

PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN MANAJEMEN DAKWAH

Musholi

Dosen IAI Al-Ibrahimi Situbondo

Abstract: *Propaganda management is the ability to identify problems and then plan appropriate, organize and coordinate the executors of propaganda in certain units. Thus, management of the mission is a process of utilizing the resources (human and natural) and made to realize the values of Islam as a common goal. The management of the mission is a systematic and coordinated arrangement in proselytizing activity or activity that starts from before the execution until the end of the implementation of propaganda. While development managerial is a part of managerial behavior. It's included training which is used as a means to improve one's skills and facilitate adjustment to work and career advancement. Someone involved in an organization, not always immediately able to master and has the skills in the management of the organization, so that training and cadre member of the organization is absolutely necessary to prepare qualified resources. Term development of the translation of a term development translates into two terms, namely: the first term to the idea or natural thought. The second term is defined as a respect. The idea of change and the creation the ability to act in a world are full of struggle and competition. Both meanings are closely related with each other. With forward thinking will create the desire to raise the idea in changing circumstances into thriving communities.*

Keywords: *Propaganda Movement, Community Empowerment and Morale.*

Pendahuluan

Manajemen dakwah terdiri dari dua kata yaitu manajemen dan dakwah. Pada setiap kata yang terkandung dalam kata manajemen dan kata dakwah terdapat pengertian-pengertian yang penting untuk diketahui dalam mendefinisikan pengertian manajemen dakwah secara keseluruhan. Oleh karena itu, sebelum mendefinisikan manajemen dakwah, terlebih dahulu kita bahas pengertian manajemen dan pengertian dakwah baik menurut bahasa (*etimologi*) maupun istilah (*terminologi*). Istilah manajemen diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, hingga saat ini belum ada keseragaman. Berbagai istilah yang pada umumnya dipakai adalah seperti: ketatalaksanaan, pengurusan, tata pimpinan, pengelolaan dan lain sebagainya. (Tarmudji, 1993:1). Menurut istilah bahasa (*etimologi*), manajemen berasal dari kata Bahasa Inggris *management* dengan kata kerja *to manage*, diartikan secara umum sebagai mengurus (Widjayakusuma, 2002: 13).

Istilah manajemen dalam Bahasa Arab diterjemahkan dengan *an-nizam* atau *at-tanzim*, yang merupakan suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya. Munir, dkk, 2006: 9). Pengertian tersebut dalam skala aktifitas juga dapat diartikan sebagai aktifitas menertibkan, mengatur dan berfikir yang dilakukan oleh seseorang, sehingga ia mampu mengemukakan, menata dan merapikan segala sesuatu yang ada disekitarnya, mengetahui prinsip-prinsipnya serta menjadikan hidup selaras dan serasi dengan yang lain. Menurut istilah (*terminologi*), didalam kamus istilah manajemen disebutkan bahwa manajemen yaitu: suatu proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan (sasaran). (Panitia Istilah Manajemen, 1981: 157). Untuk memperjelas pengertian manajemen berikut ini disebutkan pendapat tokoh-tokoh manajemen dalam mendefinisikan arti manajemen. Pendapat yang satu dengan yang lain bisa saling berbeda walaupun terdapat kesamaannya. Hal tersebut dikarenakan titik berat dan sudut pandang serta pengalaman keorganisasian masing-masing berbeda. George R.Terry dalam

merumuskan fungsi-fungsi manajemen menyebutkan bahwa Manajemen adalah proses yang khas yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan tenaga manusia dan sumber daya lainnya. (Terry, 2003: 15).

James A.F Stoner yang dikutip oleh Agus Sabardi dalam buku *Pengantar Manajemen* mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan upaya anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Sabardi, tth: 5). Sedangkan menurut George R. Terry dan Leslie W. Rue, manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. (Terry, W. Rue, 2003: 1).

Dengan menelaah definis-definisi di atas maka jelaslah bahwa manajemen merupakan suatu proses pelaksanaan fungsi- fungsi manajemen dengan memaksimalkan potensi sumber daya yang ada, untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya, baik berupa sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya harus bisa dimaksimalkan secara optimal dalam pemanfaatannya untuk mencapai tujuan organisasi apabila menginginkan organisasi itu tetap eksis.

Sedangkan Dakwah ditinjau dari segi bahasa (*etimologi*), kata dak'wah berasal dari bahasa Arab berupa *masdar* kata da'wah yang berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan bentuk kata kerja atau fiilnya adalah *da'a*, *yad'u* yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak. (Saleh, 1977: 7). Adapun pengertian da'wah menurut istilah (*terminology*) telah banyak para ahli dakwah yang mendefinisikan tentang makna kata dakwah. Adapun definisi-definisi tersebut antara lain:

1. Toha Yahya Oemar berpendapat bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai

dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.(Oemar, 1967: 1).

2. Rosyad Saleh dalam buku *Manajemen Dakwah Muhammadiyah* menyebutkan bahwa: dakwah adalah proses aktivitas merubah suatu kondisi kepada kondisi yang lebih baik, atau dari suatu kondisi yang sudah baik kepada kondisi yang lebih baik lagi, yang dilakukan dengan sadar, sengaja dan berencana. (Saleh, 2005: 48).
3. Wardi Bachtiar mengatakan bahwa, dakwah adalah proses upaya mengubah suatu situasi kepada situasi lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Islam. (Bachtiar, 1997: 31).
4. Sedangkan KH.M.Isa Anshary mengartikan dakwah Islamiyah, yaitu menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil sekelompok manusia, agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam. (Anshary, 1984: 17).
5. Pengertian yang integralistik dari makna dakwah, merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah dan secara bertahap menuju peri kehidupan yang Islami. (Hafidhuddin, 1998: 77).

Definisi-definisi yang ada di atas terdapat kesamaan pandangan tentang merubah dan mengajak manusia dari suatu kondisi kepada kondisi yang lebih baik dengan menjalankan ajaran Islam untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Jadi dapat dikatakan bahwa dakwah merupakan suatu proses yang dilakukan secara terus menerus untuk merubah dan mengajak manusia dari suatu kondisi kepada kondisi yang lebih baik untuk kebahagiaan dan kemaslahatan hidup di dunia dan akhirat. Sudah bukan waktunya lagi, dakwah dilakukan asal jalan, tanpa sebuah perencanaan yang matang, baik yang menyangkut materinya,

tenaga pelaksanaanya atau metode yang digunakannya. (Hafidhuddin, 1998: 77). Dakwah dimasa kini idealnya harus terencana dan terprogram untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan diharapkan.

Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah merupakan suatu aktifitas dakwah yang dilaksanakan dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini sesuai dengan definisi-definisi yang di uraikan oleh beberapa tokoh manajemen dakwah sebagai berikut:

Menurut Rosyad Shaleh (1993), dalam mendefinisikan istilah manajemen dakwah dalam buku *Manajemen Dakwah* mengungkapkan bahwa:

Manajemen dakwah merupakan kemampuan untuk mengidentifikasi masalah kemudian menyusun rencana tepat, mengatur dan mengkoordinir para pelaksana dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu, selanjutnya menggerakkan dan mengarahkannya pada sasaran-sasaran atau tujuan yang dikehendaki, begitu pula kemampuan untuk mengawasi atau mengendalikan tindakan-tindakan dakwah. (Saleh, 1993: 4). Menurut Mahmuddin, manajemen dakwah adalah suatu proses dalam memanfaatkan sumber daya (insane dan alam) dan dilakukan untuk merealisasikan nilai-nilai ajaran Islam sebagai tujuan bersama. (Mahmuddin, 2004: 23). Sedangkan menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi mendefinisikan manajemen dakwah adalah sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir pelaksanaan dakwah. (Munir, dkk, 2006: 36-37).

Ruang Lingkup Manajemen Dakwah

Ruang lingkup yang diartikan sebagai obyek manajemen dakwah (Raifi'udin dkk, 1997: 25) sebenarnya setiap orang dalam suatu organisasi

atau diluar organisasi bisa menjadi obyek dakwah secara khusus. Obyek dakwah dalam lingkup manajemen dakwah dapat dikatakan sebagai *customer* dakwah. *Customer* dakwah yang disebut juga sebagai masyarakat pengonsumsi dakwah yaitu *mad'u* yang dikelola oleh suatu organisasi secara formal maupun non formal, dalam menciptakan tatanan masyarakat yang Islami sebagaimana yang menjadi tujuan dakwah. Pengkonsumsian masyarakat terhadap dakwah tidak akan terlepas dari materi yang disampaikan oleh seorang *da'I* kepada masyarakat. Dakwah terlaksana dengan memanfaatkan berbagai sarana serta fasilitas serta komponen-komponen dakwah yang dapat mendukung terselenggaranya kegiatan dakwah. Ruang lingkup dakwah akan berputar pada kegiatan dakwah, (Munir, dkk, 2006: 79) dimana dalam aktivitas tersebut diperlukan seperangkat pendukung dalam mencapai kesuksesan.

Ruang lingkup kegiatan dakwah dalam tataran manajemen merupakan sarana atau alat pembantu terhadap aktivitas dakwah itu sendiri (Munir, dkk, 2006: 79). Pembahasan mengenai ruang lingkup manajemen dakwah tidak akan terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas dakwah. Hal-hal yang mempengaruhi aktivitas dakwah sebagaimana yang diterangkan oleh Munir dan Wahyu Ilahi, antara lain meliputi: *Pertama*, Keberadaan seorang *da'I* baik yang terjun secara langsung maupun tidak langsung, dalam pengertian eksistensi *da'I* yang bergerak di bidang dakwah itu sendiri. *Kedua*, Materi merupakan isi yang akan disampaikan kepada *mad'u*, pada tataran ini materi harus bisa memenuhi atau yang dibutuhkan oleh *mad'u*, sehingga akan mencapai sasaran dakwah itu sendiri; *ketiga*, *Mad'u*, kegiatan dakwah harus jelas sasarannya, dalam artian ada obyek yang akan didakwahi. (Munir, dkk, 2006: 80). Dari penjelasan di atas terdapat beberapa komponen dakwah yang dapat dikatakan sebagai komponen-komponen dalam ruang lingkup manajemen dakwah yang terdiri dari: *da'i*, materi dakwah dan *mad'u*. Dari komponen-komponen tersebut, secara lebih terinci akan dijelaskan di bawah ini.

1. Da'i.

Da'i atau subyek dakwah adalah pelaksana dari kegiatan dak'wah, baik secara perorangan/individu maupun secara bersama-sama secara terorganisir. (Sanwar, 1984: 40). Secara umum kata *da'i* sering disebut sebagai *muballigh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah) dan sebagainya. (Munir, dkk, 2006: 22). Mengingat bahwa pengertian dakwah itu sangat luas dan tidak dapat dilaksanakan secara sendiri-sendiri, disamping juga mempunyai jangkauan yang begitu kompleks maka ia hanya dapat dilaksanakan atau berjalan secara efektif manakala dilakukan oleh tenaga-tenaga yang mampu melaksanakan tugasnya, baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif. (Saleh, 1977: 32). Secara kualitatif dilihat dari segi kemampuan para pelaksana dan pengelola dakwah, dan segi kuantitatif yang berhubungan dengan jumlah sumber daya yang digunakan dalam melaksanakan dakwah. Usaha penyebar luasan Islam ditengah-tengah kehidupan umat manusia, merupakan usaha dakwah yang mutlak dilaksanakan oleh penyelenggara dakwah dimasa mendatang yang semakin berat dan kompleks. Semakin berat dan kompleks serta rumitnya kegiatan dakwah tersebut, terutama dihadapkan pada akulturasi budaya (Mahmuddin, 2004: 7) dan kondisi masyarakat setempat yang telah memeluk agama selain agama Islam dan yang telah memeluk agama Islam. Pelaksanaan dakwah yang dihadapi oleh berbagai persoalan dan muncul silih berganti, menjadikan penyelenggara tidak mungkin menghadapinya secara personal yang tidak proporsional. (Mahmuddin, 2004: 7). Akan tetapi dakwah secara bersama-sama dengan terorganisir sudah menjadi kebutuhan yang harus dilaksanakan oleh para pelaksana dakwah. Tugas yang diemban seorang pelaksana dakwah (*da'i*) tidaklah

ringan, sehingga diperlukan adanya tenaga-tenaga professional yang siap dan mampu dalam mengemban tugasnya, yaitu untuk berdakwah (Rafi'udin, dkk, 1997: 43) serta dibekali dengan kemampuan manajemen yang professional. Diantara cirri pokok seorang *da'I* yang mempunyai kemampuan manajemen professional adalah adanya bekal kemampuan dan keahlian dalam memimpin (*leadership and managerial skill*). Diantara nilai-nilai *leadership* dakwah adalah sebagai berikut:

- a. Mempunyai ilmu pengetahuan yang luas.
- b. Bersikap dan bertindak bijaksana.
- c. Berpengetahuan luas
- d. Bersikap dan bertindak adil.
- e. Berpendirian teguh.
- f. Mempunyai keyakinan bahwa misinya akan berhasil.
- g. Berhati ikhlas.
- h. Memiliki kondisi fisik yang baik.
- i. Mampu berkomunikasi.(Saleh, 1977: 38)

2. Materi Dakwah.

Maadatu ad da'wah/materi dakwah adalah semua bahan atau sumber yang dipergunakan atau yang akan disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* untuk menuju kepada tercapainya tujuan dak'wah. (Sanwar, 1987:73). Mempersiapkan materi yang akan disampaikan merupakan suatu hal yang harus dilakukan, baik bagi para *da'i* yang sudah mahir dalam berda'wah apalagi yang masih pemula. Untuk mempersiapkan materi dakwah, bagi *da'i* yang sudah mahir adalah dengan cara mengembangkan materi yang telah dikuasai dengan selalu menyesuaikan dengan zaman dan konteksnya. Demikian pula bagi *da'i* pemula harus mempersiapkan materi dengan secermat dan tepat apa yang akan disampaikan pada masyarakat umum. Materi dakwah

menurut Barmawie Umary ada 10 pokok materi yang secara terperinci dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Aqidah*. Meyebarkan dan menanamkan pengertian *aqidah Islamiyah* berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segala perinciannya.
- b. *Akhlaq*. Menerangkan *al-akhlaqul mahmudah* dan *al-akhlaqul madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang pernah terjadi dalam sejarah.
- c. *Ahkam (syari'ah)*. Menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal: ibadah, *al-ahwal al syakhsiyyah*, *mu'amalat*, yang wajib diamalkan oleh setiap Muslim.
- d. *Ukhuwah*. Menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap golongan yang lain.
- e. Pendidikan. Melukiskan sistem pendidikan menurut agama Islam yang telah dipraktekkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam dimasa lampau dan bagaimana penerapan teori pendidikan Islam dimasa sekarang.
- f. Sosial. Mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama, tolong-menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Hadits.
- g. Kebudayaan. Memupuk budaya yang sesuai dengan norma-norma agama dan memusnakan kebudayaan yang tidak sesuai dan bertentang dengan norma-norma agama.
- h. Kemasyarakatan. Menguraikan ajaran-ajaran Islam yang berhubungan dengan kemasyarakatan, dengan tujuan untuk menciptakan keadilan dan kemakmuran bersama.
- i. *Amar ma'ruf*. Mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh *sa'adah fi al darain*.

3. *Nahi munkar.*

Melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa di dunia dan di akhirat. (Umary, 1984: 56-58).

4. *Mad'u.*

Mad'u atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia tanpa terkecuali, baik pria maupun wanita, pemimpin maupun rakyat biasa, beragama maupun belum beragama. (Sanwar, 1884: 66). Manusia yang menjadi obyek dakwah yang telah masuk Islam dan yang belum masuk Islam tentunya berbeda orientasi tujuan dakwah yang akan dilaksanakan. Orang yang belum masuk Islam tujuan dakwahnya adalah untuk mengajak manusia supaya mengikuti ajaran Islam, sedangkan bagi orang yang sudah masuk Islam adalah untuk membina dan memperkuat iman, Islam dan *ikhshan*. Sebagaimana pendapat Muhammad Abduh yang dikutip oleh M.Munir dan Wahyu Ilahi dalam buku *Manajemen Dakwah* bahwa *mad'u* dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

- a. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berfikir secara kritis dan cepat dapat menangkap persoalan.
- b. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.(Munir, dkk: 23-24)

Fungsi-Fungsi Manajemen Dakwah

Fungsi manajemen adalah rangkaian berbagai kegiatan yang telah ditetapkan dan memiliki hubungan saling ketergantungan antara yang satu

dengan lainya yang dilaksanakan oleh orang-orang dalam organisasi atau bagian-bagian yang diberi tugas untuk melaksanakan kegiatan. (Munir, dkk, 2006: 81). Sebagaimana yang telah diterangkan sebelumnya pada pengertian manajemen dakwah menunjukkan bahwa fungsi-fungsi dari manajemen yang terdapat bermacam-macam fungsi manajemen yang secara umum disingkat dengan POAC (*planning, organizing, actuating dan controlling*).

Sebelum kita bahas satu persatu fungsi-fungsi manajemen, berikut ini akan dikemukakan pendapat tokoh-tokoh manajemen dalam merumuskan fungsi-fungsi manajemen yang dikutip oleh M. Munir dan Wahyu Ilahi sebagai berikut:

Pertama, Henry Fayol, mengemukakan fungsi manajemen mencakup lima aspek, yaitu: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *command* (perintah), *coordinating* (pengkoordinasian), dan *controlling* (pengawasan). *Kedua*, L.M. Gullick, merinci fungsi-fungsi manajemen menjadi enam urutan, yaitu: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *stuffing* (kepegawaian), *directing* (pengarahan), *coordinating* (pengkoordinasian), *reporting* (pelaporan), dan *budgeting* (penganggaran). *Ketiga*, George R. Terry, mengemukakan empat fungsi manajemen yaitu: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (pengawasan). *Keempat*, John R Schemerhorn, James G Hunt dan Richard N Osbon, mengemukakan fungsi manajemen itu sebagai berikut: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *stuffing* (kepegawaian), *directing or leanding* (pengerahan) dan *controlling* (pengawasan). (Munir, dkk, 2006: 81-82). Dari berbagai macam pendapat para ahli manajemen dalam merumuskan fungsi-fungsi manajemen tersebut di atas pada dasarnya adalah sama hanya saja sudut pandang dan titik tekan serta pengalaman dan latar belakang masing-masing yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Kesamaan dari beberapa pendapat di atas merupakan semua

rangkaian kegiatan dari fungsi-fungsi manajemen, yaitu sama, untuk mencapai tujuan organisasional.

Pembahasan ini akan diperinci empat fungsi manajemen dakwah yang dianggap sangat penting dalam proses manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengendalian dan evaluasi (*controlling and evaluating*). Istilah-istilah fungsi manajemen tersebut dalam istilah manajemen dakwah disebut dengan *takhtith* (perencanaan dakwah), *thanzim* (pengorganisasian dakwah), *tawjih* (penggerakan dakwah) dan *riqobah* (pengendalian dan evaluasi dakwah). (Munir, dkk, 2006: 93).

1. Perencanaan dakwah (*planning, takhtith*)

Perencanaan (*planning*) dan dalam istilah bahasa Arab di sebut (*takhtith*) adalah pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijakan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. (Handoko, 200:23). Pengambilan keputusan penting sangat efektif dilakukan dalam proses perencanaan karena dalam banyak hal apabila keputusan tidak dilakukan dalam perencanaan maka segala bentuk kegiatan tidak akan bisa berjalan dengan baik. Perencanaan pada dasarnya merupakan keputusan yang dirumuskan untuk mengantisipasi kondisi/keadaan masa depan, dapat pula diartikan sebagai proses merumuskan keputusan yang berkenaan dengan pelaksanaan tugas-tugas pokok organisasi. (Nawawi, 1993: 19). Demikian pentingnya perencanaan, sehingga untuk merencanakan sebuah pengorganisasian dakwah membutuhkan waktu yang lebih lama dan panjang untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dengan kesempurnaan organisasi dalam mensukseskan suatu kegiatan. Sesempurna apapun suatu aktifitas manajemen dakwah tetap membutuhkan sebuah perencanaan. Karena perencanaan merupakan langkah awal bagi sebuah kegiatan dalam

bentuk memikirkan hal-hal yang terkait, agar memperoleh hasil yang optimal. (Munir, dkk, 2006: 94). Secara alami, perencanaan itu merupakan bagian dari *sunatullah*, yaitu dengan melihat sebagaimana Allah SWT menciptakan alam semesta dengan hak dan perencanaan yang matang disertai dengan tujuan yang jelas. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT yang artinya sebagai berikut:

Artinya:

Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada diantara keduanya tanpa hikmah. Yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir, maka celakalah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka” (QS. As-Shad: 27). (Departemen Agama, 1994: 736).

Ayat di atas menerangkan bahwa Allah SWT menciptakan langit dan bumi dengan adanya rencana dibalik itu semua. Ketentuan-ketentuan Allah telah diatur dan direncanakan sedemikian hebatnya. Takdir Allah tentang alam semesta ini telah di gariskan dalam setiap kehidupan makhluk yang diciptakannya. Barang siapa yang tidak yakin akan hal ini, maka menurut ayat di atas dia adalah orang kafir yang telah dipersiapkan kepadanya siksaan api neraka. Setiap gerak dakwah secara ideal haruslah dilakukan dengan teknik-teknik merencanakan yang baik. Salah satu teknik perencanaan tersebut yaitu dengan menggunakan sistem perencanaan strategis dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, (Rangkuti, 2004: 18) dalam hal ini adalah strategi organisasi dakwah. Kerangka berfikir yang digunakan adalah didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). (Rangkuti, 2004: 18). Perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis *interen* maupun *eksteren* suatu organisasi yaitu berupa

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi yang ada pada saat itu guna membuat perencanaan yang tepat.

2. Pengorganisasian (*organizing, al thanzim*)

Pengorganisasian (*organizing* atau dalam istilah bahasa Arab disebut *al thanzim*) adalah seluruh pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggungjawab dan wewenang, sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan (Munir, dkk, 2006: 117). Setelah direncanakan langkah berikutnya dalam pencapaian tujuan organisasi adalah mengorganisir segala sumber daya untuk guna menggerakkan organisasi pada tujuan yang telah ditentukan. Allah SWT telah mengilustrasikan Al-Qur'an Surat Ash-Shaff ayat 4 sebagai berikut:

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu yang tersusun kokoh (QS. Ash-Shaff: 4). (Departemen Agama, 1994: 928)

Ayat tersebut di atas menerangkan bahwa Allah menyukai penataan barisan dalam melaksanakan perang di jalan Allah bersaf-saf untuk mencapai tujuan yaitu memenangkan perang. Manajemen diartikan sebagai penataan (pengorganisasian) yaitu penataan barisan dalam melaksanakan segala aktifitas untuk diarahkan mencapai tujuan organisasi dakwah. Penataan barisan yang dimaksudkan adalah dengan mengatur organisasi dengan berbagai sistem administrasi dan struktur organisasi serta mekanisme yang jelas agar setiap komponen dalam organisasi dapat bekerja dengan baik sesuai dengan tugasnya masing-masing. Pengorganisasian terjadi karena pekerjaan yang perlu dilaksanakan itu terlalu berat untuk ditangani oleh satu orang saja. Dengan demikian diperlukan tenaga-tenaga bantuan dan terbentuklah satu kelompok kerja yang efektif. (Terry, 2003: 73).

Pengorganisasian mempunyai arti penting bagi proses dakwah. Hal ini karena dengan pengorganisasian maka rencana dakwah menjadi mudah pelaksanaannya. Pembagian tindakan-tindakan atau kegiatan-kegiatan dakwah dalam tugas-tugas yang lebih terperinci serta diserahkan pelaksanaannya kepada beberapa orang akan mencegah timbulnya kumulasi (Saleh, 1977: 76) (pekerjaan hanya pada diri seorang pelaksana saja), apabila hal ini sampai terjadi, tentu akan sangat memberatkan dan menyulitkan. Karebet Widjayakusuma dan Ismail Yustanto menyebutkan agar organisasi menjadi berarti bagi sumber daya manusia internalnya dan juga masyarakat di lingkungannya, maka peran organisasi haruslah mencakup tiga aspek, yaitu:

- a. Harus memiliki tujuan yang dapat dibuktikan. Tujuan yang tidak jelas akan mengakhibatkan organisasi tidak memiliki dasar yang mantap, terlebih lagi bagi para anggotany
- b. Konsep kewenangan beserta aktivitas yang terlibat harus jelas.
- c. Memiliki batasan kebijakan organisasi yang jelas dan dapat dimengerti oleh seluruh SDM-nya. (Widjayakusuma, dkk, 2002: 128).

Aspek di atas akan sangat mendukung berjalannya suatu organisasi apabila dari ketiga aspek tersebut bisa dipenuhi. Dengan kejelasan arah dan tujuan serta aktivitas dan kebijakan organisasi akan jelas pula langkah organisasi menuju sasaran yang dituju.

3. Penggerakan dakwah (*actuating/tawjih*)

Penggerakan dakwah merupakan upaya menyadarkan orang lain atau anggota suatu organisasi untuk dapat bekerjasama dalam mencapai tujuan.(Mahmuddin, 2004: 87). Pada fase penggerakan ini merupakan inti dari manajemen dakwah. Setiap komponen dalam organisasi akan saling bahu-membahu untuk bekerjasama dalam mensukseskan program yang dilaksanakan. Adapun pengertian

penggerakan adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. (Munir, dkk, 2006: 139). Memotivasi secara umum yaitu memberikan dorongan kepada para pelaksana dakwah yang bisa berupa pengarahan, bimbingan, nasihat dan lain sebagainya untuk menjalankan tugas dan tanggungjawab mereka masing-masing

Menurut Munir dan Wahyu Ilahi, agar fungsi penggerakan dakwah dapat berjalan secara optimal, bisa digunakan teknik-teknik tertentu sebagai berikut:

- a. Memberikan penjelasan secara komprehensif kepada seluruh elemen dakwah yang ada dalam organisasi dakwah.
- b. Usahakan agar setiap pelaku dakwah menyadari memahami dan menerima dengan baik tujuan yang telah ditetapkan.
- c. Setiap pelaku dakwah mengerti struktur organisasi yang dibentu
- d. Memperlakuan secara baik bawahan dan memberikan penghargaan yang diiringi dengan bimbingan dan petunjuk untuk semua anggotanya. (Munir, dkk, 2006: 140).

Langkah-langkah strategis yang perlu ditempuh dalam mensukseskan dakwah, sebagaimana yang diterangkan oleh Dr. Ahmad Syafi'I Ma'arif, bahwa ada langkah-langkah strategis yang perlu diambil yaitu: *pertama*, membina ukhuwah Islamiyah, artinya umat Islam harus bersatu dalam memperjuangkan agamanya, salah satu caranya dengan menggunakan manajemen yang baik dalam setiap gerak dakwah yang dilaksanakan. *Kedua*, Para da'I dalam arti luas perlu mendapatkan perhatian yang serius dari kek penggerak dakwah. *Ketiga*, sebagai resiko dari iman yang mantap, watak keikhlasan dalam berjuang jangan sampai ditelantarkan. (Ma'arif, 1995: 109).

Dari ketiga langkah strategis tersebut secara singkat ada tiga poin yang perlu mendapatkan perhatian yaitu persaudaraan umat (*ukhuwah Islamiyah*), peningkatan mutu pelaksana dakwah (*da'i*) dan keikhlasan. Langkah-langkah strategis tersebut akan dapat terlaksana apabila semua unsur-unsur manajemen dapat mendukung dan saling bahu membahu dalam mensukseskan kegiatan dakwah.

Melihat konsep-konsep di atas, berarti peranan seorang pemimpin memegang peranan yang sangat penting. Karena inti dari kepemimpinan adalah pengaruh, maka pemimpin dakwahpun harus bisa mempengaruhi, member motivasi, membimbing dan mengarahkan bawahan agar mau dan mampu untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi.

4. Pengendalian dan evaluasi dakwah (*controlling, riqobah*).

Menurut George R Terry pengendalian adalah suatu usaha untuk meneliti kegiatan-kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan. (Terry, 2003: 166). Memberikan saran, tanggapan, evaluasi terhadap suatu kegiatan organisasi merupakan suatu kebutuhan untuk menjaga organisasi tetap eksis, sehingga kebutuhan akan evaluasi dan pengawasan sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Mengevaluasi kegiatan yang telah terlaksana terdiri dari mengevaluasi kekurangan-kekurangannya, sampai dimana keberhasilannya, pelaksanaan yang ideal bagaimana. Hal-hal tersebut merupakan bahan-bahan evaluasi yang digunakan oleh para pimpinan untuk memberikan pembelajaran agar pelaksanaan kegiatan berikutnya bisa meminimalisir kekurangan-kekurangan yang telah terjadi pada kegiatan sebelumnya.

Penyelenggaraan dak'wah dikatakan dapat berjalan dengan baik dan efektif, bilamana tugas-tugas dakwah yang telah diserahkan kepada pelaksana itu benar-benar dilaksanakan serta pelaksanaannya sesuai dengan rencana dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan.

(Saleh, 1977: 136). Penyelenggaraan dakwah yang tidak sesuai dengan rencana akan mengakibatkan kekacauan dan kebingungan dari tenaga-tenaga pelaksana, sehingga pelaksanaan tidak bisa lancar. Pengawasan harus didasarkan kepada perencanaan yang lebih jelas, lebih lengkap dan lebih terpadu. Hal ini akan meningkatkan efektifitas pengawasan. (Widjayakusuma, dkk, 2002: 206).

Uraian di atas jelas menunjukkan bahwa pengendalian dan penilaian itu mempunyai kedudukan dan peran yang sangat penting bagi proses dak'wah. Karena pengendalian merupakan alat pengontrol dan sekaligus pendinamis jalannya proses dakwah. Pada proses pengendalian dan evaluasi tidak ada kata yang lebih tepat kecuali perbaikan dan kebaikan. Perbaikan yang berlangsung secara berkesinambungan (*continuous improvement*). Hal ini sebagaimana disinyalir dalam surat Al-Mujadalah ayat 7 sebagai berikut:

Artinya:

“Tidaklah kamu perhatikan, bahwa sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada dilangit dan apa yang ada dibumi? Tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dia-lah yang keempat-nya. Dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dia-lah yang keenam-nya. Dan tidak (pula) pembicaraan antara (jumlah) yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia ada bersama mereka di manapun mereka berada. Kemudian Dia akan memberikan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS.Al-Mujadalah: 7). (Departemen Agama, 1994: 909-910).

Ayat di atas menunjukkan bahwa setiap gerak dan langkah kita sekecil apapun itu, Allah selalu memantau dan selalu terlibat dalam setiap urusan dimanapun mereka berada. Allah mengetahui segala rahasia yang disembunyikan oleh siapa pun dimuka bumi ini. Pada hari kiamat nanti Allah akan memberikan balasan dari apa yang telah mereka kerjakan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas apa yang telah lakukan. Pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen

sebagaimana yang telah diterangkan di atas, dalam pelaksanaannya tidaklah semata-mata menjalankan fungsi. Tetapi terdapat hubungan antara satu fungsi dengan fungsi yang lain.

Urgensi Manajemen dalam Pelaksanaan Dakwah

Manajemen selain sebagai suatu ilmu juga sebagai suatu seni. Dikatakan sebagai ilmu karena mempelajari dan meneliti upaya manusia untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan secara efektif dan efisien dengan bantuan sejumlah sumber. (Effendy, 1989: 6). Sedangkan sebagai seni adalah merupakan keahlian, kemampuan, kemahiran, serta keterampilan dalam aplikasi prinsip, metode dan teknik dalam menggunakan sumber daya manusia secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. (Siswanto, 1990: 36).

Dari keterangan di atas yang mendefinisikan manajemen sebagai ilmu maupun sebagai seni terdapat beberapa unsur yang sangat menunjang dalam pelaksanaan manajemen. Unsur-unsur tersebut dalam istilah manajemen disebut dengan unsur-unsur manajemen yang terdiri dari manusia (*man*), materi (*material*), mesin (*machine*), metode (*methode*), uang (*money*) dan pasar (*market*). (Anoraga, 2000: 111). Keenam unsur tersebut bisa disingkat dengan 6 M. Selain dari keenam unsure manajemen terkait dalam hal ini terdapat unsur-unsur dakwah. Pada dasarnya ada kesamaan unsur-unsur tersebut hanya sedikit sekali terdapat perbedaan. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah: *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah). (Munir, dkk, 2006: 21). Kedua unsur, yaitu unsur manajemen dan unsure dakwah sangat penting keberadaannya dalam melaksanakan suatu kegiatan dakwah. Sehingga apabila terdapat salah satu kekurangan dari unsur-unsur tersebut maka pelaksanaan dakwah

tidak akan sesuai dengan apa yang direncanakan dan akan terdapat kekurangan dalam melakukan dakwah.

Dari beberapa unsur yang meliputi unsur manajemen dan unsur dakwah tersebut merupakan penggabungan antara unsure *in put* dan *out put*. Dapat diidentifikasi bahwa manusia (*da'I* dan *mad'u*), materi, media, metode, *money* dan *market* merupakan unsure *in put* yang sangat peting peranannya dalam mensukseskan dakwah. Adapun unsure *out put*-nya terdiri dari efek dakwah, yaitu merupakan hasil dari pengaruh dakwah yang telah dilakukan oleh subyek dakwah terhadap obyek dakwah. Saat ini obyek dakwah, yaitu masyarakat yang sedang berada dalam era modern, ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemajuan yang paling menonjol dibidang teknologi adalah dengan lahirnya teknologi dan informasi yang canggih. Karena itu era ini bisa disebut dengan abad globalisasi informasi. Abad ini juga penuh dengan problema yang kompleks, problem tersebut menyangkut politik, sosial, ekonomi, budaya dan kenegaraan. Untuk mengatasi segala macam problema tersebut diperlukan ilmu manajemen. (Munir, dkk, 2006: 64). Selain itu agama Islam merupakan agama yang mengandung ajaran lengkap, bersifat universal serta komprehensif. Hal ini telah diterangkan oleh Allah sebagaimana firmanNya:

Artinya:

“Pada hari ini telah Ku sempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepada mu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhoi Islam itu jadi agama bagimu.” (QS. Al-Maidah: 3). (Departemen Agama RI, 1994: 157).

Disebabkan ajaran Islam yang telah sempurna, maka ia tidak dapat ditambah, bahkan sebaliknya dalam pelaksanaannya berkurang atau mengalami penyusutan itu sangatlah mungkin untuk terjadi (Rafi'udin, dkk, 1997: 42) pada sesuatu yang sudah penuh atau lengkap. Oleh karena itulah perlu adanya usaha yang optimal, dan terencana dengan baik, dan disamping perlunya koordinasi dengan berbagai pihak untuk

meminimalisasi berkurangnya nilai-nilai ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan manusia.

Pentingnya Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat

Indonesia adalah Negara berpenduduk Muslim yang sangat besar, bila jumlah penduduk yang besar itu dapat diberdayakan dengan baik, sungguh merupakan potensi yang luar biasa, sehingga mereka mampu mengartikulasikan Islam secara maksimal sebagai rahmat bagi seluruh alam. Tetapi sebaliknya, apabila jumlah penduduk Muslim tersebut tidak dapat diberdayakan dengan baik justru akan menjadi tantangan yang sangat serius bagi Islam itu sendiri, jika mereka tidak mengimbangi diri dengan kualitas keislaman yang memadai. Maka, kuantitas manusia yang ada harus diimbangi dengan kualitas sumber daya manusia, terlebih di era seperti sekarang ini.

Millenium baru yang diantaranya ditandai dengan menggelindingnya proses globalisasi telah membawa pengaruh terhadap perkembangan sosial budaya umat Islam di Indonesia. (Sholeh, 2005: 45) Pengaruh ini merupakan sebuah keniscayaan yang tidak dapat dibantah lagi. Karena dengan kondisi semacam ini akan mengakhibatkan perkembangan dengan sendirinya mengubah strategi dan metode dakwah yang keberadaan dan aktifitasnya tidak terlepas dari kehidupan masyarakat. Dalam kehidupan bermasyarakat atau berkelompok terjadi tradisi keagamaan yang dimiliki individu menjadi bersifat kumulatif dan kohesif, yaitu menyatunya keanekaragaman interpretasi dan sistem keyakinan keagamaan. (Kahman, 2002: 64). Penyatuan keanekaragaman itu dapat terjadi karena pada hakikatnya dalam setiap kehidupan beragama dan berkelompok dalam suatu masyarakat dapat menumbuhkan kembangkan rasa sepaguyuban (*sense of community*) misalnya, mereka bersama-sama ambil bagian dalam peristiwa perkawinan, kelahiran dan kematian dan lain sebagainya. (Horton, dkk., 1999: 306).

Masyarakat desa saat ini sudah mengalami banyak perubahan, sekolah-sekolah didirikan, jalan-jalan diadakan dan diperbaiki, komunikasi semakin lancar dan sebagainya. Pedesaan mulai tergugah dari keter-pencilannya atau *isolemen*-nya, desa sudah mulai menampakkan dinamisasi bergerak meninggalkan identitasnya yang asli. (Siagian, 1989: 5) Hal ini diakibatkan dengan adanya kontak dengan kelompok-kelompok sosial lain atau dengan bangsa-bangsa lain, dapat mengakibatkan perubahan dalam suatu masyarakat. (Susanto, 1995: 49).

Dari penjelasan-penjelasan di atas tentang fenomena-fenomena masyarakat yang terjadi akhir-akhir ini kiranya sudah bisa dipahami, bahwa kehidupan yang terjadi pada masyarakat desa sangat rentan dengan perubahan budaya yang datang dari luar, sehingga manajemen dakwah dalam pengembangan masyarakat sangat dibutuhkan sebagai upaya penyadaran kepada masyarakat agar mampu untuk mem-*filter* budaya yang datang dari luar. Sebelum membahas tentang konsep manajemen dakwah dalam pengembangan masyarakat, akan kita tengok kembali konsep-konsep yang telah dibahas dalam bab sebelumnya. Sebagaimana yang telah diterangkan, bahwa pengembangan (*development*) merupakan salah satu perilaku manajerial yang meliputi pelatihan (*training*) yang digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan seseorang dan memudahkan penyesuaian terhadap pekerjaannya dan kemajuan kariernya. (Munir, dkk, 2006: 242). Seseorang yang terlibat dalam suatu organisasi tidak selamanya langsung dapat menguasai dan mempunyai keterampilan dalam pengelolaan organisasi tersebut, sehingga pelatihan-pelatihan serta pengkaderan anggota organisasi mutlak dibutuhkan untuk menyiapkan sumber daya yang berkualitas.

Istilah pengembangan yang merupakan terjemahan dari istilah *development* diartikan menjadi dua pengertian yaitu: istilah pertama berkaitan dengan pemikiran atau alam pikir. Istilah yang kedua diartikan berkenaan dengan gagasan untuk merubah dan menciptakan kemampuan

bertindak dan berperan dalam dunia yang penuh dengan perjuangan dan persaingan. (Raharjo, 2002: 97). Kedua arti tersebut sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Karena dengan pemikiran yang maju akan menciptakan keinginan untuk memunculkan gagasan dalam merubah keadaan mereka menjadi masyarakat yang berkembang. Masyarakat dalam konsep pengembangan masyarakat yang diungkapkan oleh Mayo (1998), yaitu masyarakat diklasifikasikan menjadi dua pengertian. *Pertama*, masyarakat sebagai sebuah “tempat bersama”, yakni sebuah wilayah geografi yang sama. *Kedua*, masyarakat sebagai “kepentingan bersama”, yakni kesamaan kepentingan bersama pada masyarakat etnis minoritas atau kepentingan bersama berdasarkan kebutuhan tertentu. Kedua definisi tentang masyarakat di atas menunjukkan bahwa masyarakat tidak bisa diartikan dalam artian yang sempit, tetapi mencakup lingkup yang luas dan kemajuan yang akan dicapai tidak akan berhasil tanpa ada kemauan dan kemampuan masyarakat itu sendiri atau dengan kata lain perlunya pengembangan masyarakat secara kontinyu.

Pengembangan masyarakat yang merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat memiliki dua makna pokok yaitu (a) Meningkatkan kemampuan masyarakat (*to give ability or enable*) melalui pelaksanaan berbagai kebijakan dan program pembangunan yang mencakup seluruh aspek kehidupan masyarakat, agar kondisi kehidupan masyarakat mencapai tingkat kemampuan yang diharapkan, (b) Memberikan kewenangan secara proporsional kepada masyarakat untuk mengambil keputusan (*to give authority*) dalam upaya membangun diri dan lingkungan secara mandiri.

Chris Lee mengatakan bahwa manusia tidak mungkin bisa berkembang sebelum mereka mengubah pola pikir dasar mereka. (Lee, 2006: 2). Hal ini banyak ditemui dalam kasus-kasus pelatihan, sehingga muncul permasalahan; mengapa orang yang sudah dilatih tidak menerapkan apa yang sudah mereka pelajari dalam kursus pelatihan tersebut. Permasalahan

seperti ini ditanggapi oleh Chris Lee bahwa hal ini dikarenakan sebagian besar kursus pelatihan mengedepankan logika dari pada perasaan dan motivasi. Masyarakat harus lebih dahulu memahami apa yang mereka pelajari, setelah itu mereka baru bisa percaya diri untuk mempraktekannya. (Chris Lee, 2006: 2). Motivasi (*to motivate*) berarti tindakan dari seseorang yang ingin mempengaruhi orang lain untuk berperilaku (*to behave*) secara tertentu. (Yustanto, dkk, 2002: 168). Jika digunakan dalam konteks ini, maka motivasi menjelaskan tentang aktifitas pelatihan manajemen pengembangan masyarakat atau sesuatu yang dilakukan seseorang kepada orang lain supaya mau dan mampu untuk mengembangkan dan mempraktekkan apa yang telah mereka ketahui. Pelatihan-pelatihan, pendidikan serta kegiatan-kegiatan keagamaan dalam dakwah Islam merupakan sebuah proses-proses dalam usaha untuk menciptakan kader-kader da'i yang berkualitas dapat menciptakan masyarakat yang mampu mengamalkan ajaran agamanya dengan sebaik-baiknya

Pengembangan masyarakat sangat identik dengan pembangunan masyarakat. Pembangunan tidak akan berhasil hanya dengan modal dan teknik saja. (Jomo, 1986: 13). Jika pengembangan ingin berhasil kita harus berusaha untuk membangun manusianya, supaya manusia ini mampu menyesuaikan pikiran dan tindakannya dengan dunia yang berkembang, supaya manusia juga mengerti mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajibannya dalam Negara dan juga supaya mereka mampu menumbuhkan rasa tanggungjawab dengan perbuatan yang telah diperbuat.

Menurut TR Batten yang dikutip oleh Suryadi, bahwa pembangunan masyarakat desa adalah suatu gerakan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi seluruh masyarakat, dengan partisipasi aktif dan apabila mungkin didasarkan atas inisiatif masyarakat. (Suryadi, 1989: 27). Kebanyakan masyarakat desa sangat sulit mengeluarkan pemikirannya untuk mengembangkan masyarakat, maka bila hal tersebut terjadi dapat

dipergunakan teknik-teknik untuk menimbulkan dan mendorong agar inisiatif itu keluar. Masyarakat yang berpendidikan akan lebih mudah menangkap segala persoalan yang terjadi di lingkungannya, namun kalau kita lihat kebanyakan masyarakat desa adalah golongan orang-orang yang berpendidikan cukup rendah, sehingga agak sulit untuk maju, hanya sebagian kecil dari mereka yang mempunyai pendidikan tinggi.

Pengembangan masyarakat sebagaimana yang telah dituliskan pada bab sebelumnya yang diungkapkan oleh Drs. M. Soedomo, MA. Bahwa konsep pengembangan masyarakat adalah suatu proses perubahan yang terus menerus yang merupakan kemajuan dan perbaikan menuju kearah tujuan yang ingin dicapai. (Soedomo, 1986: 4.12). Dakwah dan pengembangan masyarakat, keduanya tidak jauh berbeda. Sebab pengembangan masyarakat adalah proses pengembangan dari serangkaian kegiatan yang mengarah kepada peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. (Mahfudh, 1994: 109). Proses tersebut mengandung kegiatan yang diharapkan dapat mengubah dan mengembangkan sikap, gaya hidup, pola pikir serta meningkatkan kesadaran masyarakat. Setidaknya ada kesamaan antara keduanya. Ia sama-sama ingin mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat atau kelompok sasaran Keduanya sama-sama bertujuan meningkatkan kesadaran dari berperilaku tidak baik, kepada perilaku yang baik.

Dari penjelasan-penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, manajemen dakwah dalam pengembangan masyarakat merupakan suatu proses yang terus menerus dengan teknik maupun metode yang dimiliki oleh suatu organisasi dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Taraf hidup masyarakat bukanlah semata-mata berupa materi tetapi bisa dipandang lebih luas yang mencakup perilaku dan kesadaran masyarakat dalam bekerja sama untuk membangun dan mengembangkan kehidupan bermasyarakat dalam lingkungan masyarakatnya.

Implementasi Manajemen Dakwah dan Pengembangan Masyarakat

Didalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa implementasi diartikan pelaksanaan. (Poerwadarminta, 1999: 377). Pelaksanaan manajemen dakwah dalam rangka untuk mengembangkan masyarakat. Ciri-ciri pelaksanaan dakwah sebagaimana yang dijelaskan dalam buku berjudul *Pola Pengembangan Pondok Pesantren*, bahwa ciri pondok pesantren adalah adanya: Kyai, Santri, Pengajian, Asrama dan masjid dengan segala aktifitasnya. (Depag RI, 2003: 40) Maka dalam konteks pelaksanaan dakwah, ciri pelaksanaan dakwah dalam pengembangan masyarakat adalah: *pertama*, adanya organisasi yang mempunyai visi untuk mengembangkan masyarakat. *Kedua*, *Madu* atau masyarakat secara umum. *Ketiga*, Kegiatan dakwah bagi masyarakat. *Keempat*, Sarana ibadah sebagai sarana dakwah dengan berbagai aktifitas yang ada didalamnya.

Dalam pelaksanaan dakwah tentu kita akan teringat dengan sosok seorang Rasul yang dengan gigih melaksanakan dakwah dan terkenal sebagai seorang *manajer* yang sukses dalam berdakwah yaitu Rasulullah Muhammad SAW. Nabi Muhammad sebagai *manajer* yang mampu hidup dan tumbuh di tengah-tengah lingkungan yang bobrok dan rusak. Dengan bekal kepemimpinan manajerialnya, ia mampu menyingkirkan semua bentuk kebobrokan dan kerusakan. (Mahmuddin, 2004: 49). Bakat kepemimpinan yang beliau miliki merupakan suritauladan yang patut dan sangat ideal untuk dapat dimiliki oleh para pelaksana dakwah. Kepemimpinan yang beliau ajarkan tidak terlepas dari berbagai teori kepemimpinan yang berkembang dewasa ini. Dalam ajaran agama Islam ada sebuah hadits Rasul yang menyebutkan bahwa setiap manusia adalah seorang pemimpin, apakah ia sebagai kepala keluarga, sebagai pemimpin suatu masyarakat, seorang wanita yang kedudukannya sebagai ibu rumah tangga dan bahkan seorang pembantu sekalipun ia adalah seorang pemimpin. Hal ini didasarkan pada hadits Nabi yang berbunyi

Artinya:

Abu Nu'man menceritakan hadits kepada kami, Hammad ibnu Zaid menceritakan hadits kepada kami dari Ayyub, dari Nafi', dari Abdillah berkata: Rasulullah SAW. Bersabda "setiap kamu adalah pemimpin dan setiap kamu akan dimintai pertanggungjawaban. Oleh karena itu seorang imam adalah pemimpin dan dia akan dimintai pertanggung jawaban, dan seorang laki-laki adalah seorang pemimpin atas keluarganya, dan setiap kamu akan dimintai pertanggungjawaban. Dan seorang wanita (istri) adalah pemimpin atas rumah suaminya dan (pembantu) adalah pemimpin atas harta tuannya dan setiap kamu akan dimintai pertanggung jawaban. Maka ingatlah bahwa setiap kamu adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya. (Muhammad, t.th, 474).

Selain sebagai Nabi, Muhammad SAW adalah pemimpin yang tangguh dan paling efektif. Segala macam kualitas yang dibutuhkan untuk tampil sebagai figure pemimpin berhimpun pada pribadi Muhammad SAW. Kita dapat mencatat umpamanya beberapa hal yang dimiliki beliau. Beliau adalah pribadi yang mempunyai sifat-sifat terpuji, diantaranya adalah *siddiq*, (Kaelany, 2000: 116). Sifat-sifat yang beliau tampilkan merupakan serangkaian tingkah laku yang sengaja ditampakkan untuk dapat diteladani oleh para sahabatnya. Yang demikian ini merupakan bagian dari dakwah, atau yang disebut dengan *dakwah bi alhal*. Dakwah *bi alhal* disebut juga dakwah pembangunan. Dakwah *bi alhal* merupakan kegiatan-kegiatan dakwah yang diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan hidup umat, baik rohani maupun jasmani. (Ayub, dkk, 1996:9). Kegiatan dakwah *bi alhal* sebenarnya dalam kehidupan pada suatu organisasi khususnya organisasi yang bernafaskan Islam sudah banyak ditemukan. Karena dengan ikut aktif dalam suatu organisasi secara langsung maupun tidak langsung dia akan melaksanakan dan menerima dakwah *bi alhal*. Suatu contoh misalnya dalam suatu organisasi ada seorang pemimpin yang dituakan dalam suatu organisasi itu, maka segala tingkah laku seorang pemimpin akan menjadi contoh bagi bawahannya. Sikap yang ditunjukkan oleh seorang pemimpin diantaranya bagaimana seorang pemimpin yang

memimpin bawahannya, bersikap baik dalam kehidupannya, dan lain sebagainya.

Dari penjelasan tersebut di atas telah menunjukkan bahwa keteladanan seorang pemimpin dakwah yaitu dengan melaksanakan risalah dakwah yang diamanatkan yaitu menyebarkan Islam untuk keselamatan hidup manusia didunia dan diakhirat. Sifat kepemimpinan yang ditampakkan oleh Rasulullah SAW adalah sifat keteladanan seorang pemimpin besar Islam yang sangat ideal dimiliki dan ditiru oleh para pelaksana dakwah dimasa sekarang ini. Didalam dunia manajemen, seorang pemimpin adalah seorang *top leader* yang bertanggungjawab terhadap seluruh proses pelaksanaan dakwah yang dilaksanakan. Proses pengembangan masyarakat itu merupakan sebuah usaha jangka panjang yang didukung oleh manajemen puncak untuk memperbaiki proses pemecahan masalah dan pembaharuan organisasi dalam melaksanakan dakwah. (Munir, dkk, 2006: 244).

Selain metode dakwah yang dilaksanakan dengan metode dakwah *bi al hal*, ada pula model pendekatan dakwah dengan menggunakan dakwah *bi al lisan* (Depag RI, 2003: 86), dakwah *bi al kalam*, dan dakwah dengan menggunakan alat elektronik. Dakwah *bi al lisan* atau *dakwah bi almakol* yaitu dakwah yang dilakukan dengan pengucapan kata-kata secara lisan. Model dakwah semacam ini bisa terlaksana dengan melaksanakan aktifitas-aktifitas dakwah secara riil berhubungan dengan *audien*. Suatu contoh yang dapat diambil untuk menggambarkan dakwah *bi al lisan* adalah dengan pengadaan pendidikan melalui pondok pesantren, Taman Pendidikan Al Qur'an (TPQ), ceramah-ceramah keagamaan, pengajian dan lain sebagainya. Dakwah *bi al kitab*, yaitu dakwah dengan menggunakan keterampilan tulis menulis berupa artikel atau naskah yang kemudian dimuat di dalam majalah atau surat kabar, brosur, buletin, buku dan sebagainya. (Rafi'udin, dkk, 1977: 49) Dakwah seperti ini mempunyai kelebihan, yaitu dapat dimanfaatkan dalam waktu yang lebih lama serta lebih luas jangkauannya, disamping masyarakat atau suatu kelompok dapat

mempelajari serta memahami sendiri bahkan tidak sedikit yang otodidak. Dakwah dengan menggunakan alat elektronika yaitu dakwah dengan memanfaatkan alat-alat elektronika, seperti radio, televisi, tape recorder, internet dan lain sebagainya.

Dalam sebuah proses pengembangan terdapat beberapa prinsip yang bisa membawa kearah pengembangan dakwah, sebagaimana yang diungkapkan oleh Munir dan Wahyu Ilahi (2006: 245-247) dalam merumuskan konsep pelatihan dakwah bagi pengembangan masyarakat sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan akan pelatihan.
2. Membantu rasa percaya diri
3. Membuat penjelasan yang berarti.
4. Membuat uraian pelatihan untuk memudahkan dalam pembelajaran.
5. Memberikan kesempatan untuk berpikir secara umpan balik.
6. Memeriksa apakah program pelatihan itu berhasil.
7. Mendorong aplikasi dari keterampilan dalam kerja dakwah.

Sebagai bentuk aksi dalam pelaksanaan pengembangan masyarakat menggunakan manajemen dakwah sebagai media dalam berdakwah sangat identik dengan pelaksanaan *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Perkataan *ma'ruf* yang bentuk jama'nya adalah *ma'rufat*, menurut Abu A'la Al Maududi yang dikutip oleh Rosyad Saleh yaitu nama segala kebajikan atau sifat-sifat baik yang sepanjang masa telah diterima sebagai baik oleh hati nurani umat manusia. *Amar ma'ruf* yang demikian dapat diartikan sebagai setiap usaha mendorong dan menggerakkan umat manusia untuk menerima dan melaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. (Saleh, 1993: 15). *Nahi munkar* adalah pencegah perbuatan yang munkar yang dibarengi dengan upaya merubah situasi yang munkar. *Al munkar* adalah segala macam perbuatan yang mengakhibatkan berkurang atau menipisnya iman seseorang dan menggoyahkan ketaqwaannya. (Sanwar, 1984: 4).

Pelaksanaan *amar ma'ruf nahi munkar* dalam dakwah yang diartikan sebagai hal tersebut adalah syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. (Natsir, 2000: 109). Pendekatan manajemen yang digunakan adalah bagaimana mengelola masyarakat untuk dapat melaksanakan *amar ma'ruf* dan *nahi munkar* dengan cara dan metode yang beragam dan dalam situasi dan kondisi apapun. Keterangan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan manajemen dakwah dalam pengembangan masyarakat tidak akan terlepas keterlibatan unsur-unsur manajemen dan unsur-unsur dakwah yang saling bahu membahu dalam mensukseskan kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah dengan menggunakan pendekatan manajemen dalam pengembangan masyarakat akan melibatkan beberapa unsur pokok yang ada didalam masyarakat yaitu: a. Organisasi dengan manajemen didalamnya, sebagai lembaga yang menjadi subyek (pelaksana) dakwah. b. Materi dakwah. C . Masyarakat

Dengan ketiga unsure tersebut dapat dilihat bahwa keterlibatan Racana Walisongo dalam pengembangan masyarakat Dukuh Jamalsari sebagai suatu organisasi yang ikut mempunyai andil dalam melaksanakan dakwah Islam.

Penutup: Esensi Manajemen dalam Dakwah

Menurut pendapat M. Natsir, dalam tulisannya berjudul *Fungsi Da'wah Islam dalam Rangka Perjuangan* yang dikutip oleh Rosyad Sholeh bahwa: "Dakwah merupakan usaha-usaha menyeru dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar*, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalaman dalam perikehidupan seseorang, perikehidupan berumah tangga (*usrah*), perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara" (Sholeh, 1993: 8). Menurut pendapat Aminuddin Sanwar (1984: 38-39) mengatakan bahwa tiap-tiap orang atau kelompok yang

menyeru atau mengajak orang kepada suatu aliran atau paham niscaya ada pengikutnya, walaupun paham atau aliran tersebut tidak benar atau bathil. Suatu kekhawatiran yang sangat besar apabila dalam suatu lingkungan masyarakat terdapat suatu pemahaman yang salah tentang ajaran agama dan disiarkan secara terus menerus dan tidak diimbangi dengan dakwah Islam sebagai paham yang benar, maka paham yang tidak benar tersebut akan berkembang dan melenyapkan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam. Melihat kenyataan seperti itu dakwah harus dilaksanakan dengan baik dan dengan manajemen yang baik pula.

Aktivitas manajemen pada hakikatnya adalah amal perbuatan yang berorientasi pada pencapaian ridha Allah SWT. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Imam Fudhail bin Iyad yang dikutip oleh M. Ismail Yustanto, dkk dalam buku *Pengantar Manajemen Syari'ah*, mensyaratkan perlu dipenuhinya dua syarat sekaligus, yaitu niat yang ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum *syara'*. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat tersebut, maka tergolong amal yang ahsan (*ahsanul amal*), yakni terbaik disisi Allah SWT. (Yustanto, dkk, 2002: 38-39). Dua syarat yang disebutkan di atas merupakan satu-satunya cara yang harus ditempuh apabila manusia menginginkan amal perbuatannya tergolong *ahsanul amal* yaitu dengan selalu meningkatkan amal ibadah dalam kebaikan dengan niat yang ikhlas dan tidak melanggar *syara'*. Dengan kata lain, disamping setiap beramal orang Islam harus berusaha meraih nilai-nilai yang berupa nilai materi, nilai kemanusiaan, nilai akhlak dan nilai spiritual, upaya yang harus dilakukan haruslah sesuai dengan aturan Islam dan dilakukan dengan menyatukan antara materi (perbuatan) dengan ruh. (Yustanto, dkk, 2002: 189-191). Ketika seseorang melakukan sesuatu harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah SWT. Inilah yang dimaksud dengan setiap perbuatan Muslim adalah ibadah.

Rosyad Saleh (1993) dalam mendefinisikan istilah manajemen dakwah dalam buku *Manajemen Dakwah* mengungkapkan bahwa kemampuan

untuk mengidentifikasi masalah, kemudian menyusun rencana tepat, mengatur dan mengkoordinir para pelaksana dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu, selanjutnya menggerakkan dan mengarahkannya pada sasaran sasaran atau tujuan yang dikehendaki, begitu pula kemampuan untuk mengawasi atau mengendalikan tindakan-tindakan dakwah (Saleh, 1993 :4). Masyarakat sekarang ini berada pada zaman modern yang ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Abad ini penuh dengan problema yang kompleks, problema tersebut menyangkut politik, sosial, ekonomi, budaya dan kenegaraan. Untuk mengatasi problema tersebut diperlukan ilmu manajemen. (Munir, dkk, 2006, 64). Problem dakwah yang ada sekarang ini juga sangat memerlukan ilmu manajemen untuk mengembangkan dan mengatasi problem yang terjadi dimasyarakat.

Menurut M. Soedomo, pengembangan merupakan suatu proses perubahan yang terus-menerus yang merupakan kemajuan dan perbaikan menuju kearah tujuan yang ingin dicapai. Adapun pengembangan masyarakat disini bisa diartikan sebagai suatu proses yang terus-menerus menuju kearah yang ingin dicapai masyarakat secara kolektif (Soedomo, 1986: 412). A.Halim dalam tulisannya berjudul "*Paradigma Dakwah Pemberdayaan Masyarakat*, mengungkapkan bahwa pengembangan masyarakat dapat dilihat sebagai peletakan sebuah tatanan sosial dimana manusia secara adil dan terbuka dapat melakukan usahanya sebagai perwujudan atas kemampuan dan potensi yang dimilikinya sehingga kebutuhannya (material dan spiritual) dapat terpenuhi (Aziz, dkk, ed, 2005: 5). Dengan demikian maka dalam pengembangan masyarakat bukanlah semata-mata memposisikan pelaksana dakwah sebagai suatu yang akan memberikan segalanya, akan tetapi memposisikan masyarakat agar dapat memaksimalkan potensi yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhannya.

Disisi lain Sondang P.Siagian (2003: 182) mengungkapkan bahwa menurut pengalaman banyak organisasi menunjukkan bahwa dengan penyelenggaraan program pengenalan secara komprehensif sekalipun

belum menjamin bahwa para pegawai baru serta merta dapat melaksanakan tugas dengan memuaskan. Artinya dalam setiap proses dakwah pada setiap pelaksana dakwah (subyek dakwah) yang akan terlibat dalam proses dakwah harus melalui tahap demi tahap pengkaderan untuk menuju keberhasilan dalam mengemban dan melaksanakan amanah dakwah sebagai sarana dalam pengabdian masyarakat. T.R Batten, sebagaimana yang dikutip oleh Suryadi (1989) menerangkan bahwa pembangunan masyarakat desa pertama-tama mendiskusikan dan menentukan keinginan mereka, kemudian merencanakan dan mengerjakan bersama untuk memenuhi keinginan mereka. (Suryadi, 1989: 24).

Dari definisi tersebut jelaslah bahwa pembangunan masyarakat desa adalah usaha-usaha pembangunan yang dilaksanakan sendiri oleh masyarakat. Usaha semacam ini disebut juga dengan pengembangan masyarakat. Pengembangan adalah salah satu strategi untuk memperbaiki sumber daya manusia dengan pemberian tanggung jawab dan kewenangan terhadap mereka yang nantinya diharapkan dapat memungkinkan mereka mencapai kinerja yang lebih tinggi di era yang selalu berubah. (Rokhman, 2003: 121). Salim Suredjo dalam tulisannya berjudul "*Pengembangan Masyarakat Pesisir: Peluang dan Tantangan*" mengatakan bahwa pengembangan merupakan suatu proses dimana masyarakat, khususnya mereka yang kurang memiliki akses pada sumber daya pembangunan, didorong untuk meningkatkan kemandirian dalam pengembangan perikehidupan mereka. (Aziz, dkk, 2005: 136). Dari teori-teori dan keterangan di atas menunjukkan bahwa dakwah dalam pengembangan masyarakat tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya manajemen dan disertai dengan melibatkan masyarakat sebagai upaya untuk mengembangkan masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu telah jelaslah keterlibatan Racana Walisongo dalam pengembangan masyarakat Dukuh Jamalsari sebagai desa binaan yang menjadi obyek dakwahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Mubarak, Ahmad, *al-Irsyad an Nafsy: Konseling Agama Teori dan Kasus*, Jakarta: Bina Rena Parimisata, 2002.
- Andajani, A.Sari *Efektivitas Teknik Kontrol Diri Pada Pengendalian Kemarahan*, Jurnal Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1991.
- Aziz, Ramat, *Jurnal Psikologi Islam*, Volume1, Desember 2005.
- Budiraharjo, Paulus, *Mengenal Teori Kepribadian Mutakhir*, Yogyakarta: Kanisius, 1997.
- Campbell Robert, *Misteri Pikiran*, Jakarta, Tira Pustaka, 1994.
- Fodor, Nandor, *Freud: Dictionary Psychoanalysis*, New York, Philosophical Library, 1950.
- Musnamar, Musnamar, *Dasar-Dasar Konseptual Bimbingan dan Konseling Dalam Islam*, Jogjakarta: UII Press, 1992
- Mischel, Walter, *Essentials Of Psychology*, New York Stanford University, Random House, Inc., 1980.
- Nawang Sari, Fardana, Nur Aini, *Pengaruh Self Efficacy dan Expectancy-Value Terhadap Kecemasan Menghadapi Pelajaran Matematika*, INSAN Media Psikologi. Vol.3, 2001.
- Sukardi, Dena Ketut, *Proses Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah*, Jakarta: PT. Rhineka Cipta, 1995
- Hellen, *Bimbingan dan Konseling Dalam Islam*, Jakarta:Ciputat Press, 2002
- Prayitno dan Ermananti, *Dasar-Dasar Bimbingan Konseling*, Jakarta:Rhineka Cipta, 1999.
- Shretzer, Bruce and Stone, Shelly, *Foundamental of Counseling*, Boston:Purde University,1968.
- Ainur Rokhim Faqih, *Bimbingan dan Konseling Islam*, UII Press Yogyakarta, 2001.
- Bakran, M. Hamdani, Adz-Dzaky, *Psikoterapi dan Konseling Islam Penerapan Metode Sufistik*, Yoyakarta:Fajar Pustaka, 2001.

- Muhajir, Noeng, *Filsafat Ilmu, Positifisme, Postpositifisme, dan Postmodernisme*, Yogyakarta: Raka Sarasin, 2001.
- Djumhana Bastaman, Hanna, *Integrasi Psikologi Dengan Islam: Menuju Psikologi Islami*, Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Daradjat Zakiyah, *Peran Agama Dalam Kesehatan Mental*, Jakarta: Gunung Agung Jaya, 2001.
- UNDIP Fakultas Kedokteran, *Psikiatri II Simptomatologi*, Semarang, 2000
- PPDGJ III, *Buku Saku Diagnosa Gangguan Jiwa*, Ed. Rusdy Muslim
- Langgulong, Hasan, *Teori-Teori Kesehatan Mental*, Jakarta: Pustaka Al-Husna, 1986.
- Takhrudin, L.T, *Pribadi Pribadi Yang Berpengaruh*, Jogjakarta: PT. Alma'arif, 1991.
- Kartono, Kartini, *Patologi Sosial3, Gangguan-Gangguan Kejiwaan*, Jakarta: Rajawali, 1886.
- De Clerq, Linda, *Tingkah Laku Abnormal Dari Sudut Pandang Perkembangan*, Jakarta: PT. Grasindo IKAPI, 1994.
- A.Supratikya, *Mengenal Perilaku Abnormal*, Yogyakarta, Kanisius, 1999.

