



MANAJEMEN DAN STRATEGI DAKWAH MUHAMMADIYAH KOTA SEMARANG

*Arsam*¹⁾

¹⁾ Penulis adalah dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Institut Islam Nahdlatul Ulama (INSNU) Jepara.

Abstract: Muhammadiyah is a missionary organization that invites people to do good and prevent the unjust act (*amar matuf nahi munkar*) to survive in the world and the hereafter. For propaganda purposes is working well, then the Muhammadiyah apply some strategy and good management and integrated mission. Among these strategies are: trust strategy, the administration strategy, economic strategy, a strategy of education, social welfare strategy, and a strategy for distributing and broadcasting of Islam. The strategy developed by Muhammadiyah in order to attract people and also to be free from negative impacts caused by globalization. **Keywords:** Dakwah Management, Muhammadiyah, and Globalization.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, beberapa organisasi besar seperti NU dan Muhammadiyah mewaspadai dampak dari globalisasi. Globalisasi diasumsikan sebagai kondisi dunia menjadi saling terikat satu sama lain, saling mempengaruhi, saling dependen. Semua itu dijalin oleh kecanggihan informasi, jaringan komunikasi dan transformasi, serta didukung oleh teknologi paling modern untuk memenuhi obsesi ekonomi yang serba materi.¹ Senada dengan definisi gobalisasi menurut Akbar S. Ahmed dan Hastings sebagaimana yang dikutip oleh A. Qodri Azizy menyatakan bahwa “globalisasi” mengacu pada perkembangan-perkembangan yang cepat di dalam teknologi komunikasi, transformasi, informasi yang bisa membawa bagian-bagian dunia yang jauh (menjadi hal-hal) yang bisa dijangkau dengan mudah. Ahmed dan Donnan memberi contoh tentang kasus buku *Satanic Verses* tulisan Salman Rushdie di akhir tahun 1980-an. Hanya dalam waktu ukuran jam, peristiwa yang terjadi di Inggris dengan mudah sudah ada respons di Pakistan dan India. Protes meledak di mana-mana. Begitu cepatnya berita tentang buku tersebut merebah keseluruh penjuru dunia, sebagai perwujudan era komunikasi, transformasi, dan informasi.²

Di era globalisasi, lanjut Qodri A. Azizy, terjadi pertemuan dan gesekan nilai-nilai budaya dan agama di seluruh dunia yang memanfaatkan jasa komunikasi, transformasi dan informasi. Pertemuan dan gesekan ini akan menghasilkan kompetisi liar yang berarti saling mempengaruhi, saling bertentangan dan berbenturan antara nilai-nilai yang berbeda yang menghasilkan kalah atau menang; atau saling kerjasama (*electic*) yang menghasilkan sintesa baru.³

Globalisasi bisa menjadi sebuah ancaman apabila tidak mampu memanfaatkannya secara baik. Alat komunikasi seperti TV, dan internet bisa menghubungkan dengan dunia luar. Lewat alat tersebut, masyarakat sering disuguhkan dengan hiburan-hiburan yang berbau porno dan budaya-budaya yang bertentangan dengan nilai-nilai budaya Islam. Budaya yang berupa kebebasan yang datang dari dunia sekuler, yang umumnya Barat. Kebebasan ini cenderung menjurus kepada kepuasan lahiriyah egoisme dan hedonisme yang kemudian berkembang menjadi kebebasan seks, kebebasan makan dan minum barang yang haram, kebebasan penyalahgunaan narkoba dan sampai pada kebebasan memproduksi film-film, majalah yang tidak mengindahkan nilai budaya Islam yakni ketauhidan.

Ahmad Fuad Fanani menambahkan bahwa termasuk dampak globalisasi secara tidak langsung menghancurkan budaya lokal, memperluas kesenjangan dunia, dan membuat kehidupan orang miskin semakin terpuruk.⁴ Di sini, agama Islam memiliki peran penting untuk mengatasi dan mengantisipasi arus globalisasi yang mempunyai kecenderungan membawa ke arah yang negatif.



Untuk mengatasi dampak globalisasi, maka dakwah menjadi salah satu solusinya. Dakwah mempunyai peranan yang sangat penting untuk menangkal berbagai kultur yang bertentangan dengan budaya bangsa lebih-lebih bertentangan dengan ajaran agama Islam. Dakwah adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah, dengan menjalankan syariat-Nya sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia maupun di akhirat.⁵ Menurut Hafi Anshari, dakwah merupakan tugas suci bagi setiap muslim dalam rangka pengabdian kepada Allah Swt.⁶

Dakwah juga mengandung pengertian mendorong (memotivasi) manusia agar melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah berbuat *ma'ruf* dan mencegah perbuatan *munkar* agar memperoleh kesejahteraan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.⁷ Menurut M. Shulton, dalam buku yang berjudul *Desain Ilmu Dakwah* menyatakan bahwa dakwah sebagai usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik, baik terhadap individu maupun masyarakat. Ketiga definisi di atas dirasa sudah cukup untuk bisa memahami istilah dakwah.⁸ Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah usaha dengan mengajak dan memotivasi *mad'u* agar melaksanakan syariat-Nya dan mengikuti petunjuk-Nya sehingga akan berubah ke arah yang lebih baik dan bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

MANAJEMEN DAN STRATEGI DAKWAH

Untuk memperoleh tujuan dakwah, yakni kebahagiaan dan keadaan yang lebih baik serta keselamatan baik di dunia maupun di akhirat, maka diperlukan manajemen dan strategi dakwah yang baik dan terpadu. Manajemen dakwah, sebagaimana menurut A. Rosyad Shaleh, adalah proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah.⁹ Samsul Munir mendefinisikan manajemen dakwah sebagai proses tentang mengadakan kerjasama, dengan sesama muslim untuk menyebarluaskan ajaran Islam ke dalam tata kehidupan umat manusia dengan cara yang efektif dan efisien. Lebih lanjut Samsul menjelaskan bahwa manajemen dakwah dapat diartikan pula sebagai suatu proses memimpin, membimbing, dan memberikan fasilitas-fasilitas tertentu dari usaha dakwah orang yang terorganisir secara formal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁰

Satu hal yang tidak boleh ditinggalkan dalam meraih kesuksesan dakwah di samping manajemen yang baik adalah strategi. Namun, strategi sebenarnya *include* dalam manajemen, sebagaimana menurut Onong Uchjana Effendi, bahwa strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.¹¹

Strategi dakwah yang dipergunakan di dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa asas dakwah, yaitu:

1. Asas filosofis. Asas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah;
2. Asas kemampuan dan keahlian da'i;
3. Asas sosiologi. Asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya, politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah. Sosio-kultural sasaran dakwah dan sebagainya;
4. Asas psikologis. Asas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah ideologi atau kepercayaan (*rakhaniah*) tak luput dari masalah-masalah psikologis sebagai asas (dasar) dakwahnya; dan
5. Asas efektivitas dan efisiensi. Asas ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkannya dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin. Dengan kata lain ekonomis biaya, tenaga dan waktu, tapi dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidaknya tidaknya seimbang antara keduanya.¹²



Di samping menggunakan asas strategi dakwah, dilengkapi juga dengan menggunakan analisis *SWOT*, yakni untuk mengetahui peta kekuatan dan strategi yang akan digunakan dalam berdakwah. Teori analisis *SWOT* adalah sebuah teori yang digunakan untuk merencanakan sesuatu hal yang dilakukan dengan “*SWOT*”. *SWOT* adalah sebuah singkatan dari *Strength* atau kekuatan, *Weakness* atau kelemahan, *Opportunity* atau kesempatan, dan *Threat* atau ancaman. *SWOT* ini biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi akan dibuat rencana untuk melakukan, sebagai contoh, program kerja.¹³ Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut.

- a. *Strength* (kekuatan), yaitu memperhitungkan kekuatan yang dimiliki.
- b. *Weakness* (kelemahan), memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya.
- c. *Opportunity* (peluang), seberapa besar peluang yang mungkin tersedia.
- d. *Threats* (ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan adanya ancaman dari luar.¹⁴

Di tengah-tengah arus globalisasi yang cenderung menuju ke arah perilaku negatif seperti materialisme, kapitalisme, hedonisme, egoisme dan sebagainya, maka hal ini menuntut salah satu dari organisasi terbesar kedua di Indonesia ini untuk berusaha menjawab berbagai tantangan tersebut dengan berbagai strategi, agar umat Islam khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya selamat dari dampak negatif pengaruh globalisasi.

MANAJEMEN DAN STRATEGI DAKWAH MUHAMMADIYAH

Dalam mengkaji manajemen dan strategi dakwah Muhammadiyah akan diawali dengan visi dan misi Muhammadiyah.

Visi dan Misi Muhammadiyah

Visi berasal dari kata *vision*, yang berarti “pandangan”, adalah gambaran masa depan dalam aktivitas dakwah, dan merupakan tugas atau amanah yang harus diemban oleh para da’i dalam posisi dirinya sebagai pembawa risalah dakwah. Visi tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk misi, dan dituangkan dalam bentuk program.¹⁵ Adapun Visi dan Misi Organisasi Muhammadiyah adalah:

- a. Muhammadiyah sebagai perwujudan penerapan ajaran Islam yang bersumber pada al-Qur’an dan as-Sunnah dalam seluruh proses dan sistem penyelenggaraan, pengelolaan organisasi dan amal usaha perserikatan di berbagai tingkatan melalui perencanaan yang strategis;
- b. Konsolidasi organisasi dan kaderisasi Muhammadiyah;
- c. Mengadakan pembinaan al-Islam dan kemuhammadiyah dengan program-program dan paket-paket, melalui metode yang sistematis dan berkualitas di lingkungan amal usaha Muhammadiyah;
- d. Membentuk pribadi yang mempunyai wawasan keislaman yang andal dengan berlandaskan pada *akhlaqul karimah*. Dengan diawali peningkatan keteladanan para pimpinan perserikatan dan amal usaha Muhammadiyah di berbagai tingkatan sebagai wujud integritas dalam mengembangkan dan mengamalkan visi dan misi Muhammadiyah di lingkungan masing-masing; dan
- e. Menerapkan pedoman hidup yang Islami warga Muhammadiyah yang diamanatkan pada pimpinan daerah Muhammadiyah untuk memimpin pelaksanaannya.

Tujuan Organisasi

Setiap organisasi pasti memiliki tujuan. Tujuan merupakan pernyataan yang memiliki makna, yaitu keinginan yang dijadikan pedoman bagi manajemen puncak organisasi untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan dalam dimensi waktu tertentu.¹⁶

Adapun tujuan organisasi Muhammadiyah menurut KH Ahmad Dahlan adalah menghimpun kembali umat Islam untuk mengikuti jejak Nabi Besar Muhammad Saw, menegakkan kembali kemurnian agama Islam, membersihkan tauhid dari segala macam takhayul, bid’ah, dan khurafat yang menjangkiti kehidupan umat Islam pada waktu itu.¹⁷



Struktur Organisasi

Struktur organisasi dakwah adalah sarana untuk menolong para manajer dakwah dalam mencapai sasaran karena sasaran dakwah ini dirumuskan dari strategi organisasi.¹⁸

Sebagai organisasi besar, Muhammadiyah mempunyai struktur sebagai berikut: *Pertama*, pimpinan pusat adalah pimpinan tertinggi yang memimpin persyarikatan di bawahnya; *Kedua*, pimpinan wilayah adalah kesatuan dalam propinsi atau Dati I; *Ketiga* pimpinan daerah adalah kesatuan dari cabang-cabang yang ada di wilayah Dati II; *Keempat*, pimpinan cabang adalah kesatuan dari tingkat ranting-ranting wilayah kecamatan; *Kelima*, pimpinan ranting adalah kesatuan anggota dalam wilayah desa.

Kondisi Muhammadiyah

Muhammadiyah adalah organisasi terbesar kedua setelah Nahdlatul Ulama yang ada di Indonesia. Organisasi ini terkenal sebagai organisasi dakwah yang mengajak kepada umat untuk senantiasa menjadikan al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman hidupnya agar bahagia di dunia dan di akhirat.

Muhammadiyah mempunyai kepengurusan dari atas pimpinan pusat sampai ke bawah pimpinan ranting. Pimpinan Daerah Muhammadiyah adalah organisasi Muhammadiyah yang secukupnya di bawah Pimpinan Wilayah dan membawahi cabang-cabang yang ada di Kota Semarang. Adapun pimpinan daerah Muhammadiyah sebagai organisasi dakwah, dan sosial kemasyarakatan, setidaknya dalam menjalankan roda organisasi tergantung pada keputusan muktamar.

a. Kekuatan Muhammadiyah

Sebagai sebuah organisasi yang telah berusia hampir satu abad kekuatan Muhammadiyah terletak pada:

1. Reputasi Muhammadiyah sebagai gerakan Islam modern telah dikenal luas secara nasional maupun internasional. Hal ini berdampak pada berbagai kemudahan dan dukungan yang didapat oleh Muhammadiyah dalam menyelenggarakan kegiatan di tingkat lokal maupun nasional;
2. Jaringan organisasi yang sudah tersebar di seluruh penjuru tanah air dan beberapa negara ASEAN membuat Muhammadiyah lebih mudah dalam mengembangkan aktivitas di tingkat akar rumput yang membutuhkan koordinasi berjenjang dan melibatkan partisipasi masyarakat luas di berbagai daerah;
3. Perkembangan amal usaha yang sangat besar secara kuantitatif juga menjadi aset sumberdaya yang sangat berharga bagi perserikatan untuk terus dapat bertahan di tengah badai krisis yang tengah melanda bangsa ini; dan
4. Perkembangan kehidupan nasional menempatkan Muhammadiyah sebagai modal sosial dan modal moral bagi bangsa dan seluruh partai politik, terutama partai berbasis komunitas Muslim.¹⁹

b. Kelemahan Muhammadiyah

Muhammadiyah masih diwarnai dengan beberapa kelemahan di antaranya sebagai berikut:

1. Kecenderungan Muhammadiyah sebagai gerakan aksi membuat gerakan pemikiran kurang berkembang dengan baik. Hal ini telah memicu beragam kritik dari berbagai kalangan yang mempunyai harapan besar agar Muhammadiyah juga mampu memberikan kontribusi besar bagi pengembangan pemikiran Islam di Indonesia;
2. Perkembangan amal usaha yang sangat pesat secara kuantitatif belum diimbangi peningkatan kualitas yang berarti. Kenyataan ini membuat hasil-hasil yang telah dicapai oleh perserikatan Muhammadiyah selama ini tidak begitu menarik perhatian masyarakat karena tidak dianggap sebuah inovasi baru; dan
3. Pertumbuhan organisasi yang telah semakin besar membuat Muhammadiyah cenderung birokratis dan dinilai lamban dalam merespon persoalan-persoalan yang berkembang dalam masyarakat, terutama dalam mensikapi masalah-masalah sosial baru seperti isu pornografi-pornoaksi, masalah ketenagakerjaan, pelanggaran HAM, penyalahgunaan narkoba, dan lain-lain. Selain itu, perkembangan organisasi juga dinilai belum mapu menyentuh persoalan akar rumput karena aktivitasnya tidak bergulir sampai ke tingkat ranting.²⁰



c. Peluang Muhammadiyah

Adapun peluang-peluang yang dimiliki Muhammadiyah adalah sebagai berikut:

1. Pengakuan masyarakat internasional terhadap Muhammadiyah sebagai salah pilar masyarakat madani di Indonesia membuka peluang kerjasama yang sangat luas dengan pemerintah di berbagai negara maupun dengan lembaga-lembaga internasional. Kesempatan ini jika dapat ditangkap dengan baik akan sangat membantu gerak langkah organisasi di berbagai bidang, khususnya dalam meningkatkan kualitas amal-usaha Muhammadiyah; dan
2. Era otonomi daerah yang memberikan keleluasaan kepada pemerintah daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri menjadi peluang bagi Muhammadiyah di daerah-daerah untuk lebih berperan dalam pengambilan keputusan publik dan pembangunan daerah. Hal ini seharusnya dapat direspon dengan cepat oleh pimpinan Muhammadiyah di daerah sehingga kontribusi Muhammadiyah akan semakin diperhitungkan.²¹

d. Ancaman Muhammadiyah

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Muhammadiyah dalam mengemban amanat membangun umat di lingkungan kota Semarang, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Arus besar sekularisme–matrealisme yang tengah melanda dunia menjadi godaan sekaligus tantangan yang besar bagi warga Muhammadiyah untuk dapat tetap memegang teguh komitmennya dalam bermuhammadiyah;
2. Cengkeraman kapitalisme global mempengaruhi orientasi pengembangan amal usaha Muhammadiyah menjadi lebih berorientasi keuntungan dan lepas dari semangat awal sebagai gerakan “penolong kesengsaraan umum”. Kecenderungan ini sudah mulai tampak pada semakin mahalnya biaya pendidikan di berbagai amal usaha pendidikan dan biaya pengobatan di rumah sakit yang dikelola oleh Muhammadiyah; dan
3. Tradisi ritual masyarakat pedesaan yang bertentangan dengan konsep TBK (tahayul, bid’ah, dan khurafat) yang sudah mendarah daging dalam diri masyarakat desa dan sudah menjadi budaya. Ini sangat sulit untuk diubah dan butuh waktu yang sangat lama.²²

Kondisi Muhammadiyah

Lingkungan strategis Muhammadiyah dibagi menjadi dua, yaitu sikap masyarakat dan kebijakan pemerintah.

a. Sikap Masyarakat

Muhammadiyah hidup di tengah-tengah lingkungan perkotaan dan kebanyakan dari anggota-anggota Muhammadiyah adalah orang-orang kota yang beragama Islam. Orang-orang kota lebih tertarik terhadap Muhammadiyah dibandingkan terhadap organisasi sosial keagamaan lain seperti NU atau lainnya.

Masyarakat perkotaan dengan ciri khas selalu ingin maju, sesuai dengan visi dan misi Muhammadiyah yang berusaha untuk maju dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Hal inilah yang sinkron dengan karakter masyarakat perkotaan. Di samping itu, masyarakat kota adalah masyarakat yang berpendidikan, maka secara otomatis menuntut agar organisasi harus dijalankan secara profesional, dan ini ada dalam Muhammadiyah. Dengan demikian, sikap masyarakat terhadap Muhammadiyah adalah partner menuju ke arah kemajuan dan pengembangan ke arah yang lebih baik.

b. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat sangat mendukung terhadap lembaga organisasi ini. Organisasi ini bisa membantu program pemerintah dalam menciptakan suasana masyarakat yang damai dan saling menghormati dan ini sesuai dengan visi dan misi organisasi Muhammadiyah sehingga pemerintah menjadi patner dalam membangun masyarakat Indonesia.

Strategi Dakwah Muhammadiyah



Untuk merealisasikan tujuan dan visi misi organisasi, maka Muhammadiyah melakukan beberapa strategi dan pendekatan sebagai berikut:

a. Strategi Kepercayaan

Kepercayaan adalah merupakan strategi yang digunakan oleh Muhammadiyah dalam menjalankan roda organisasinya. Strategi kepercayaan ini diwujudkan dalam sikap-sikap pengurus yang selalu jujur dan amanah manakala mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Dengan strategi inilah Muhammadiyah mendapatkan banyak amanah dari umat Islam yang kaya raya untuk mengelola sebuah lembaga seperti rumah sakit, waqaf tanah untuk pembangunan masjid dan lembaga-lembaga pendidikan lainnya.

b. Strategi Administrasi

Strategi inilah yang membantu Muhammadiyah untuk diminati para jama'ah karena dengan administrasi yang bagus orang akan menaruh hati dan memberikan kepercayaan yang penuh kepada Muhammadiyah untuk mengelola uang yang diamanahkan kepada Muhammadiyah. Penataan administrasi yang bagus inilah yang membedakan dengan organisasi lain.

Dalam Muhammadiyah, pimpinan persyarikatan mengelola keuangan dengan memperhatikan aturan-aturan dan prinsip-prinsip keuangan yang berlaku, pembukuan penerimaan dan pengeluaran keuangan persyarikatan disemua tingkat persyarikatan dilakukan secara jujur dan amanah, dan untuk itu pelaksanaan audit oleh akuntan publik di samping oleh BPK dilakukan setiap tahun, tidak hanya oleh Tim Verifikasi yang diangkat pada setiap akhir periode. Untuk itu, Badan/lembaga pengawas dan pemeriksa keuangan (BPPK/LPPK) telah dibentuk pada periode 2005-2010 sehingga akuntabilitas dalam persyarikatan dan amal usaha dapat ditingkatkan. Inilah strategi rapi yang di bangun Muhammadiyah untuk mengantisipasi adanya penyelewengan dan penggelapan terhadap keuangan organisasi.

Dengan kerapihan dan pengelolaan uang yang baik inilah orang-orang kaya lebih percaya kepada Muhammadiyah dibanding dengan yang lain dalam mengurus sebuah amal atau badan usaha. Hal ini terbukti bahwa Rumah Sakit Roemani, yang mendirikan adalah bukan orang Muhammadiyah, tapi ia lebih percaya kepada Muhammadiyah menjadi pengelola rumah sakit tersebut.²³

c. Strategi Penjaringan Tenaga Kerja

Termasuk strategi lainnya adalah pembinaan dan pelatihan keterampilan kepada umat dan menyalurkan mereka yang ahli kebidang pekerjaan sehingga mereka yang sudah berhasil akan berhutang budi kepada Muhammadiyah. Dengan demikian, dengan penuh kesadaran dan kerelaan ia akan menyumbangkan dari penghasilan yang mereka peroleh untuk kepentingan organisasi Muhammadiyah.

Hal ini sesuai dengan pernyataan aktivis Muhammadiyah, Elmansah, yang mengatakan bahwa "Muhammadiyah memberikan pekerjaan kepada para aktivis Muhammadiyah atau kepada siapa saja yang mau berjuang dengan Muhammadiyah".

d. Strategi Pendidikan

Strategi pendidikan dilakukan dengan mendirikan pendidikan-pendidikan dari mulai tingkatan yang paling rendah sampai tingkatan yang paling tinggi yakni dari mulai taman kanak-kanak sampai pada perguruan tinggi. Strategi ini untuk mengembangkan Muhammadiyah baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitas.

Dalam bidang pendidikan hingga saat ini (2000), Muhammadiyah memiliki 3.979 Taman Kanak-Kanak, 33 Taman Pendidikan Al-Qur'an, 6 Sekolah Luar Biasa, 940 Sekolah Dasar, 1.332 Madrasah Diniyah/Ibtidaiyyah, 2.142 Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SMP dan MTs), 979 SLTA (SMU, SMA, SMK), 101 Sekolah Kejuruan, 13 Muallimin/Muallimat, 3 Sekolah Menengah Farmasi, serta 64 Pondok Pesantren. Dalam bisang pendidikan tinggi, sampai tahun 2005, Muhammadiyah memiliki 36 Universitas, 72 Sekolah Tinggi, 54 Akademi, serta 4 buah Poliklinik.²⁴



Untuk membantu umat, maka Muhammadiyah Kota Semarang menggunakan subsidi silang pada sekolah Muhammadiyah yang sudah besar dan maju kepada PTM/ Sekolah Muhammadiyah yang belum besar dan maju, dan menyampaikan materi tentang Kemuhammadiyah dilingkungan pendidikan tersebut.²⁵

e. Strategi Bidang Kesehatan

Strategi ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada umat Islam secara keseluruhan Muhammadiyah tidak pernah membedakan apakah dia jama'ah Muhammadiyah atau tidak, setiap pasien yang datang ke Rumah Sakit Roemani mereka akan mendapatkan pelayanan dengan baik tanpa ada perbedaan sedikit pun di antara mereka. Pendekatan pelayanan yang baik inilah sampai sekarang ini Muhammadiyah mendapatkan kepercayaan dari umat Islam.

Dalam bidang kesehatan, hingga tahun 2000, Muhammadiyah memiliki 30 Rumah Sakit Umum, 13 rumah sakit bersalin, 80 Rumah Bersalin, 35 Balai Kesehatan Ibu dan Anak, 63 Balai Pengobatan, 20 Poliklinik, Balkesmas, dan layanan kesehatan lain.²⁶

f. Strategi Kesejahteraan Sosial

Strategi ini dilakukan untuk membantu bagi mereka yang membutuhkan santunan sosial terutama bagi anak-anak yatim yang tidak punya biaya, baik untuk hidup maupun sekolah. Bagi mereka yang manula, kemudian bagi mereka yang cacat dan bagi mereka yang terkena musibah kematian, mereka semua dibantu oleh Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah sosial untuk merigankan baban umat Islam. Hingga tahun 2000 Muhammadiyah memiliki 228 panti asuhan yatim, 18 panti jompo, 22 Bakesos, 161 santunan keluarga, 5 panti wreda/manula, 1 panti cacat netra, 38 santunan kematian.²⁷

Strategi kesejahteraan sosial Muhammadiyah Kota Semarang juga melaksanakan pelatihan-pelatihan motivator untuk pengembangan masyarakat dan pembinaan kesejahteraan sosial.²⁸

g. Strategi ekonomi

Strategi ini dilakukan untuk menghidupi roda organisasi. Jatuh bangunnya organisasi tergantung sejauhmana organisasi tersebut mampu memajemen keuangan dengan baik. Oleh karena itu, Muhammadiyah membangun badan usaha amal seperti koperasi, rumah sakit, dan bank untuk menghidupkan roda perjalanan organisasi. Tahun 2000 Muhammadiyah memiliki 5 Bank Perkreditan Rakyat, dan sampai tahun 2010 sudah mengalami perkembangan dan peningkatan yang luar biasa.²⁹

h. Strategi Penyebaran dan Penjiaran Islam

Amar ma'ruf dan nahi munkar adalah merupakan tujuan utama dari organisasi Muhammadiyah. Muhammadiyah adalah organisasi sosial keagamaan yang setiap langkah dan geraknya adalah untuk mengajak kebaikan kepada umat Islam dan masyarakat secara keseluruhan dan mencegah kemungkaran. Pendekatan ini dilakukan oleh Muhammadiyah dengan membuat selebaran buletin dan pengajian-pengajian di Masjid-masjid sebagai media untuk *amar ma'ruf dan nahi munkar* dan peningkatan kualitas keberagamaan mereka.

Strategi ini juga dilakukan dengan cara penyebaran muballigh khusus ke daerah-daerah sampai ke tingkat ranting dan daerah-daerah terpencil, seperti melalui Gerakan 1000 Da'i, menghidupkan kembali usaha-usaha Lembaga Dakwah Khusus untuk pelaksanaan kegiatan dakwah pada daerah transmigrasi, menyusun peta dakwah secara nasional sebagai acuan dalam menjalankan kegiatan dakwah, membenahi manajemen dakwah Persyarikatan secara tersistem/terorganisasi dengan baik.³⁰

Sasaran

Muhammadiyah adalah organisasi sosial keagamaan atau organisasi yang bergerak dalam bidang dakwah. Karena itu, sasaran dakwah dari organisasi ini adalah masyarakat baik masyarakat Muhammadiyah maupun masyarakat secara luas yakni masyarakat Indonesia secara keseluruhan.



Evaluasi Strategi

Untuk mengetahui strategi di atas efektif atau tidak berikut adalah evaluasi strategi yang dikembangkan oleh Muhammadiyah Kota Semarang.

a. Matching Strategi dengan Visi Misi

Strategi yang dikembangkan oleh Muhammadiyah seperti strategi kepercayaan, administrasi, pendidikan adalah agar masyarakat tertarik, dan simpati dengan Muhammadiyah. Dengan ketertarikan dan kesimpatikannya itu, masyarakat akan mengikuti ajakan ajakan Muhammadiyah dan masyarakat akan memiliki akhlak yang mulia sesuai dengan tujuan dari organisasi Muhammadiyah, terutama visi dan misi Muhammadiyah yang berusaha untuk membentuk pribadi yang mempunyai wawasan keislaman yang andal dengan berlandaskan pada *akhlaqul karimah*.

b. Matching Strategi dengan Lingkungan Eksternal

Strategi yang dikembangkan oleh Muhammadiyah di lingkungan eksternal agak mengalami kendala bila dibenturkan dengan kultur di luar lingkungan Muhammadiyah misalnya di lingkungan pedesaan. Masyarakat pedesaan terkenal dengan kondisi yang statis sulit untuk diajak maju, kerja yang dilakukan adalah seadanya sehingga agak bertentangan dengan strategi Muhammadiyah yang terkenal administratif, rapi, dan terkesan birokratis. Strategi ini jangan sampai diterapkan di lingkungan eksternal seperti masyarakat pedesaan karena strategi ini akan berdampak negatif atau dijauhi oleh masyarakat pedesaan.

Muhammadiyah terkenal dengan gerakan “kemurnian ajaran Islam”, perang terhadap TBK (tahayul, bid’ah dan khurafat). Di samping itu, Muhammadiyah juga anti terhadap budaya masyarakat desa serta tradisi-tradisi yang berbau syirik seperti tahlilan, ziarah kubur, *mitoni*, *ngapati* dan sebagainya. Hal-hal seperti inilah yang ingin diperbaiki dan diubah oleh Muhammadiyah, Padahal budaya dan tradisi itu masih banyak dilakukan oleh masyarakat pedesaan dan sudah mendarah-daging. Inilah yang menyebabkan orang-orang desa atau tradisional tidak suka dan menjauh dari Muhammadiyah. Suksesnya dakwah adalah mana ajaran agama itu bisa berintegrasi dengan budaya. inilah yang menjadi kendala Muhammadiyah. Di satu sisi Muhammadiyah harus menyatu dengan masyarakat dengan menghilangkan untuk mengembangkan sayapnya namun disisi lain ada hal-hal yang bertentangan dengan visi misinya.

Namun demikian, strategi–strategi yang diterapkan oleh Muhammadiyah di atas telah menarik hati banyak orang. Meskipun ada sebagian yang tidak bisa menerima itu menjadi wajar, namun Muhammadiyah tidak menutup mata. Organisasi ini selalu membuka diri dan selalu siap untuk memperbaiki diri agar diikuti oleh masyarakat di Indonesia.

c. Matching Strategi dengan Lingkungan Internal

Lingkungan internal Muhammadiyah adalah masyarakat perkotaan sebagaimana telah disampaikan di atas bahwa termasuk masyarakat kota adalah progresif ingin maju dan mudah diajak untuk berpikir maju dan ini sesuai dengan cita-cita Muhammadiyah yang ingin maju dan selalu menyesuaikan dengan zaman. Beberapa strategi yang dikembangkan oleh Muhammadiyah adalah sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh masyarakat perkotaan yang selalu ingin maju dan profesional.

Alternatif Strategi

Ada beberapa kelemahan dari strategi dakwah Muhammadiyah. Di mana, strategi yang dipakai hanya tertuju kepada masyarakat perkotaan dan kurang bisa menyatu kepada kultur masyarakat padahal Islam masuk dan berkembang di Indonesia karena menyatunya budaya dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, strategi ke depan yang harus dibangun oleh Muhammadiyah adalah mendekati masyarakat tradisional khususnya daerah pedesaan dengan menggunakan strategi budaya sehingga akan lebih mudah bisa diterima oleh masyarakat secara keseluruhan.

PENUTUP



Dari uraian di atas ada beberapa hal yang bisa disimpulkan. *Pertama*, jelas kiranya bahwa Muhammadiyah adalah organisasi sosial keagamaan yang terbesar kedua setelah NU. *Kedua*, Muhammadiyah adalah organisasi dakwah yang mengajak kepada umat berbuat kebajikan agar selamat di dunia dan di akhirat. Dalam mengajak umat Muhammadiyah menggunakan beberapa strategi seperti strategi kepercayaan, strategi administrasi, strategi ekonomi, strategi pendidikan, strategi kesejahteraan sosial, strategi penyebaran dan penyiaran Islam dan sebagainya. *Ketiga*, strategi-strategi tersebut masih dilakukan dan dikembangkan oleh Muhammadiyah dalam rangka menarik minat umat terhadap organisasi tersebut. *Keempat*, dari beberapa strategi yang dikembangkan oleh Muhammadiyah perlu adanya perbaikan strategi yakni strategi budaya. Strategi inilah yang harus dilakukan Muhammadiyah dengan mengakui keberadaan adat ritual sinkretisme yang awal-awal hendak dihilangkan oleh Muhammadiyah karena dianggap berbau syirik berubah dengan menerima dan menyatu dengan budaya tersebut yang kemudian diikuti sedikit demi sedikit mengubah bau-bau syirik tersebut. *Kelima*, ke depan, bila strategi tersebut dilakukan, maka Muhammadiyah akan menjadi organisasi yang besar dan disegani banyak umat.

ENDNOTES

¹ Muhammad Tholhah Hasan, *Prospek Islam dalam menghadapi Tantangan Zaman* (Jakarta: Lantabora Press, 2003), hal. 274.

² A. Qodri Azzy, *Melawan Globalisasi (Reinterpretasi Ajaran Islam)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 191.

³ *Ibid.*

⁴ Ahmad Fuad Fanani, *Islam Mazhab Kritis (Menggagas Keberagaman Liberatif)* (Jakarta: Buku Kompas, 2004), hal. 191.

⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah* (Surabaya-Jakarta: Al-Ikhlash, 1983), hal. 20.

⁶ Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah* (Jakarta: Al-Ikhlash, 1993), hal. 73.

⁷ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hal. 10-11.

⁸ Mohammad Shulthon, *Desain Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 9.

⁹ Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), hal. 34.

¹⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2009) hal.227.

¹¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), hal. 300.

¹² Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, hal. 32-33.

¹³ <http://faizperjuangan.wordpress.com/2008/02/12/aplikasi-teori-analisis-swot-dalam-organisasi/>

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, hal. 84.

¹⁶ *Ibid.*, hal. 86.

¹⁷ Yunan Yusuf, *Ensiklopedi Muhammadiyah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) hal. 78.

¹⁸ *Ibid.*, hal. 134.

¹⁹ Hasil Muktamar Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Semarang Periode Muktamar ke-44 (2000-2005).

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

²³ Wawancara dengan Pengurus Muhammadiyah Kota Semarang.

²⁴ Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-45, Malang 3-8 Juli 2005.

²⁵ Hasil Muktamar Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Semarang. Op.Cit. Muktamar ke-44 (2000-2005).

²⁶ Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-45.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Hasil Muktamar Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Semarang. Op.Cit. Muktamar ke-44 (2000-2005).

²⁹ Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-45.

³⁰ *Ibid.*

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dzikon. 1989. *Metodologi Dakwah*. Semarang: Penerbit Fakultas Da'wah IAIN Walisongo Semarang.
Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: AMZAH.



- Azizy, A. Qodri. 2003. *Melawan Globalisasi (Reinterpretasi Ajaran Islam)*. Pustaka Pelajar.
- Anshari, Hafi. 1993. *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*. Jakarta: Al-Ikhlis.
- Ardhana, Sutirman Eka. 1995. *Jurnalistik Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fanani, Ahmad Fuad. *Islam Mazhab Kritis (Menggagas Keberagaman Liberatif)*. Jakarta: Buku Kompas.
- Hasil Muktamar Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Semarang Periode Muktamar ke-44 (2000-2005).
- Hasan, Muhammad Tholhah. 2003. *Prospek Islam dalam menghadapi Tantangan Zaman*. Jakarta: Lantabora Press.
- M. Munir, Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Penerbit Prenada Media Jakarta.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. 2005. *Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-45*. Malang 3-8 Juli 2005.
- Shaleh, Abd Rosyad. 1977. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Shulthon, Mohammad. 2003. *Desain Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah*. Surabaya Jakarta: Al-Ikhlis.
- Yusuf, Yunan. *Ensiklopedi Muhammadiyah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- <http://faizperjuangan.wordpress.com/2008/02/12/aplikasi-teori-analisis-swot-dalam-organisasi/>