

STRATEGI PERENCANAAN DAKWAH

Al Asy'ari

(Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara)

Abstrak

Perencanaan dakwah merupakan hal yang menentukan terhadap keberhasilan dakwah. Dengan perencanaan yang dipersiapkan, penyelenggaraan dakwah dapat berjalan lebih terarah, dan teratur rapi. Sehingga segala sumber daya manusia, tenaga, dana dan waktu yang disediakan tidak sia-sia dan mengalami kerugian. Kurang berhasilnya dakwah selama ini salah satunya karena tidak seriusnya atau bahkan tidak terpikirkannya masalah perencanaan dakwah. Keberlangsungan dakwah terjadi seadanya, menurut selera da'i tanpa melihat siapa yang dihadapi, apa permasalahannya, bagaimana kondisi maupun situasi objektif lingkungan penyelenggaraan dakwah. Untuk itu penyelenggaraan dakwah perlu melakukan strategi perencanaan dakwah sesuai dengan langkah-langkahnya, jika tidak, maka dakwah hanya akan berjalan ditempat.

Kata kunci: Strategi, perencanaan dan dakwah

A. PENDAHULUAN

Perencanaan merupakan *starting point* dalam pencapaian tujuan. Bagaimanapun sempurnanya suatu aktivitas kegiatan tetap membutuhkan perencanaan, karena perencanaan merupakan cetak biru (*blue print*) dari sebuah kegiatan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang akan dilakukan untuk memperoleh hasil yang optimal. Perencanaan adalah fungsi dasar (*fundamental*) manajemen, bersifat dinamis dan ditujukan pada masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, karena adanya perubahan kondisi dan situasi.¹ Oleh sebab itu, agar proses dakwah dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara optimal, maka perencanaan dakwah menjadi suatu keharusan.

Perencanaan dakwah merupakan salah satu bagian dari fungsi-fungsi manajemen dakwah. Sebagai bagian dari fungsi manajemen dakwah, kegiatan perencanaan dakwah merupakan tindakan yang utama dan strategis dalam mewujudkan kelangsungan dari sebuah proses dakwah. Hal ini karena dakwah sebagai proses perubahan kualitatif dalam kehidupan umat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam membutuhkan perencanaan yang matang sehingga seluruh unsur-unsur dakwah dapat berfungsi didalam realitas sosial.

¹ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), h.91.

Esensi dakwah dalam sistem sosio kultural adalah mengadakan dan memberikan arah perubahan. Mengubah struktur masyarakat dan budaya dari kezhaliman kearah keadilan, kebodohan kearah kemajuan/kecerdasan, kemiskinan kearah kemakmuran, keterbelakangan kearah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat kearah ketaqwaan.² Kondisi ini tentunya akan membuat para perancang dan pengelola dakwah menghadapi kompleksitas masalah dalam penyelenggaraan dakwah. Karnanya hal tersebut harus dihadapi secara terencana dan antisipatif.

Perencanaan dakwah dapat berkembang sesuai dengan dinamika masyarakat Islam yang menjadi sasaran dakwah. Format dakwah yang relevan dengan tuntutan masyarakat Islam hanya mungkin diwujudkan manakala diputuskan melalui manajemen dakwah yang efektif, dilakukan oleh para pemimpin keagamaan dan dakwah, dengan sikap proaktif untuk mengantisipasi tantangan dakwah. Banyak tantangan dakwah yang perlu diresponi dan diantisipasi dengan membuat perencanaan dakwah yang efektif. Dakwah dituntut untuk mampu menjawab keperluan masyarakat baru yang semakin modern disatu sisi dan semakin kompleks disisi lain, karena banyak kelompok masyarakat yang tertindas dan lemah secara pendidikan, ekonomi dan politik.

Dari apa yang telah diutarakan di atas menunjukkan bahwa ruang lingkup kegiatan dakwah sangat luas dan kompleks sifatnya. Ruang lingkup dakwah mencakup : 1). Mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah atau memeluk agama Islam, 2). Amar ma'ruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat (islah), 3). Nahi munkar.³ Dengan kata lain ruang lingkup kegiatan dakwah Islam mencakup spektrum yang sangat luas, meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, baik dimensi keagamaan, sosial budaya, ekonomi, pendidikan maupun politik dan lain-lain.

Seiring dengan keberadaan di atas diperlukan sistem kerja yang efektif dan efisien dalam penyelenggaraan dakwah. Sebagai proses sosial *engineering* (rekayasa sosial) sehingga masyarakat benar-benar bersikap sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan. Untuk itu dakwah haruslah dimanage sedemikian rupa secara sistematis, terencana, terpadu dan berkesinambungan. Disinilah pentingnya perencanaan dakwah, agar perkiraan tentang masa depan masyarakat Islam yang akan dicapai dapat diwujudkan.

B. ARTI PERENCANAAN DAKWAH

Istilah perencanaan dalam perspektif manajemen adalah *planning*. Sebagai salah satu fungsi manajemen, *planning* merupakan tindakan awal, yang perlu dipahami sebelum fungsi lainnya dilaksanakan. Perencanaan merupakan suatu proses mempersiapkan secara sistematis kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu

² Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Prima Duta, 1983)

³ Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), h.10.

yang pada hakikatnya terdapat di setiap jenis usaha manusia. Perencanaan merupakan susunan (rumusan) sistematis mengenai langkah (tindakan) yang akan dilakukan di masa depan, dengan didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang seksama atas potensi, faktor-faktor eksternal dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka pencapaian suatu tujuan tertentu.⁴

Perencanaan harus didasarkan pada kenyataan, data dan keterangan yang konkrit, dengan melihat zaman yang akan datang atau rencana kedepannya. Sofyan Syafri Harahap⁵ mendefinisikan perencanaan adalah fungsi menetapkan kegiatan apa yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sementara Bintoro Tjokroamidjoyo⁶ mengartikan perencanaan sebagai suatu cara bagaimana mencapai tujuan sebaik-baiknya dengan sumber-sumber yang ada supaya lebih efisien dan efektif.

Lebih lanjut Wursanto⁷ mengatakan, perencanaan merupakan suatu pendekatan yang terorganisir untuk menghadapi problema-problema di masa akan datang dan memberi uraian tentang rancangan kegiatan hari ini untuk tindakan di masa mendatang. Perencanaan dapat menjawab tentang siapa, apa, kapan dimana, mengapa dan bagaimana tindakan-tindakan dilakukan. Oleh karena itu perencanaan merupakan proses pemikiran rasional dan menetapkan secara tepat mengenai berbagai macam hal yang akan dikerjakan dimasa mendatang dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Dari beberapa pendapat di atas, dipahami bahwa perencanaan adalah wujud dari tindakan konseptual tentang masa depan yang diinginkan secara rasional. Karena itu perencanaan juga dapat diartikan sebagai upaya dalam menetapkan apa yang akan dilakukan. Sehingga perencanaan mencakup lapangan keputusan yang luas yaitu pemilihan atau penetapan tujuan dan penentuan strategis, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.⁸

Disamping itu, dengan adanya sistem perencanaan memungkinkan: 1). orang dapat memperoleh dan mengikat sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan, 2). Para anggota organisasi untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang konsisten dengan berbagai tujuan dan prosedur terpilih, 3). Kemajuan dapat terus dimonitor dan diukur, sehingga tindakan korektif dapat diambil bila tingkat kemajuan tidak memuaskan.⁹

Dapat disimpulkan bahwa perencanaan merupakan proses merumuskan rencana kegiatan yang tepat untuk dilakukan dalam pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan

⁴Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan* (Jakarta: Pustaka Binawan, 2008), h.47.

⁵Sofyan Syafri Harahap, *Budgeting Anggaran Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen* (Jakarta: Grafindo Persada, 2001), h.61.

⁶Bintoro Tjokroamidjoyo, *Perencanaan Pembangunan* (Jakarta: Gunung Agung, 1996), h.12.

⁷Wursanto, *Pokok-pokok Perencanaan* (Yogyakarta: Kanisius, 1987), h.13.

⁸Muhammad Rifa'i, *Manajemen Organisasi* (Bandung : Cita Pustaka, 2013), h.27.

⁹*Ibid*, h.23

tertentu secara sistematis, rasional dan objektif. Secara sederhana langkah kerja perencanaan meliputi apa yang akan dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya dengan baik. Berarti tanpa adanya suatu perencanaan pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan, bahkan bisa mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan atau cita-cita yang diinginkan.

Sementara dakwah sebagai suatu kegiatan sosialisai ajaran Islam di masyarakat adalah menjadi tanggung jawab umat dalam pengelolaannya. Karena itu perencanaan sebagai langkah awal dalam proses pengelolaan suatu kegiatan juga bersentuhan dengan kegiatan dakwah. Terlebih jika mengingat perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas yakni menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan. Untuk itu, tentulah semua aspek dakwah yang ada harus mendapat perhatian pengelola dakwah.

Ditinjau dari segi bahasa (etimologi) dakwah berarti: panggilan, seruan atau ajakan yang dalam bahasa Arab disebut masdar. Sedangkan bentuk kata kerjanya (*fa'il*) adalah *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti memanggil, menyeru dan mengajak. Pelaku dakwah disebut da'i yaitu orang yang mengajak. Dan yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut mad'u.¹⁰ Jadi mengajak dan menyeru seseorang kepada sesuatu kebenaran dan kebaikan menurut ajaran Islam merupakan dakwah Islam.

Secara terminologi dakwah menurut Mohammad Natsir adalah salah satu usaha untuk menyampaikan risalah ketauhidan yang terkandung dalam ajaran Islam, untuk disampaikan kepada umat manusia sejagat, agar mereka selamat di dunia dan di akhirat nanti. Secara lengkap beliau menjelaskan pengertian dakwah adalah melanjutkan tugas suci yang dibebankan kepada para da'i, mubaligh dan khususnya umat Islam, karena intisari yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW berupa pedoman dan *huda* (petunjuk) kepada seluruh umat manusia supaya mereka jangan terbawa ke jalan sesat dan maksiat, serta menuju jalan kebaikan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat nanti berdasarkan pedoman pada al-Qur'an dan Sunnah Rasul.¹¹

Dakwah Islam sebagai upaya mengajak manusia untuk meyakini aqidah Islam dan mengamalkan syariat Islam dalam seluruh aspek kehidupan, didasarkan kepada pedoman hidup umat Islam yaitu al-Qur'an dan Sunnah. Karenanya esensi dakwah adalah keseluruhan ajaran Islam yang ditransformasikan kepada seluruh umat manusia. Proses ini diarahkan untuk mencapai tujuan dakwah yaitu: membentangkan jalan (ajakan) Allah di atas permukaan bumi untuk dilalui umat Islam.¹²

¹⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), h.5

¹¹ Mohammad Natsir, *Fiqhud Dakwah* (Jakarta: Dewan Dakwah Islam Indonesia, 1975), h.12.

¹² A.Hasyimi, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), h.14.

Dalam al-Qur'an hakekat dan misi dakwah Islam adalah bertumpu kepada penyelenggaraan amar ma'ruf dan nahi munkar. Firman Allah dalam surah Ali Imran [3:110]: "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar dan beriman kepada Allah". Untuk mewujudkan umat Islam dalam realitas sosial sebagai umat terbaik, syaratnya adalah harus menyelenggarakan amar ma'ruf dan nahi munkar serta beriman secara konsisten kepada Allah sesuai ajaran tauhid Islam. Oleh karena itu melaksanakan amar ma'ruf dan nahi munkar sebagai misi dakwah Islam adalah kewajiban religius dari umat Islam yang harus dilaksanakan secara baik.

Keberadaan lembaga, organisasi atau pengelola dakwah yang secara bertanggung jawab melaksanakan kegiatan dakwah Islam dalam skala yang sangat luas tentunya hanya akan berhasil bila diawali dengan suatu sistem perencanaan yang matang secara konseptual dan strategis. Dengan perencanaan memungkinkan dipilihnya tindakan-tindakan yang tepat sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi pada saat dakwah diselenggarakan. Atau dengan perencanaan dakwah dapat menentukan langkah, program, metode, sarana dan prasarana serta sasaran tujuan dakwah.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan dakwah adalah merupakan tindakan-tindakan persiapan dalam usaha dakwah Islam dalam semua seginya sehingga dapat berlangsung efektif dan efisien. Lebih jelas Abd. Rosyad Shaleh menyatakan 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 penyelenggaraan dakwah.¹³

C. LANGKA-LANGKA PERENCANAAN DAKWAH

Karena cakupan perencanaan dakwah meliputi dimensi yang luas. Setidaknya dalam proses perencanaan dakwah diperlukan adanya langkah-langkah dalam perumusannya guna mencapai sasaran seefisien dan seefektif mungkin. Salah satu model perencanaan yang adikuat dalam rangka pencapaian sasaran, yaitu perencanaan dengan suatu "pendekatan sistem" (*system approach planning*).

Perencanaan dengan pendekatan sistem (PPS) adalah perencanaan yang dikembangkan melalui beberapa tahap, yaitu :

1. Identifikasi masalah
2. Merumuskan dan memilih model-model pemecahan yang tepat,
3. Menetapkan strategi pemecahan

¹³ Shaleh, *Manajemen Dakwah*, h.54.

4. Mengevaluasi hasil implementasi model dan strategi pemecahan, dan
5. Merevisi tiap tahapan proses tersebut.¹⁴

Dari uraian di atas, bahwa perencanaan dengan pendekatan sistem (PPS) sesungguhnya adalah perencanaan yang didasarkan atas proses pemecahan masalah (*problem solving process*). Langkah-langkah perencanaan dakwah di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah

Identifikasi masalah didefinisikan sebagai penemu tunjukan kesenjangan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diinginkan. Dalam konteks ini, berarti kesenjangan antara kondisi ideal (menurut tolok ukur Islam) manusia (individu dan masyarakat) dengan kenyataan yang ada pada objek dakwah yang dihadapi. Oleh karena kesenjangan tersebut demikian besar, maka dalam kaitan perencanaan dakwah diartikan sebagai kesenjangan antara kenyataan objek dakwah yang dihadapi tujuan antara (*intermediate goal*) yang ingin dicapai dengan kegiatan dakwah tersebut.¹⁵ Dalam upaya identifikasi di atas, maka perlu diketahui tentang unsur kondisi objek dakwah baik secara individu maupun masyarakat.

2. Merumuskan dan memilih model-model pemecahan yang tepat

Jika identifikasi dan perumusan permasalahan yang ada pada objek dakwah, baik aspek individu maupun masyarakat telah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah dicarikan model-model apa saja yang bisa dilakukan untuk mengatasi atau memecahkan permasalahan tersebut, untuk kemudian dipilih model yang tepat. Dalam perumusan model-model pemecahan ini perlu dua alur pemikiran, yaitu; *Pertama*, menetapkan bidang apa dari objek dakwah yang perlu mendapat pemecahan (akidah, ibadah, akhlak, mu'amalah, dan sebagainya). *Kedua*, menetapkan beberapa model dialog (lisan, amal, seni dan sebagainya) yang dapat digunakan. Untuk pemikiran pertama dibutuhkan informasi dari hasil identifikasi masalah, sedang pemikiran kedua disusun atas dasar ciri-ciri objek dakwah dan kondisi lingkungan dakwah.¹⁶

3. Menetapkan strategi pemecahan

Langkah penetapan strategi merupakan langkah berikutnya setelah perencanaan memilih pemecahan yang tepat. Hal ini berarti penetapan hal-hal yang menyangkut aspek-aspek metodologi, substansi dan pelaksanaannya. Dalam kaitan perencanaan dakwah berarti perencanaan melakukan :

¹⁴ Ahmad Watik, *Bengkel Penelitian dan Perencanaan Dakwah* (Yogyakarta: PP Muhammadiyah, tt), h.119.

¹⁵ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir* (Yogyakarta: Sipes, 1996), h.222.

¹⁶ Watik, *Bengkel Penelitian*, h.120

- a). Penetapan metode (termasuk model pendekatan dan medianya), untuk tiap model pemecahan dan model dialog di atas.

Beberapa metode yang dapat dipakai yaitu; Dakwah bilisan yakni dakwah yang dilakukan menggunakan bahasa lisan. Dakwah bilkitabah yaitu dakwah yang dilakukan dengan menggunakan keterampilan tulis menulis berupa artikel atau naskah, brosur, bulletin, dan sebagainya. Dakwah bilhal yaitu dakwah yang dilakukan melalui berbagai kegiatan yang langsung menyentuh kepada masyarakat sebagai objek dakwah dengan karya subjek dakwah serta ekonomi sebagai material dakwah.¹⁷

- b). Pengolahan isi pesan dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Materi dakwah adalah al-Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang meliputi aqidah, syari'ah dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. Materi dakwah harus cocok dengan metode dan media serta objek dakwahnya. Hal penting dari materi dakwah adalah tidak hanya tentang persoalan apa yang dilarang atau dibenarkan oleh agama, akan tetapi dakwah harus pula mampu mengatasi persoalan-persoalan mad'u dan wawasan global.¹⁸

- c). Penetapan pelaksanaan dakwah (da'i/mubaligh/pelaksana yang lain).

Dalam hal ini Jalaluddin Rahmat¹⁹ mengemukakan tiga strategi yang dapat digunakan dalam menyelenggarakan kegiatan dakwah. Strategi tersebut adalah: Pertama; *Power strategy* yaitu perubahan sosial dengan menggunakan kekuatan atau kekuasaan, hal ini dalam penyebaran Islam di Indonesia para wali menggunakan metode tersebut yaitu mendekati para raja atau penguasa dengan harapan apabila para penguasa sudah memeluk Islam, maka dengan orientasinya mereka dapat mengislamkan masyarakatnya. Kedua; *Persuasif strategy* yaitu strategi yang berusaha untuk menimbulkan perubahan perilaku yang dikehendaki dengan mengidentifikasi objek sosial pada kepercayaan atau nilai-nilai agen perubahan. Ketiga; *Normatif Re-Educative strategy* yaitu strategi yang berupaya untuk menanamkan dan mengganti paradigma norma masyarakat yang lama dengan yang baru. Strategi ini tidak hanya untuk merubah perilaku yang tampak tetapi mengubah keyakinan dan nilai.

4. Mengevaluasi hasil implementasi model strateg pemecahan.

Evaluasi model dan strategi pemecahan berarti mengoreksi tiap tahapan pemecahan dakwah yang telah dirujuk dengan kondisi objek dakwah dan lingkungannya. Evaluasi ini menjadi sangat penting karena dapat menjamin keselamatan dan perjalanan dakwah. Evaluasi dapat dilakukan baik pada tahap awal, tengah, dan akhir.²⁰ Pada

¹⁷ Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan*, h.223

¹⁸ Sutirman Eka Ardana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h.19

¹⁹ Jalaluddin Rahmat, *Rekayasa Sosial: Reformasi atau Revolusi?* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1997), h. 53.

²⁰ Munir dan Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, h. 185.

tahap analisis, setelah mengetahui kekurangan dari tiap tahapan, maka selanjutnya merevisi tahapan yang kurang tepat dengan disesuaikan pada tahap perencanaan yang lebih sempurna.

Selain langkah-langkah sebagaimana telah diuraikan di atas, Abd. Rosyad Shaleh juga menyebutkan ada beberapa langkah perencanaan dakwah, sebagai berikut :

1. Perkiraan dan perhitungan masa depan.
2. Penentuan dan perumusan sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.
3. Penetapan tindakan-tindakan dakwah dan prioritas pelaksanaannya.
4. Penetapan metode.
5. Penetapan dan penjadwalan waktu.
6. Penempatan lokasi (tempat).
7. Penetapan biaya, fasilitas dan faktor-faktor lain yang diperlukan.²¹

Langkah-langkah perencanaan dakwah di atas dapat diuraikan sebagai berikut:²²

1. Perkiraan dan perhitungan masa depan.
Perkiraan masa depan merupakan kegiatan memprediksi tujuan, agar sesuai dengan apa yang diperkirakan sebelumnya. Tindakan ini mempunyai arti penting bagi proses perencanaan dakwah, sebab dengan diketahuinya gambaran mengenai keadaan masa depan, apakah itu tentang kondisi maupun situasi objektif yang meliputi proses penyelenggaraan dakwah, sehingga pelaksanaan dakwah dapat menetapkan sasaran dan langkah-langkah dakwah yang realistis.
Agar perencanaan dakwah benar-benar realistis, ada dua hal yang perlu diperkirakan dalam perhitungan masa depan yakni, meliputi kondisi internal dan situasi ekstern. Kondisi internal meliputi tentang keadaan subjek dakwah, yang mencakup tentang organisasi, tenaga pelaksana, sarana dan fasilitas yang diperlukan. Sedangkan situasi intern meliputi bidang-bidang politik, sosial, ekonomi, pendidikan dan kebudayaan.
2. Penentuan dan perumusan sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.
Penentuan dan perumusan sasaran dakwah ini sangat penting, hal ini karena rencana dakwah hanya dapat diformulir dengan baik, jika terlebih dahulu diketahui apa yang menjadi sasaran dakwah. Tanpa mengetahui sasaran apa yang hendak dicapai, tidak mungkin dapat ditetapkan langkah atau program dan tindakan apa yang harus dilaksanakan. Demikian juga halnya metode dan sarana yang diperlukan. Jadi sasaran yang hendak dicapai merupakan landasan bagi langkah berikutnya dalam rangka

²¹ Shaleh, *Manajemen Dakwah*, h. 54-55.

²² *Ibid*, h. 55-76

perencanaan dakwah. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan sasaran dakwah, yaitu 1). Tujuan dakwah, 2). Masalah-masalah yang dihadapi masyarakat, 3). Hasil penyelenggaraan dakwah di masa lalu dan 4). Hasil perkiraan dan perhitungan masa depan.

3. Penetapan tindakan dakwah dan prioritas pelaksanaannya.

Tindakan dakwah merupakan penjabaran dari sasaran dakwah yang telah ditentukan, dalam bentuk aktivitas nyata. Sebagai penjabaran dari sasaran tindakan dakwah haruslah berhubungan dengan sasaran itu. Selain itu dalam penetapan tindakan dakwah juga harus dipilih tindakan yang sifatnya merupakan pemecahan terhadap masalah pokok. Selain itu penetapan tindakan dakwah merupakan langkah penyeleksian dari kebijakan yang akan diambil dalam sebuah organisasi. Dengan tujuan agar peraturan atau kebijakan yang diterapkan tidak berlebihan dan tidak memberatkan para anggotanya. Beberapa langkah yang harus ditempuh dalam menetapkan tindakan dakwah, antara lain; a). Meninjau kembali sasaran dakwah serta menentukan luasnya aktivitas dakwah, b). Menentukan tindakan penting, c). Menentukan prioritas atau urutan pelaksanaannya, dan d). Menentukan kegiatan terperinci.

4. Penetapan metode dakwah.

Metode dakwah adalah cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menetapkan strategi dakwah. Untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, kita memerlukan metode. Strategi menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedang metode adalah cara yang digunakan untuk melaksanakan strategi.

Tindakan dakwah yang telah dirumuskan akan efektif, bila dilaksanakan dengan menggunakan cara yang tepat. Allah SWT berfirman dalam surah An Nahl [16:125] yang artinya: *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”*.

5. Penetapan penjadwalan waktu.

Penentuan waktu mempunyai arti penting bagi proses dakwah. Sebab dengan diketahuinya kapan tindakan atau kegiatan dakwah harus dilakukan serta waktu yang disediakan untuk masing-masing tindakan atau kegiatan itu, dapatlah dipersiapkan para pelaku dakwah serta fasilitas yang diperlukan oleh masing-masing kegiatan itu. Ketidakpastian waktu penyelenggaraan dakwah, disamping menimbulkan kekacauan, juga sering menyebabkan pengorbanan tenaga dan biaya. Adanya penjadwalan waktu juga memudahkan pimpinan dakwah dalam mengorganisir dan mengkoordinir kegiatan-kegiatan serta dalam mengadakan pengendalian dan penilaian jalannya proses dakwah.

6. Penetapan lokasi.

Lokasi dimana tindakan dakwah akan dilakukan harus ditentukan sebelum dilaksanakannya tindakan itu. Dalam menentukan lokasi, harus dipilih tempat mana yang ditinjau dari berbagai segi menguntungkan. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam rangka pemilihan lokasi adalah macam kegiatan dakwah yang akan dilaksanakan, sumber tenaga pelaksana, fasilitas atau alat perlengkapan yang diperlukan serta keadaan lingkungan. Ketepatan dalam penentuan dan pemilihan lokasi mempunyai pengaruh bagi kelancaran jalannya proses dakwah.

7. Penetapan biaya, fasilitas dan faktor-faktor lain yang diperlukan

Dalam penyelenggaraan dakwah, disamping memerlukan da'i juga memerlukan biaya, fasilitas dan alat-alat perlengkapan. Mengingat pentingnya biaya dan fasilitas bagi proses dakwah, maka dalam menentukan sasaran dan tindakan dakwah, masalah biaya dan fasilitas seharusnya dipertimbangkan dalam perencanaan dakwah. Apabila dari hasil perencanaan diperkirakan bahwa persediaan biaya dan fasilitas cukup besar, maka dapat ditentukan sasaran dakwah yang besar, dengan usaha-usaha yang luas. Tetapi jika biaya dan fasilitas terbatas, maka kegiatan dakwah yang direncanakan harus sesuai dengan kondisi biaya dan fasilitas yang ada. Dengan demikian kondisi biaya dan fasilitas merupakan faktor pembatas bagi luas sempitnya usaha dakwah yang diselenggarakan nantinya.

Penyelenggaraan dakwah yang efektif dan efisien haruslah diperjuangkan sehingga segala sumber daya manusia, tenaga, dana dan waktu yang disediakan untuk mencapai tujuan dakwah yang dirumuskan organisasi dakwah tidak sia-sia dan mengalami kerugian dengan berbagai pengorbanan. Dengan perencanaan yang dipersiapkan lebih dahulu, penyelenggaraan dakwah dapat berjalan lebih terarah, dan teratur rapi.

Dari uraian diatas dapat dipahami, bila dakwah yang dikembangkan di masyarakat Islam diarahkan kepada perubahan yang efektif dan efisien dalam totalitas aspek kehidupan, maka tindakan konseptual dan strategis dalam memperkirakan masa depan yang diinginkan sesuai langkah-langkah perencanaan harus dilakukan, jika tidak dakwah hanya akan berjalan ditempat dan berlangsung dalam skala yang sempit dengan spektrum pengaruh yang kecil dan tidak menggembirakan.

D. STRATEGI PERENCANAAN DAKWAH

Memperkirakan dan mencermati kemungkinan masa depan pada prinsipnya merupakan hakekat dari perencanaan. Dalam Islam setiap muslim sesungguhnya diperintahkan untuk memperkirakan atau merencanakan hal-hal yang penting tentang kehidupannya dimasa yang akan datang secara ideal. Sebagaimana firman Allah dalam Surah Al Hasyr [59:18]: *"Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap*

diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Penggunaan prinsip hikmah dan bijaksana adalah metodologi dakwah yang diajarkan oleh al-Qur'an agar dakwah yang dilaksanakan mencapai sasaran secara tepat. Firman Allah dalam surah An-Nahl [16:125]: *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.* Karenanya perencanaan dakwah secara ideal merupakan tindakan awal dari aplikasi prinsip hikmah dan kebijaksanaan yang dianjurkan al-Qur'an bagi para perancang, pengelola dan pelaksana dakwah.

Cara penyampaian dakwah yang direncanakan adalah meliputi isi dan cara bimbingan, pelaksana, penyediaan sarana dan fasilitas, pemilihan bidang dan kegiatan sesuai dengan kelompok sasaran dakwah seperti remaja, orang dewasa, lingkungan keluarga dan masyarakat. Tiap kelompok masyarakat harus dikaji, ditelaah dan dipersiapkan kondisinya agar dakwah berjalan secara tepat.²³ Dalam kaitan strategi perencanaan dakwah berarti untuk menyusun perencanaan dakwah, perencana membutuhkan sejumlah informasi agar perencanaan yang disusun benar-benar berlandaskan dan mengantisipasi kenyataan yang ada, serta benar-benar mengarah pada tujuan dakwah. Informasi yang dibutuhkan dapat berupa aspek-aspek: objek dakwah, lingkungan dakwah, subjek dakwah dan sarana dakwah.

Strategi perencanaan dakwah Islam sebagai suatu perkiraan masa depan dakwah memiliki dua dimensi yang saling berpengaruh. Pertama, yaitu faktor intern dari pengelola dan faktor dakwah itu sendiri. Kedua, faktor ekstern yaitu faktor yang ada di luar diri pengelola dan penyelenggara dakwah, baik yang bernilai positif (sebagai pendukung) suksesnya dakwah, maupun yang bernilai negatif (faktor penghambat). Selain itu, untuk merumuskan strategi juga dibutuhkan ilmu-ilmu bantu, seperti : analisis sistem, psikologi, antropologi, sosiologi, ilmu komunikasi, ilmu perencanaan dan sebagainya. Semuanya harus diperkirakan secara tepat dan cermat agar program dakwah dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan.

Oleh karena itu, potensi sumber daya manusia (pelaksana dakwah) dan sasaran dakwah serta fasilitas pendukung harus dioptimalkan kesiapannya untuk mencapai optimalisasi perencanaan dakwah. Pada gilirannya perencanaan optimal yang didukung unsur-unsur dakwah yang telah disiapkan akan dapat mengubah keadaan yang buruk kepada yang baik, mencegah yang munkar melaksanakan ma'ruf.²⁴ Sementara faktor ekstern berimplikasi kepada adanya faktor luas yang mendukung maupun yang menghambat penyelenggaraan dakwah. Jadi faktor masyarakat Islam sebagai sasaran dakwah yang mendukung perlu

²³ Kifrawi, *Pola Bimbingan Masyarakat Islam* (Jakarta: CV.Multi Jasa,1979), h.103.

²⁴ Hamzah Ya'qub, *Publisistik Islam, Teknik Dakwah dan Leadership* (Bandung: CV. Diponegoro, 1981), h. 73.

dilibatkan dalam aksi-aksi perencanaan dakwah, sedangkan yang menghambat harus diatasi untuk segera dihilangkan atau dihindari dari pengaruh yang ditimbulkan.

Dengan memahami kondisi objektif perancang dan pengelola dakwah serta kondisi objektif masyarakat Islam sebagai sasaran dakwah, selanjutnya harus ada prioritas program yang akan diwujudkan sebagai kegiatan dakwah di masyarakat untuk mencapai tujuan dakwah. Agar sasaran yang dirumuskan berjalan efektif, maka perlu diperhatikan dimensi tujuan dakwah, masalah-masalah yang dihadapi masyarakat, hasil penyelenggaraan dakwah di masa lalu, hasil perkiraan dan perhitungan masa depan.

Untuk itu perlu digariskan prioritas pelaksanaan kegiatan dakwah didalam upaya mengubah situasi masyarakat Islam kepada kualitas yang lebih baik dari keadaan sebelumnya. Dengan penetapan prioritas kegiatan dakwah ini maka perlu ditinjau kembali sasaran dakwah serta luasnya ruang lingkup kegiatannya, mengupayakan tindakan-tindakan yang lebih penting terlebih dahulu, menentukan urutan pelaksanaannya serta menentukan perincian-perincian tindakan yang termasuk didalamnya adalah metode penyelenggaraan kegiatan dakwah itu sendiri.

Karena perspektif dakwah Islam itu meliputi seluruh kehidupan didalam islamisasi kehidupan umat, berarti dakwah tidak terbatas pada dimensi tabligh, khutbah dan pengajian-pengajian saja, akan tetapi seluruh aspek kehidupan umat yang diubah melalui bimbingan kearah Islam dan ketaqwaan juga harus termasuk dalam garapan perencanaan strategis dan tindakan perencanaan (*action plan*) dakwah Islam di masa sekarang dan akan datang.

Jadi strategi perencanaan dakwah harus memperkirakan dan mempertimbangkan secara rasional tentang unsur-unsur kekuatan (*strength*) yang ada pada penyelenggara dakwah, unsur-unsur kekurangan atau kelemahan (*weakness*), peluang atau kesempatan (*opportunities*) serta adanya ancaman atau tantangan(*threats*). Dengan adanya perumusan yang konseptual dan analisis yang tajam tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan, maka formulasi perencanaan dan aksi-aksi perencanaan dakwah diperkirakan akan optimal dan benar-benar matang. Jadi analisa SWOT mutlak diperlukan dan harus difungsikan oleh perencana, pengelola dan pelaksana kegiatan dakwah, baik dikalangan pengurus organisasi dakwah maupun perorangan (da'i, khatib, muballigh, ustadz) yang menyelenggarakan dakwah.

Kekuatan dakwah yang terletak pada berbagai organisasi keagamaan dan dakwah, kuantitas umat Islam, meningkatkan mutu pendidikan umat, membaiknya kesejahteraan, serta terkembangnya media komunikasi modern (elektronik, penerbitan, pers, dan lain-lain), tumbuhnya kesadaran beragama, mantapnya kerukunan umat beragama sebagai peluang haruslah dioptimalkan dalam manajemen. Pemanfaatan dana yang belum optimal, kejahatan yang meningkat dan lain-lain haruslah diatasi dan diwaspadai secara objektif dalam memudahkan jalan bagi kelangsungan penyelenggaraan program-program dan aksi-aksi dakwah Islam.

E. PENUTUP

Strategi perencanaan dakwah merupakan tindakan awal yang akan menentukan masa depan dakwah dalam proses manajemen. Karena itu pertimbangan rasional dan sistematis tentang masa depan dan tujuan dakwah akan turut menentukan tindakan-tindakan rencana dakwah di masyarakat dalam rangka mengubah situasi dan kondisi kehidupan umat sehingga sesuai dengan cita-cita Islam.

Dalam perumusan rencana dakwah dilakukan sesuai dengan langkah-langkahnya, untuk itu perencana dan pengelola dakwah harus melakukan analisa kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan (SWOT) dakwah secara objektif. Jika Tindakan konseptual dan strategis dalam memperkirakan masa depan yang diinginkan tidak dilakukan sesuai langkah-langkah perencanaan, maka dakwah hanya akan berjalan ditempat dan berlangsung dalam skala sempit dengan spektrum pengaruh yang kecil dan tidak menggembirakan. Dengan perencanaan, prioritas program dan aksi-aksi dakwah dalam menjalankan misi amar ma'ruf nahi munkar disegala aspek kehidupan umat Islam dapat terlaksana dengan efektif dan efisien.

REFERENSI

- Ahmad Watik. tt. *Bengkel Penelitian dan Perencanaan Dakwah*. Yogyakarta: PP Muhammadiyah.
- Ahmad, Amrullah, 1983. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Prima Duta.
- Harahap, Sofyan Syafri, 2001. *Budgeting Anggaran Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Hasibuan, H.Malayu S.P.2004. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasyimi, A.1974. *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Kifrawi, 1979. *Pola Bimbingan Masyarakat Islam*. Jakarta: CV. Multi Jasa.
- Mulkhan, Abdul Munir. 1996. *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episode Kehidupan M.Natsir dan Azhar Basyir*. Yogyakarta: Sipress.
- Munir, M. dan Wahyu Ilahi,2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Natsir, Mohammad,1975. *Fiqhud Dakwah*. Jakarta: Dewan Dakwah Islam Indonesia.
- Rahmat, Jalaluddin. 1997. *Rekayasa Sosial: Reformasi atau Revolusi?* Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rifa'i, Muhammad, 2013. *Manajemen Organisasi*. Bandung : Cita Pustaka.
- Saputra, Wahidin, 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Shaleh, A.Rosyad,1977. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sutirman Eka Ardana,1995. *Jurnalistik Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjokroamidjoyo, Bintoro,1996. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: Gunung Agung.
- Usman, Husaini, 2008. *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Pustaka Binawan.
- Wursanto,1987. *Pokok-pokok Perencanaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ya'qub, Hamzah, 1981. *Publisistik Islam, Teknik Dakwah dan Leadershi*. Bandung: CV.Diponegoro.