak bias menjalankan tugasnya dan tidak akan bias mencapai tujuannya. Oleh sebab itu, maka dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu badan yang membuat peraturan dan mampu pula untuk mengadakan paksaan. Keadaan ini diperlukan oleh manajemen agar ia bisa mencapai tujuannya secara efektif dan efesien.

Keempat, manajemen sebagai suau strata pimpinan. Di sini dilihat manajemen sebagai sebagai suatu rentetan manusia yang berkuasa, merupakan kelas tertentu, sedikit tetapi berpengaruh dan berkuasa, ia merupakan elite yang bisa serta mampu memimpin. Karena manajemen hanya akan mempergunakan petugas-petugas yang cakap dalam bidangnya masing-masing, maka ia tidak akan memasukkkan orang yang

tidak mampu mengerjakan tugas yang dibebankan kepadanya. Manajemen adalah pusat mengembangkan talenta manusia. Dalam pengembangan dakwah islamiah diperlukan kondisi yang demikian itu. Tanpa memilih petugas-petugas yang cakap untuk bidangnya masing-masing, maka dakwah tidak akan mencapai tujuannya.

Dari uraian tersebut di atas, jelas kiranya, bahwa manajemen dakwah sukurang-kurangnya harus memenuhi empat persyaratan, yakni; 1) mampu menjadi alat pemroses masyarakat. 2) sebagai modal yang tangguh membentuk masyarakat. 3) mempunyai wewenang secara bertanggung jawab dalam mencapai tujuan. 4) sebagai strata atau lapisan pimpinan masyarakat, yang mampu mengerjakan tugas yang dibebankan masyarakat kepadanya.

Sedangkan definisi dakwah secara istilah bahasa mengandung pengertian, mengajak, menyeru, memanggil. Sedangkan secara istilah banyak definisi yang dikemukakan oleh banyak ulama dan tokoh-tokoh dakwah, di antaranya. Syeh Ali Mahfudz dalam kitabnya *Hidāyatul Murshidīn*, Dakwah adalah upaya mendorong manusia agar melakukan kebajikan, mengikuti petunjuk dan mencegah manusia dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁹ Sedangkan menurut Amrullah Ahmad dakwah merupakan sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kehidupan dan sosial kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir dan bersikap serta bertindak pada dataran individual dan sosial dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan.¹⁰ Jadi dakwah adalah segala usaha yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil, membimbing manusia baik secara perorangan, maupun kelompok dalam mengaktualisasikan ajaran Islam

⁹Syeikh Ali Mahfudz, *Hidāyatul Murshidīn*, terj. Khadijah Nasution, (Jakarta: Usaha Penerbitan Tiga, 1970), h. 17

¹⁰Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: PLP2M), h. 2

dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kehidupan pribadi, keluarga maupun masyarakat sesuai dengan nilai-nilai Islam, untuk tercapainya kebahagiaan dunia dan akhirat, dengan menggunakan berbagai media maupun cara yang sesuai dengan kaidah-kaidah agama dan kondisi mad'u atau sasaran dakwah.

Manajemen dakwah berarti proses penyelenggaraan dakwah baik dilakukan secara individu terlebih lagi secara kelompok melalui organisasi maupun lembaga, harus melalui langkah-langkah sistematis dalam proses kegiatan, menetapkan sasaran, tujuan, dan bentuk kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri secara efektif dan efisien. Manajemen dakwah juga bisa berarti pelaksanaan organisasi dakwah yang diatur menurut prinsip-prinsip manajemen yang merupakan usaha kolektif, di mana masing-masing bagian saling bekerja sama menurut fungsi dan tugas yang telah ditentukan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Lembaga dakwah tidak akan terwujud dan berhasil dengan optimal tanpa adanya manajemen.

Setiap lembaga atau organisasi harus mempunyai tujuan yang jelas yang sudah menjadi kesepakatan didalam komunitas itu sendiri. Dengan adanya tujuan organisasi maka setiap gerak, langkah dan aktifitas yang dilakukan merujuk kepada tujuan organisasi itu sendiri. Menurut G.R. Terry, sebagaimana dikutip Zaini Muhtarom, perumusan tujuan organisasi harus memenuhi beberapa syarat, yaitu;

- a. Perumusan harus jelas dan dapat diukur secara kuantitatif
- b. Realistis, dalam arti dapat dicapai dengan tingkat kesulitan tertentu
- c. Dapat dimengerti oleh semua anggota organisasi dan pihak lain yang bersangkutan.¹¹

¹¹Zaini Muhtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah* (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996), h. 18

Tujuan organisasi dapat dikategorikan menjadi tujuan primer (tujuan akhir) dan tujuan sekunder (tujuan perantara). Tujuan primer merupakan tujuan utama dalam organisasi, sedangkan tujuan sekunder membantu ke arah tercapainya tujuan primer. Hasil tujuan primer merupakan hasil dari tujuan organisasi, sedangkan tujuan sekunder merupakan sasaran perantara untuk mencapai hasil akhir. Berdasarkan pengertian dan rumusan tersebut di atas, maka tujuan organisasi dakwah pada hakekatnya adalah mengemban tujuan dakwah itu sendiri. Tujuan dakwah pada hakekatnya adalah mengaktualisasikan nilai-nilai dan ajaran Islam ke dalam kehidupan sehari-hari, dalam lingkup pribadi, keluarga, masyarakat sehingga terwujudnya *khaira ummah* yang sejahtera lahir batin dan bahagia dunia akhirat.

B. Fungsi Manajemen Dakwah

Manajemen dapat dibagi ke dalam lima fungsi pokok; (1) *Perencanaan*, biasanya diletakkan dalam barisan paling depan dalam organisasi. Perencanaan tidak terbatas pada level paling atas dalam organisasi, akan tetapi juga diperlukan pada level menengah, dan level operasional sesuai dengan skop dan tugasnya masing-masing. (2) *Pengorganisasian*, sebelum operasi dilaksanakan manajemen dapat merencanakan struktur organisasi yang paling efektif untuk tujuan dakwah yang telah ditentukan. Pengorganisasian ditunjukkan untuk menciptakan suatu struktur yang paling *favourable*, agar dapat dilaksanakan oleh manajemen. (3) *Komando*, merupakan pengarahan atau kepemimpinan. Konsepsi memberikan rincian tugas yang harus dilaksanakan oleh para bawahan dalam konteks organisasi. Kepemimpinan harus ada dalam organisasi, yang mempunyai garis yang terang. (4) *Pengawasan*. Hal ini sangat penting dalam manajemen. Pengawasan dimaksudkan untuk memberikan jawaban yang tepat atas pertanyaan “sampai seberapa jauh pekerjaan telah dilaksanakan secara baik oleh para para petugas oraganisasi. (5) *Kordinasi*, adalah cara menyatukan langkah dalam

organisasi, tidak bisa ditinggalkan oleh manajemen. Organisasi sebaiknya mempunyai langkah satu dan bahasa satu.¹²

Demikian pula dalam aktifitas dakwah, fungsi manajemen: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan evaluasi perlu diterapkan dalam mendapatkan hasil yang maksimal.

1. Perencanaan Dakwah

Planning, sebagai formulasi tindakan untuk masa depan diarahkan pada tujuan yang akan dicapai oleh organisasi. Pada tahapan ini bila tidak ditampilkan sebuah konsistensi, maka hasilnya juga tidak sesuai dengan keinginannya. Selanjutnya, menurut Hendry Fayol, perencanaan adalah semacam prediksi terhadap apa yang akan terjadi masa datang disertai persiapan untuk menghadapi masa yang akan datang. Sementara itu, James S. F. Store mendefinisikan perencanaan sebagai "*planning is the process of setting goals and closing the means to achieve those goals*" (perencanaan adalah sebuah proses untuk menyusun rencana dalam meraih perencanaan tujuan tersebut). Menurut Mary Robins, perencanaan adalah suatu proses yang melibatkan penentuan sasaran dan tujuan organisasi, menyusun strategi menyeluruh untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan dan mengembangkan hirarki rencana secara komprehensif untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kegiatan.¹³

Perencanaan dalam dakwah Islam bukan merupakan sesuatu yang baru, akan tetapi aktivitas dakwah di era modern membutuhkan sebuah perencanaan yang baik dan menjadi agenda yang harus dilakukan sebelum melangkah pada jenjang dakwah sebelumnya.

Unsur-unsur kerangka perencanaan dakwah dalam bentuk langkah dan aktivitas sebagai berikut:¹⁴

¹²M. Syafaat Habib, *Buku Pedoman....*, h. 199-201

¹³M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen....*, h. 95-96

¹⁴*Ibid.*, h. 100

1. Dakwah harus memiliki visi, misi, dan tujuan ke depan.
2. Mengkaji realitas dan lingkungan yang meliputi segala aspek yang terkandung di dalamnya.
3. Menetapkan tujuan yang mungkin dapat direalisasikan, yakni mengikuti metode dakwah yang ada
4. Memilih sarana dan metode dakwah yang paling cocok.
5. Dakwah harus bisa menjawab sasaran dalam hal ini; apa tujuan dakwah? Di man dakwah itu akan dilaksanakan? Kapan? Dan apa materi yang akan disampaikan ?

Sementara itu A. Rosyadah Saleh, dalam bukunya *Manajemen Dakwah Islam*, menyatakan bahwa perencanaan dakwah adalah proses pemikiran dan pengambilan keputusan yang matang dan sistematis, mengenai tindakan-tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang dalam rangka menyelenggarakan dakwah. Menurutnya aktivitas dakwah akan meliputi langkah-langkah sebagai berikut:¹⁵

1. Pemikiran dan perhitungan masa depan
2. Penentuan dan perumusan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya
3. Menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta memprioritaskan pada pelaksanaannya.
4. Menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta penjadwalan waktu, lokasi, penetapan biaya, fasilitas, serta faktor lainnya.

Perencanaan merupakan prose pemantauan kemajuan dalam mengimplementasikan sebuah strategi atau melaksanakan sebuah proyek, memudahkan pendelegasian tanggung jawab, dan pengkoordinasian. Jadi, perencanaan merupakan sesuatu yang sangat urgen dan dapat memberi manfaat bagi keberhasilan aktivitas dakwah, yaitu antara lain:

1. Dapat memberikan batasan tujuan, sehingga mampu mengarahkan para dai secara tepat dan maksimal.

¹⁵A. Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta Bulan Bintang, 1993), h. 123

2. Menghindari benturan di antara aktivitas dakwah yang tumpang-tindih.
3. Dapat melakukan prediksi dan antisipasi mengenai berbagai problema dan merupakan sebuah persiapan dini untuk memecahkan masalah dakwah.
4. Merupakan usaha untuk menyiapkan kader dai dan mengenal, fasilitas, potensi, dan kemampuan umat.
5. Dapat melakukan pengorganisasian dan penghematan waktu dan pengolahannya secara baik.
6. Dapat dilakukan pengawasan sesuai dengan ukuran-ukuran obyektif dan tertentu
7. Merangkai dan mengurutkan tahap-tahap pelaksanaan sehingga akan menghasilkan program yang terpadu dan sempurna.

2. **Penorganisasian Dakwah**

Pengorganisasian merupakan rangkaian aktifitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan dakwah, dengan jalan membagi dan mengelompokkan setiap jenis pekerjaan yang harus dilaksanakan. Serta menetapkan jalinan hubungan kerja di antara satuan-satuan organisasi dan pelaksanaannya. Dengan adanya pengorganisasian maka rencana dakwah menjadi lebih mudah pelaksanaannya.

Sementara itu, A. Rosyad Saleh mengemukakan bahwa rumusan pengorganisasian dakwah adalah rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dakwah dengan jalan membagi dan mengelompokkan pekerjaan yang harus dilaksanakan, serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja di antara satuan-satuan organisasi-organisasi atau petugasnya.¹⁶

Oleh karena telah dibagi-bagi dalam penugasannya, hal tersebut akan mencegah timbulnya penumpukkan pekerjaan hanya pada satu individu yang tentu saja akan sangat menyulitkan. Pembagian tugas tidak

¹⁶*Ibid.*, h. 132

saja memudahkan bagi pelaksana, namun juga akan menumbuhkan pendalaman pelaksana dan juga rasa lebih bertanggung jawab bagi pelaksana dan memudahkan bagi pemilihan tenaga-tenaga yang diperlukan. Pengorganisasian yang juga bermakna koordinasi dapat memadukan berbagai kemampuan dan keahlian dalam satu kerangka kerjasama dakwah.

Adapun langkah-langkah pengorganisasian adalah;

- 1) Membagi dan menggolongkan tindakan dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu.
- 2) Menentukan dan merumuskan tugas dari masing-masing kesatuan, serta menempatkan pelaksana (dai) untuk melakukan tugas tersebut.
- 3) Memberikan wewenang kepada masing-masing pelaksana
- 4) Menetapkan jalinan hubungan

Pengorganisasian memiliki arti penting bagi proses dakwah, dan dengan pengorganisasian rencana dakwah akan lebih mudah aplikasinya. Untuk itu berikut beberapa tujuan pengorganisasian dakwah:

1. Membagi kegiatan-kegiatan dakwah menjadi departemen-departemen atau divisi-divisi dan tugas-tugas yang terperinci dan spesifik.
2. Membagi kegiatan dakwah serta tanggung jawab yang berkaitan dengan masing-masing jabatan atas tugas dakwah.
3. Mengkoordinasikan berbagai tugas organisasi dakwah
4. Mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan dakwah ke dalam unit-unit.
5. Membangun hubungan di kalangan dai, baik secara individual, kelompok, dan departemen.
6. Menetapkan garis-garis wewenang formal.
7. Mengalokasikan dan memberikan sumber daya organisasi dakwah.
8. Dapat menyalurkan kegiatan-kegiatan dakwah secara logis dan sistematis.¹⁷

¹⁷M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen...*, h. 138

3. Penggerakan Dakwah

Pergerakan dakwah merupakan inti dari manajemen dakwah, karena dalam proses ini semua aktivitas dakwah dilaksanakan. Dalam pergerakan dakwah ini, pimpinan menggerakkan semua elemen organisasi untuk melakukan semua aktivitas-aktivitas dakwah yang telah direncanakan, dan dari sinilah aksi semua rencana dakwah akan terealisasi, di mana fungsi manajemen akan bersentuhan secara langsung dengan para pelaku dakwah. Selanjutnya dari situ juga proses perencanaan, pengorganisasian, dan evaluasi akan berfungsi secara efektif.

Adapun pengertian penggerakan adalah seluruh proses pembagian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan akhlah demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. *Motivating secara implicit* berarti, bahwa pimpinan organisasi di tengah bawahannya dapat memberikan sebuah bimbingan, instruksi, nasihat, dan korelasi jika diperlukan.

Agar fungsi penggerakan dakwah ini dapat berjalan secara optimal, maka harus menggunakan teknik-teknik tertentu yang meliputi:

1. Memberikan penjelasan secara komprehensif kepada seluruh elemen dakwah yang ada dalam organisasi dakwah.
2. Usahakan agar setiap pelaku dakwah menyadari, memahami, dan menerima baik tujuan yang telah diterapkan.
3. Setiap pelaku dakwah mengerti struktur organisasi yang dibentuk.
4. Memperlakukan secara baik bawahan dan memberikan penghargaan yang diiringi dengan bimbingan dan petunjuk untuk semua anggotanya.

Untuk itu peranan pemimpin dakwah akan sangat menentukan warna dari kegiatan-kegiatan tersebut. Karena pemimpin dakwah harus mampu memberikan sebuah motivasi, bimbingan, mengkoordinasi serta menciptakan sebuah iklim yang membentuk sebuah kepercayaan diri yang pada akhirnya dapat mengoptimalkan semua anggotanya.

Dari semua potensi dan kemampuan ini, maka kegiatan-kegiatan dakwah akan terkodiner sampai kepada sasaran yang telah ditetapkan. Ada beberapa poin dari proses pergerakan dakwah yang menjadi kunci dari kegiatan dakwah, yaitu: Pemberi motivasi, bimbingan, Penyelenggaraan komunikasi, dan Pengembangan dan peningkatan pelaksana.¹⁸

4. Evaluasi Dakwah

Setelah dilakukan semua aktivitas dakwah, maka aspek penting lain yang harus diperhatikan dalam mengelola sebuah organisasi dakwah adalah dengan melakukan langkah evaluasi. Tujuan dari program evaluasi ini adalah untuk mencapai konklusi dakwah yang evaluatif dan memberi pertimbangan mengenai hasil karya serta untuk mengembangkan karya dalam sebuah program.

Evaluasi menjadi sangat penting karena dapat menjamin keselamatan pelaksanaan dan perjalanan dakwah. Di samping itu, evaluasi juga penting untuk mengetahui positif dan negatifnya pelaksanaan, sehingga dapat memanfaatkan yang positif dan meninggalkan yang negative. Selain dapat menghasilkan pengalaman praktis dan empiris yang dapat dipandang sebagai *asset* dakwah dan harakah yang diwariskan kepada generasi untuk dijadikan sebuah pelajaran.

Secara spesifik tujuan dari evaluasi dakwah itu adalah:

- a. Untuk mengidentifikasi sumber daya dai yang potensial dalam sebuah spesifikasi pekerjaan manjerial.
- b. Untuk menentukan kebutuhan pelatihan dan pengembangan bagi individu dan kelompok dalam sebuah lembaga atau organisasi.
- c. Untuk mengidentifikasi para anggota yang akan dipromosikan dalam penempatan posisi tertentu.¹⁹

¹⁸A. Rosyad Shaleh, *Manajemen...*, h. 112

¹⁹M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen....*, h. 184.

Evaluasi juga diperlukan pada tahap perencanaan dalam organisasi dakwah. Pada tahap analisis diperlukan sebuah evaluasi, materi yang akan disampaikan, metode. Media, dan lain sebagainya yang dapat menunjang aktivitas dakwah selalu dibutuhkan sebuah evaluasi.

Evaluasi tersebut harus dapat menjawab, apakah program dakwah yang akan dijalankan bisa maksimal atau tidak, sesuai dengan kebutuhan umat atau tidak, dan lain sebagainya. Karena sebuah perencanaan berawal dari sebuah analisis kebutuhan, kemampuan, kekuatan, serta kelemahan dalam menyusun langkah kerja.

Hasil dari evaluasi tersebut diharapkan menjadi *feedback* yang kuat, sehingga segala perencanaan yang dilakukan memang betul-betul matang. Karena sebuah perencanaan yang matang akan mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan-kelemahan tersebut. Kematangan sebuah perencanaan itu terlihat setelah dilakukan evaluasi. Evaluasi terhadap berbagai perencanaan dapat dilakukan dengan melakukan berbagai uji indikator yang telah dipersiapkan dan diantisipasi sebelumnya. Tujuan evaluasi atas perencanaan dakwah agar perencanaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuannya.

Apabila hendak dipergunakan teknik manajemen ini untuk kegiatan dakwah, maka kegiatan dakwah itu ditempatkan pada usaha bisnis, yaitu mencapai tujuan sukses dan keuntungan dalam mencapai tujuan-tujuan dakwah. Sukses dalam membentuk masyarakat yang dikehendaki dakwah dan kemudian keuntungannya sebagai pengembalian investasi (*return on investment*) dakwah, ialah terwujudnya masyarakat dan manusia Islam yang diridhai Allah swt.

Penutup

Dari uraian yang telah dikemukakan dalam tulisan ini maka dapat disimpulkan bahwa untuk terarahnya aktifitas dan tercapainya tujuan dakwah sangat diperlukan suatu manajemen sehingga menjadi teratur dan berjalan dengan baik.

Manajemen memiliki fungsi yang berguna bagi aktivitas dakwah. Fungsi-fungsi tersebut antara lain; perencanaan (*planning*), Penggerakkan (*actioning*), Pengorganisasian (*organazing*), dan evaluasi (*evaluation*). Masing-Masing fungsi ini dilakukan secara bertahap dan berurutan sehingga dalam pelaksanaan dakwah tidak terjadi tumpang tindih dan oleh karena itu aktivitas dakwah dapat berjalan dengan baik dan tujuan dakwah dapat tercapai.

Daftar Pustaka

- Ahmad. Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta :PLP2M, 2000)
- Al- Baqiy. Muhammad Fuad 'Abd., *Al-Mu'jām al- Mufahras li' al- Fāz Alqurān al- Karīm*. Beirut: Dār al- Fikr, 1992.
- Fadli. Ahmad. *Organisasi dan Administrasi*. Cet. III; Kediri: Manhalun Nasiin Press, 2002
- Habib. M. Syafaat, *Buku Pedoman Dakwah*. Cet. I; Jakarta: Bumirestu, 1982.
- James A., et.al. *Manajemen, sixth edition*. New Jersey: Prentice Hall, 1995
- Kritiner. Robert. *Manajemen, 4th edition*. Boston: Mifflin Company, 1989.
- M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*. Cet. I; Jakarta: Kencana, 2006.
- Mahfudz, Syeikh Ali, *Hidāyatul Murshidīn*, terj. Khadijah Nasution, Jakarta: Usaha Penerbitan Tiga, 1970.
- Muhtarom. Zaini, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996
- Saleh. A. Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta Bulan Bintang, 1993
- Tantowi. Jawahir, *Unsur-Unsur Manajemen Menurut Ajaran Alqurān*. Jakarta : Pustaka Al-Husna, 1983.