

EFEKTIFITAS MANAJEMEN DAKWAH DI MAJLIS TA'LIM

Jurnal

Oleh:
Herman

Abstrak

Dalam melaksanakan kegiatan dakwah khususnya di majlis ta'lim, pada da'i muda merasa sulit untuk menjadikan dakwahnya lebih efektif, sehingga perubahan kepribadian masyarakat yang menjadi mad'u belum cukup meningkat. Kendala yang terjadi salahsatunya dikarenakan faktor kurangnya manajemen dakwah oleh para da'i. Mereka hanya menyampaikan materi dakwah tanpa adanya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan rencana dan pengevaluasian hasil dakwah selama berdakwah.

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen dakwah ternyata memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap keefektifan dakwah di majlis ta'lim yaitu sebesar 74,64%. Adapun Terdapat hubungan positif manajemen dakwah dengan keefektifan dakwah di majlis ta'lim sebesar 74,64%. Ini mengartikan bahwa apabila di dalam kegiatan dakwah dimanajemen sedemikian rupa maka dapat berdampak terhadap meningkatnya keefektifan dakwah khususnya dakwah di majlis ta'lim.

Abstract

In carrying out missionary activity, especially in the mosque committees, the young preachers find it difficult to make his message more effectively, so that the personality changes that society be increased mad'u not enough. Constraints that occur because one of them is the lack of management factors propaganda by the preacher. They only deliver propaganda material without planning, organizing, implementing and evaluating the results of propaganda plan for preaching.

Based on the research results, management of propagation have provided a significant influence on the effectiveness of propaganda in mosque committees in the amount of 74.64%. There is a positive relationship management As for preaching to the effectiveness of propaganda in the mosque committees of 74.64 %. This means that if the proselytizing activities has managed in such a way that it can have an impact on increasing the effectiveness of propaganda , especially propaganda on mosque committees.

Kata Kunci: Manajemen, Dakwah, Efektifitas, Majelis Ta'lim.

Pendahuluan

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang wajib dilaksanakan bagi seluruh ummat Islam. Dakwah tidak lain bertujuan menciptakan tatanan masyarakat yang madani dan berperadaban tinggi sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah dan juga sebagai sarana mengajak manusia untuk menyembah Allah SWT saja dan menuruti tuntunan Rosul-Nya sehingga sampailah kepada kebahagiaan dunia dan akhirat. Secara historis, Rasulullah Saw mengajarkan bagaimana berdakwah secara baik dan benar, sehingga terwujudlah peradaban masyarakat yang ideal khususnya bagi masyarakat Islam dan masyarakat di luar Islam pada umumnya.

Sejarah peradaban Islam mencatat, semenjak Islam dari jaman Rasulullah hingga sekarang, dakwah Islam menjadi indikator penting dalam terwujudnya peradaban dari massa itu. Bisa dibayangkan apabila kegiatan dakwah dihentikan, peradaban masyarakat akan menjadi kacau tidak terarah dan banyak harapan masyarakat pun sirna.

Dakwah secara pengertiannya adalah kegiatan mengajak manusia dengan penuh hikmah dan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan rosulnya. Dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengertian tentang Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum hal-hal yang menimbulkan agama. Pengertian mereka berkenaan dengan urusan agama dan keduniannya menurut kemampuan.

Dakwah menurut arti istilahnya mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pengertian atau definisi terhadap istilah dakwah terdapat beraneka ragam pendapat. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Sehingga antara definisi mereka ahli yang satu dengan lainnya senantiasa terdapat perbedaan dan kesamaan. Untuk lebih jelasnya terdapat beberapa definisi tentang dakwah antara lain:

Menurut Hamzah Yaqub definisi dakwah dalam Islam ialah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rosul-Nya.¹ Ali Manfuzh dalam kitabnya "Hidayatul Mursyidin" mengemukakan dakwah adalah mendorong (memotivasi) umat manusia melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat makruf dan

¹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), hal. 18

mencegahnya dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akherat.²

Sedangkan menurut Abu Bakar Aceh dakwah ialah perintah mengadakan seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik.³

Berdasarkan pengertian di atas, pada intinya dakwah merupakan kegiatan mengajak, menyeru dan mengingatkan manusia untuk senantiasa berupaya kembali kepada Allah dan Rasul-Nya. Mengerjakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Keberhasilan dakwah, salahsatunya ditentukan oleh manajemen yang baik dalam berdakwah. Manajemen dakwah adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu untuk mengajak manusia dalam merealisasikan ajaran dalam kehidupan sehari-hari guna mendapatkan ridho Allah SWT.

Manusia merupakan unsur mutlak dalam manajemen. Manusia dalam manajemen terbagi dalam dua golongan, yaitu sebagai pemimpin dan yang dipimpin. Demikian pula sebaliknya, bahkan manajemen itu ada karena adanya pemikiran bagaimana sebaik-baiknya mengatur manusia yang dipimpin.

Demikian halnya dengan manajemen dakwah, tanpa adanya manusia maka proses dakwah tidak akan berlangsung. Apalagi manusia adalah subyek dan obyek dakwah. Diantara unsur-unsur atau aspek dakwah adalah ; da'i, obyek, system dan metode. Usaha atau aktivitas yang dilaksanakan dalam rangka dakwah merupakan suatu proses yang dilakukan dengan sadar dan sengaja. Arti proses adalah rangkaian perbuatan yang mengandung maksud tertentu, yang memang dikehendaki oleh pelaku perbuatan tersebut. Sebagai suatu proses, usaha atau aktivitas dakwah tidaklah mungkin dilaksanakan secara sambil lalu dan seingatnya saja, melainkan harus dipersiapkan dan direncanakan secara matang, dengan memperhitungkan segenap segi dan factor yang mempunyai pengaruh bagi pelaksanaan dakwah.

Disamping itu, meskipun proses dakwah tidak mustahil dilakukan oleh orang seorang atau pribadi. Tetapi mengingat kompleksnya persoalan dakwah maka pelaksanaan dakwah hanya oleh

² M. Amin Abdullah, *Antara al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam*, Terj: Hamzah, (Bandung: Mizan, 1997), hal. 10

³ Totok Jumantoro, 2001, *Psikologi Dakwah; Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Qur'ani*, (Wonosobo: Amzah, 2001), hal. 18

seorang saja tidaklah cukup efektif. Obyek dakwah misalnya, terdiri dari masyarakat manusia yang bermacam-macam dan senantiasa mengalami suatu perubahan dan perkembangan serta kompleks pula sifatnya.

Masalah serupa terjadi pada para da'i muda alumni Manajemen Dakwah (MD) UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam melaksanakan kegiatan dakwah khususnya di majlis ta'lim, pada da'i muda merasa sulit untuk menjadikan dakwahnya lebih efektif, sehingga perubahan kepribadian masyarakat yang menjadi mad'u belum cukup meningkat. Kendala yang terjadi salahsatunya dikarenakan faktor kurangnya manajemen dakwah oleh para da'i. Mereka hanya menyampaikan materi dakwah tanpa adanya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan rencana dan pengevaluasian hasil dakwah selama berdakwah.

Kajian Teori

Manajemen dakwah adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu untuk mengajak manusia dalam merealisasikan ajaran dalam kehidupan sehari-hari guna mendapatkan ridho Allah SWT.

Manusia merupakan unsur mutlak dalam manajemen. Manusia dalam manajemen terbagi dalam 2 golongan, yaitu sebagai pemimpin dan sebagai yang di pimpin. Demikian pula sebaliknya, bahkan manajemen itu ada karena adanya pemikiran bagaimana sebaik-baiknya mengatur manusia yang dipimpin.

Demikian halnya dengan manajemen dakwah, tanpa adanya manusia maka proses dakwah tidak akan berlangsung. Apalagi manusia adalah subyek dan obyek dakwah. Diantara unsur-unsur atau aspek dakwah adalah ; da'i, obyek, system dan metode. Usaha atau aktivitas yang dilaksanakan dalam rangka dakwah merupakan suatu proses yang dilakukan dengan sadar dan sengaja. Arti proses adalah rangkaian perbuatan yang mengandung maksud tertentu, yang memang dikehendaki oleh pelaku perbuatan tersebut. Sebagai suatu proses, usaha atau aktivitas dakwah tidaklah mungkin dilaksanakan secara sambil lalu dan seingatnya saja, melainkan harus dipersiapkan dan direncanakan secara matang, dengan memperhitungkan segenap segi dan factor yang mempunyai pengaruh bagi pelaksanaan dakwah.

Disamping itu, meskipun proses dakwah tidak mustahil dilakukan oleh orang seorang atau pribadi. Tetapi mengingat

kompleknya persoalan dakwah maka pelaksanaan dakwah oleh orang seorang tidaklah efektif. Obyek dakwah misalnya, terdiri dari masyarakat manusia yang bermacam-macam dan senantiasa mengalami suatu perubahan dan perkembangan serta kompleks pula sifatnya.

Dengan perkataan lain, pelaksanaan dakwah akan lebih efektif apabila didukung oleh beberapa orang yang diatur dan disusun sedemikian rupa dan dengan menggunakan manajemen dakwah yang baik pula sehingga merupakan satu kesatuan yang melaksanakan tugas dakwah secara bersamasama. Setelah penulis membahaas pengertian dakwah, maka penulis akan membahas lebih lanjut tentang fungsi manajemen dalam kaitannya dengan pengelolaan dakwah.

Perencanaan proses dakwah. Setiap aktivitas apapun tujuannya, hanya dapat berjalan secara efektif dan efisien apabila diperiapkan sebelumnya dan direncanakan terlebih dahulu dengan matang. Demikian pula usaha dakwah akan berjalan dan mencapai tujuan yang baik apabila sebelumnya dilakukan tindakan-tindakan persiapan dan perencanaan secara matang pula.

Penyelenggaraan dakwah dikatakan berjalan secara efektif dan efisien apabila pencapaian tujuan dikeluarkan pengorbanan-pengorbanan yang wajar namun hasilnya dapat diandalkan atau memuaskan dengan tidak mengeluarkan banyak biaya, tenaga, waktu dan sebagainya. Dan dengan perencanaan, proses dakwah dapat berjalan terarah dan teratur serta mencapai sasaran sesuai yang dikehendaki.

Demikian dengan diadakannya perencanaan dalam proses dakwah, dapatlah dipersiapkan tenaga-tenaga pelaksana dakwah yang baik, alat maupun media serta fasilitas lainnya. Disamping itu dengan perencanaan dakwah pula, mempermudah pemimpin dakwah melakukan pengawasan dan penelitian terhadap jalannya penyelenggaraan dakwah. Dan yang terpenting, dengan proses penyelenggaraan dakwah yang diplaning secara matang hasilnya lebih baik dibandingkan dengan penyelenggaraan dakwah yang dilakukan tanpa planning.

Langkah-langkah perencanaan dakwah, Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam penyelenggaraan dakwah untuk mencapai hasil yang baik harus dilakukan secara sistematis dan matang dalam tindakan-tindakannya. Hal ini harus dilakukan penelitian/analisis terhadap kenyataan dan keterangan yang kongkrit.

Penentuan langkah-langkah perencanaan dakwah dengan cara menentukan prioritas dan urutan tindakan menurut tingkat kepentingannya, metode dan prosedur, waktu, lokasi, biaya, fasilitas dan faktor lainnya yang diperlukannya bagi penyelenggaraan dakwah. Disamping langkah-langkah diatas, dalam penyelenggaraan dakwah perlu juga diperhatikan beberapa faktor, yaitu tujuan dakwah, masalah-masalah yang dihadapi dalam masyarakat, dan hasil penyelenggaraan dakwah di masa lampau.

Pengorganisasian dalam dakwah, Pentingnya pengorganisasian bagi proses dakwah, Pengorganisasian dakwah adalah rangkaian aktifitas menyusun suatu kerangka menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan, menyusun jalinan kerja diantar satuan-satuan organisasi. Pengorganisasian dakwah mempunyai arti penting bagi proses penyelenggaraan dakwah, sebab dengan pengorganisasian maka rencana menjadi lebih mudah pelaksanaannya, dan sekaligus adanya pembagian kegiatan-kegiatan, tugas-tugas kepada pelaksananya sehingga mempermudah pendistribusian pada pelaksananya. Dan dengan jelas pembagian tugas masing-masing terhadap pekerjaannya dapat menjaga pengertian, kekacauan, kesamaan dan lainnya.

Pengorganisasian dalam penyelenggaraan dakwah juga akan menguntungkan terpadunya berbagai kemampuan dan keahlian dari para pelaksana dakwah dalam satu rangkaian kerjasama. Disamping itu dengan pengorganisasian akan mempermudah pimpinan dakwah dalam mengendalikan dan mengevaluasi suatu penyelenggaraan dakwah.

Langkah-langkah pengorganisasian dakwah. Langkah-langkah yang ditempuh dalam suatu pengorganisasian dakwah meliputi :

- a) Membagi dan menggolongkan tindakan dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu.
- b) Menentukan dan merumuskan tugas dari masing-masing kesatuan serta menetapkan pelaksana untuk melakukan tugas tersebut.
- c) Memberikan wewenang kepada masing-masing pelaksana.
- d) Menetapkan jalinan hubungan.⁴

⁴ A. Rosyad Shaleh, *Management Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), hal. 90

- e) Membagi dan menggolongkan tindakan-tindakan dakwah dalam kesatuan tertentu.

Pembagian tindakan/kegiatan dakwah hendaknya jangan hanya bersifat global saja, namun harus dijabarkan lebih lanjut dalam tugas pekerjaan secara terperinci. Dalam perincian tugas atau tindakan dakwah, lebih dulu ditegaskan fungsifungsinya sesuai tujuan maupun sasaran dakwah. Dan hendaknya dalam pembagian tugas tidak mengurangi fungsi masing-masing.

- a) Menentukan dan merumuskan tugas dari masing-masing kesatuan, serta menempatkan pelaksana untuk melaksanakan tugas tersebut. Setelah fungsi ditegaskan dan diadakan pembagian tugas masing-masing, kemudian menentukan dan merumuskan kesatuan tugas dan penempatan pelaksananya. Dalam merinci dan merumuskan tugas masing-masing, perlu adanya pencapaian sasaran, kebulatan tujuan, kejelasan tugas dan adanya keterkaitan antara komponen-komponen yang ada. Dan yang tidak kalah pentingnya, dalam menentukan dan merumuskan tugas masing-masing harus disesuaikan dengan bakat, kemampuan dan keahlian agar tercipta efektivitas dan efisiensi jalannya penyelenggaraan dakwah.
- b) Memberikan wewenang kepada masing-masing pelaksana. Penyerahan tugas kepada masing-masing pelaksana harus disertai pemberian wewenang atau kekuasaan dari pimpinan dakwah agar tugas yang iberikannya ini dilaksanakan dengan baik dan lancer. Sebab engan adanya wewenang, maka pelaksana dapat mengambil keputusan maupun tindakan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan tugasnya.
- c) Menentukan jalinan hubungan, Pembagian tugas atas dasar fungsinya dalam suatu penyelenggaraan dakwah seringkali menimbulkan masalah. Yakni adanya kecenderungan dari masing-masing kesatuan untuk lebih mementingkan dirinya sendiri. Apabila perasaan dan sikap demikian dibiarkan hidup dan berkembang, tentulah sangat merugikan jalinan hubungan dalam proses penyelenggaraan dakwah. Oleh karena itu pemimpin dakwah harus menjalin hubungan baik antara

komponen-komponen maupun pelaksana dakwah. Diantara mereka harus ada saling pengertian bahwa sebenarnya perbedaan tugas, fungsi dan kekuasaan maupun tanggung jawab adalah dalam rangka mencapai sasaran dan tujuan yang sama. Untuk itu harus saling membantu satu sama lain agar tercapai keharmonisan. Sebab keberhasilan maupun kegagalan adalah milik bersama dan ditanggung bersama.

Penggerakkan dalam dakwah, Penggerakkan dalam dakwah mempunyai arti penting, sebab dengan penggerakkan dibandingkan dengan fungsi manajemen yang lain, maka penggerakkan merupakan fungsi yang secara langsung berhubungan erat dengan manusianya. Penggerakkan mempunyai fungsi yang sangat penting, bahkan menentukan jalannya proses dakwah dan merupakan intinya manajemen dakwah.

Langkah-langkah penggerakkan dakwah Menurut Abdul Rosyad shaleh langkah- langkah yang harus ditempuh dalam menggerakkan dakwah yaitu :

- a) Pemberian motivasi (*motivating*)
- b) Pembimbingan (*directing*)
- c) Penjalinan hubungan (*coordinating*)
- d) Penyelenggaraan komunikasi (*communicating*)
- e) Pengembangan atau peningkatan pelaksanaan (*developing people*)

Pengawasan dalam dakwah, Pengawasan dan evaluasi dakwah diadakan guna mengetahui bagaimana tugas-tugas telah dilaksanakan, sejauhmana pelaksanaannya. Apakah terjadi penyimpangan dan sebagainya. Pengawasan dan evaluasi digunakan pimpinan dakwah untuk mengambil tindakan-tindakan pencegahan terhadap kemungkinan terjadinya penyimpangan sekaligus ,menghentikan dan penyimpangan tersebut. Isamping itu untuk mengadakan usaha-usaha peningkatan dan penyempurnaan, sehingga proses dakwah tidak mandeg melainkan makin maju dan sempurna.

Pengendalian dan evaluasi dijalankan sesuai dengan kebijaksanaan, rencana dan ketentuan-ketentuan lain yang telah digariskan sebelumnya. Pentingnya pengendalian dan

evaluasi bagi proses dakwah tidak terbatas pada segi penyelamatan saja, namun juga sebagai pendinamis dan penyempurna. Sebab pengawasan dan evaluasi disamping ditujukan pada jalannya usaha yang sedang dalam proses juga ditujukan pada usaha yang sudah selesai pada tahapan yang telah ditentukan.

Langkah-langkah pengawasan dakwah, Suatu pengendalian dan evaluasi dapat diartikan sebagai proses pemeriksaan dan usaha agar efektivitas dakwah dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Adapun yang menjadi langkah proses pengawasan adalah sebagai berikut:

- a) Menetapkan standart (alat pengukur)
- b) Mengadakan pemeriksaan dan evaluasi terhadap pelaksanaan tugas dakwah yang telah ditetapkan.
- c) Membandingkan antara pelaksanaan tugas dengan standart.
- d) Mengadakan tindakan perbaikan atau pembetulan.⁵

Untuk lebih jelasnya penulis akan kemukakan mengenai langkah-langkah pengawasan sebagaimana tersebut dibawah ini :

- a) Menetapkan standart. Langkah awal proses pengendalian dan evaluasi dakwah yaitu menetapkan standart. Hal ini ditetapkan untuk menentukan apakah tugas dakwah yang telah berjalan dengan baik akan kurang berhasil/malah tidak berhasil sama sekali dan sebagainya. Standart dapat berbentuk kualitas hasil pekerjaan untuk mengukur. Untuk mengukur hasil pekerjaan dari segi kualitas dan kuantitasnya serta standart ukuran waktu dan biaya yang telah digunakan dalam pekerjaan.

Pekerjaan menetapkan standart tidak akan terlalu ulit apabila tugas yang dibuat standart merupakan tugas-tugas yang kongkrit, dan pekerjaan menetapkan standart akan terasa sukar apabila tugas yang dibuat menyangkut hal-hal yang bersifat abstrak.

- b) Mengadakan Evaluasi terhadap Pelaksanaan Tugas Dakwah yang telah ditetapkan, fase kedua ini perlu

⁵ *Ibid.*

diadakan pengawasan dan evaluasi sejauhmana rencana yang telah ditetapkan dilaksanakan atau tidak. Aspek ini dilakukan dengan cara pimpinan dakwah secara langsung datang dan melihat sendiri pelaksanaan rencana yang telah ditentukan, meminta laporan secara lisan/tulisan pada para pelaksana atau mengadakan pengawasan dan evaluasi terhadap hal-hal yang bersifat istimewa (perkecualian) dimana sebelumnya hartus ditetapkan terlebih dahulu target-target yang harus dicapai.

- c) Membandingkan pelaksana tugas dengan standart, Fase ini ditempuh setelah pimpinan dakwah memperoleh informasi secara lengkap mengenai pelaksanaan tugas dakwah. Dari hasil perbandingan dapatlah dilihat apakah proses dakwah berjalan baik atau sebaliknya terjadi penyimpangan-penyimpangan.

Apabila proses dakwah berjalan dengan baik, maka tidak perlumencurahkan perhatiannya. Namun apabila pelaksanaan tugas dakwah tidak sesuai dengan rencana maka pimpinan dakwah harus memfokuskan perhtiannya kea rah penyimpangan-penyimpangan.

- d) Mengadakan tindakan perbaikan/pembetulan, Pimpinan dakwah setelah mengadakan evaluasi dan ternyata didapatkan penyimpangan-penyimpangan dalam pelaksanaan tugas dakwah, haruslah segera mengambil tindakan perbaikan/pembetulan. Sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan berhasil mencapai target yang telah ditetapkan. Tindakan pembetulan oleh pimpinan dakwah harus dilakukan dengan tepat setelah mengetahui terjadinya penyimpangan-penyimpangan guna mengatasi berlarutnya masalah serta untuk menghindari kemacetan dan kegagalan proses dakwah.

Efektifitas Dakwah

Manajemen pada pokoknya adalah proses kegiatan pencapaian tujuan melalui kerjasama dengan orang lain, ini mengandung pengertian adanya hubungan timbal balik antara kegiatan dan kerjasama pada satu pihak dengan pihak lain. Artinya bahwa kegiatan dan kerjasama perlu dilakukan untuk pencapaian tujuan. Demikian pula

sebaliknya, tujuan hanya dapat dicapai melalui adanya rangkaian kegiatan dan kerjasama manusia.

Untuk melaksanakan kegiatan ini diperlukan tenaga kerja, material dan alat-alat kerja sebagai sumber-sumbernya dan waktu. Untuk pelaksanaan dengan setepat-tepatnya atas kegiatan itu perlu adanya sinkronisasi kegiatan baik yang bersifat personal, financial, material, procedural maupun waktu. Untuk sinkronisasi ini diperlukan adanya pemudahan atau alat yaitu organisasi.⁶

Tentunya setiap orang, apalagi setiap pimpinan menginginkan dapat mencapai tujuan dengan cara yang paling tepat dan efisien. Maka tentunya timbul pertanyaan engan cara bagaimanakah pimpinan dapat menghimpun orang-orang sehingga sinkronisasi kegiatan kerjasama baik yang beraspek personal, financial, material maupun proseural dapat dilakukan dengan efisiensi pula. Sekali lagi untuk maksud ini diperlukan adanya organisasi.

Sebab secara fungsional organisasi pada pokoknya adalah sekelompok manusia yang disatukan dalam kerjasama yang efisien untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dari rumusan ini dapatlah dinyatakan bahwa organisasi sebagai alat/sarana manajemen untuk mencapai tujuan.

Kesimpulan ini menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan maka kegiatan dan kerjasama manusia tadi, harus disinkronisasikan atau dihimpun dalam bentuk suatu organisasi. Organisasi ini diperlukan agar kegiatan dan kerjasama dapat berjalan dengan tepat dan tidak terjadi pemborosan dan kesimpangsiuran.

Sebelum pimpinan menentukan siapa-siapa yang cocok dan jumlahnya orang yang akan melaksanakan tugas, terlebih dahulu haruslah itentukan bidang-bidang pekerjaan dan wewenang serta tanggung jawab itu harus benarbenar merupakan hal yang nyata-nyata diperlukan bagi pencapaian yang diperlukan.

Dengan cara demikian haruslah dapat dijamin adanya pengelompokkan yang tepat atas manusia dalam suatu kerjasama yang efisien dengan tujuan yang ingin dicapainya. Dengan kata lain organisasi adalah mutlak diperlukan dalam rangka pencapaian tujuan. Organisasi dapat mencapai tujuan dengan tepat bilamana ada sarana-sarana yang harus dimanfaatkannya dan di daya-gunakan dengan tepat pula.

Adapun yang menjadi sarana manajemen dakwah adalah :

⁶ Soedjadi, *Kiat Pendidikan Matematika di Indonesia*, (Jakarta : Dikti, 1994), hal. 12

- a. Manusia (*man*) Manusia merupakan unsur mutlak dalam manajemen, mengingat manajemen itu sendiri tidak akan ada tanpa manusia. Manusia dalam manajemen terbagi dalam dua golongan besar, yaitu manusia pimpinan dan yang dipimpin. Demikian pula sebaliknya, bahkan manajemen tidak akan ada kalau hanya ada pimpinan tanpa ada yang dipimpin. Demikian halnya dengan proses dakwah tanpa ada manusia, maka proses dakwah tidak akan berlangsung apalagi manusia merupakan subjek dan objek dakwah.
- b. Uang (*money*) Kedudukan uang dalam manajemen bukan faktor mutlak dan menentukan, tetapi merupakan faktor pelengkap tetap yang menjadi faktor mutlak dan penentu yang mengurus uang. Tetapi walaupun demikian seorang pemimpin tetap akan memikirkan faktor uang itu dengan perhatian, karena dapat menghambat jalannya usaha. Dalam organisasi dakwah juga sangat membutuhkan uang. Dalam organisasi dakwah uang dibutuhkan dalam rangka menunjang kelangsungan dakwah. Uang sangat perlu diperhatikan dengan serius, kekurangan uang dan perhitungan yang kurang teliti dalam penggunaannya dapat menyebabkan kegagalan/ketidak lancaran dalam kegiatan dakwah.
- c. Materi (*material*) Materi juga penting dalam manajemen, bahkan tidak akan ada manusia yang hidup tanpa materi. Demikian pula materi dalam manajemen, bukan faktor penentu melainkan pelengkap yang menjadi unsure fasilitas (pemberi kemudahan) terhadap usaha manusia. Manajemen ada karena adanya kegiatan manusia untuk menjurus dan mencari materi. Tidak boleh diartikan terlalu sempit, yakni dalam arti fisiknya saja, seperti dalam pengertian bahan-bahan baku. Tapi juga harus diartikan lebih luas dari itu, yakni bisa juga bahan-bahan atau data dan informasi yang sangat diperlukan bagi pencapaian tujuan dan pelaksanaan dakwah. Jadi jelas "materi" harus diartikan baik fisik (bahan baku) maupun non fisik (data dan informasi), sehingga jelas pula material isamping manusia dan uang, adalah sumber-sumber yang diperlukan dalam rangka proses manajemen secara lebih berhasil.
- d. Mesin (*machines*) Untuk menghemat biaya dan energi manusia dan juga demi mengakui arti pentingnya manusia dalam organisasi, serta memperlancar dan mempercepat

proses kerja maka digunakan mesin dan alat lainnya sebagai peralatan kerja. Memang sebenarnya penggunaan mesin dalam proses kerja itu diseyogyakan (dibenarkan) bila pekerjaan itu terlalu lamban kalau dilakukan oleh manusia. Demikian juga bila diperlukan pelipatgandaan secara missal, dan jika pekerjaan itu memerlukan daya piker manusia yang optimal pula. Jadi yang terakhir ini bermaksud pula untuk menghindari terjadinya kesalahan karena kelalaian dan kelelahan manusia.

Dari alasan-alasan di atas tampak bahwa mesin adalah sarana yang diperlukan dalam rangka proses manajemen untuk prosedur kerja yang efisien dan efektif. Ide tentang penrtingnya manusia dan pengertian efisiensi dalam proses manajemen akhirnya melahirkan adanya gerakan otomasi didalam proses dakwah. Itulah sebabnya dipergunakan mesin dan akal kerja dalam organisasi dakwah dapat dipandang sebagai kegiatan yang beraspek prosedural.

- e. Metode (*methods*), Metode kerja dalam manajemen juga penting untuk pencapaian tujuan. Salah metode kerja bisa menimbulkan kesalahan dalam pekerjaan yng dilaksanakan. Oleh sebab itu harus diperhatikan metode kerja yang sebaik-baiknya, yaitu sederhana, mudah dapat mempercepat penyelesaian tujuan. Organisasi dalam mengembangkan misi dakwahnya dapat berlangsung dan mencapai sasarannya pabila dalam menggunakan metode dengan cara yang tepat. Metoe yang baik/tepat akan dapat melancarkan berjalannya proses dakwah. Jadi metode adalah merupakan syarat atau kunci bagin pelaksanaan dakwah yang efektif dan efisien. Dengan metode selalu ingin meningkatkan efisiensi kerja disegala bidang dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang diinginkan, dan hal ini kembali memberikan umpan balik kepada manajemen sebgai proses kesinambungan.
- f. Pasar (*market*). Market dalam ini mempunyai arti wahan untuk memperluas sasaran organisasi. Dalam hal ini pemasaran d akahsangat penting mengingat dakwah menyangkut segi-segi yang sangat luas. Dakwah memasuki segenap lapangan kehidupan manusia. Oleh karena itu untuk mengembangkandakwah diperlukan market atau publikasi agar dapat diterima disegala lapisan. Dengan demikian sarana manajemen dalam aplikasi dakwah mempunyai peranan atau arti yang sangat penting dan strategis. Masing-masing unsure

tersebut tidak dapat ditinggalkan atau dipisahkan, namun harus saling kait mengkait antara yang satu dengan yang lainnya.⁷

Indikator Efektivitas

Untuk mengukur seberapa jauh tingkat efektivitas, maka penulis menggunakan teori pengukuran efektivitas yang dikemukakan oleh Duncan dimana terdapat 3 indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas yaitu :⁸

- a. Pencapaian Tujuan, Pencapaian merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu: Kurun waktu, sasaran yang merupakan target kongkret.
- b. Integrasi, Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.
- c. Adaptasi, Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for Windows* menunjukkan bahwa variabel Manajemen Dakwah tidak terjadi multikolinieritas karena nilai *tolerance* berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10. Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* model yaitu melalui diagram pencar menunjukkan bahwa sebaran titik-titik yang acak berada di atas maupun dibawah angka 0 dari sumbu Y yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pengujian Autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson (DW) menunjukkan nilai sebesar 1,915. Menurut Algifari (2000) bila nilai DW berada pada 1,66

⁷ Sukarna, *Prinsip-Prinsip Usaha Perusahaan*, (Bandung: Alumni, 1975), hal. 20

⁸ M. Richard Steers, *Efektifitas Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 1985), hal. 53

$< DW < 2,34$, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi Manajemen Dakwah terhadap varian Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim dapat diketahui bahwa koefisien korelasi sangat signifikan. Hal ini karena $t_{hitung} 10.559 > \text{daripada } t_{tabel} 2.024$ pada $\alpha=0,05$ dengan $df = 38$. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa korelasi Manajemen Dakwah (X) terhadap Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim (Y) sangat signifikan. Temuan ini menyimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif antara Manajemen Dakwah terhadap Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim. Dari hasil perhitungan juga diperoleh koefisien determinasi sebesar $(r_{xy})^2 = (0,864)^2 \times 100\% = 74,64\%$ yang berarti varian variabel Manajemen Dakwah memberikan pengaruh sebesar 74,64% terhadap varian Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim.

Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS 20 for Windows* diperoleh bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim. Untuk Manajemen Dakwah ditunjukkan dengan nilai sig-t (0.000) yang lebih kecil dari $\alpha = 5\%$.

Pengujian hipotesis secara simultan (uji F) dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS 20 for Windows* diperoleh bahwa nilai F sebesar 111,494 dengan sig-F 0,000 lebih kecil dari derajat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Manajemen Dakwah) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim). Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Manajemen Dakwah berpengaruh signifikan terhadap Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menghitung seberapa besar hubungan uji kelayakan dengan Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim, hasilnya koefisien korelasi sangat signifikan. Hal ini karena korelasi antara X dan Y memiliki nilai 0,864 yang dapat diartikan memiliki hubungan yang kuat dan berdasarkan uji signifikansi hasilnya menunjukkan nilai 0,000 yang berarti asosiasi kedua variabel adalah signifikan karena $0,000 < 0,05$.. Dari hasil perhitungan juga diperoleh koefisien determinasi sebesar $(r_{xy})^2 = (0,864)^2 \times 100\% = 74,64\%$ yang berarti Manajemen Dakwah memiliki hubungan sebesar 74,64% dengan Keefektifan Dakwah di Majelis Ta'lim.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rosyad Shaleh, *Management Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977).
- Algifari. *Analisis Regresi, Teori, Kasus & Solusi*, (Yogyakarta' BPFE UGM, 2000).
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).
- Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Dakwah Rosululloh*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002).
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al-Ikhlas, 1983).
- Cornelius Trihendradi., *Memecahkan Kasus Statistik : Deskriptif, Parametrik, dan Non-Parametrik dengan SPSS 12*, (Jakarta: Andi, 2004).
- Damodar Gujarati, *Basic Econometric*, (Illinois: McGrawHill, 2000).
- Dennis Mc. Quail, *Teori Komunikasi Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga Pratama, 1992).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996).
- Ensiklopedia Nasional Indonesia (Jakarta: Cipta Adi Pusaka, 1989).
- Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992).
- Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalialia Dan Sumber Daya Manusia*, Edisi kedua, (Bandung: Bumi Aksara, 1992).
- John M. Echols, Hasan Shadzily, *Kamus Inggris-Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 1990).
- M. Amin Abdullah, *Antara al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam*, Terj: Hamzah, (Bandung: Mizan, 1997).
- M. Manullang, *Manajemen Personalialia*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1981).
- M. Sanwar, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fakultas. Dakwah IAIN Walisongo, 1985).
- M. Richard Steers, *Efektifitas Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 1985)
- Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).
- Peter F. Ducker, *Bagaimana Menjadi Eksekutif yang Efektif* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1986).
- Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an*, (Bandung : MMU, 2005).

- Santoso, S, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, 2000)
- Siti Muriah, *Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000).
- Soedjadi, *Kiat Pendidikan Matematika di Indonesia*, (Jakarta : Dikti, 1994).
- Sondang Siagian, 1977. *Filsafat Administrasi*, (Jakarta: Gunung Agung, 1977).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008).
- Sukarna, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1992).
- T. Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 1998), Edisi Ke-2.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (P3B) Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), Cet. Ke-7, Edisi Ke-2.
- Totok Jumantoro, 2001, *Psikologi Dakwah; Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Qur'ani*, (Wonosobo: Amzah, 2001).
- Winardi, *Azas-azas Manajemen*, Edisi Ketujuh, (Bandung: Penerbit Alumni, 1983).
- Ya'qub, Hamzah, *Publistik Islam (Teori da'wah dan leadership)*, (Bandung: Diponegoro, 1992).