

## Strategi Dakwah Muhammadiyah Melalui FKMMS (Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo)

### Istikomah

Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Email: [istikomah1@umsida.ac.id](mailto:istikomah1@umsida.ac.id)

### Dzulfikar Akbar Romadlon

Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Email: [dzulfikarakbar@umsida.ac.id](mailto:dzulfikarakbar@umsida.ac.id)

### Budi Hariyanto

Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Email: [budihar65@umsida.ac.id](mailto:budihar65@umsida.ac.id)

### Article Information

Submitted December 9, 2019

Revision May 1, 2020

Accepted June 11, 2020

Published July 30, 2020

---

### Abstract

The focus of Muhammadiyah, as stated in its AD/ART, is the da'wa of Islam "*amar ma'ruf nahi munkar*." Developing the quality of the mosques is essential in developing da'wah activities because the mosque is the center of Muslim religious activities. This article will discuss the da'wah strategy of Muhammadiyah Sidoarjo by developing the Muhammadiyah Mosque through FKMMS. This study uses a qualitative approach, with data collection methods through observation, interviews, and documentation. The conclusion is that in determining its da'wah strategy, FKMMS analyzes the state of SWOT so that the policy is capable of optimizing strengths and opportunities, as well as minimizing weaknesses and threats. Strategies undertaken by FKMMS include: fostering and strengthening Muhammadiyah ideology, fostering mosque management for takmir, collecting mosque data, encouraging the use of information technology in mosques for da'wah activities, encouraging the use of Muhammadiyah preachers (KMM), creating exciting mosque youth activities, and forming preaching networks through FKMMS per-regional. Each strategy implemented will be evaluated for its achievements, while the strategies that have not been applied will be discussed further about its implementation.

### Keywords:

FKMMS, Da'wah strategy, Muhammadiyah, Mosque

## Abstrak

Fokus dari Muhammadiyah, sebagaimana yang tercantum dalam AD/ART-nya, adalah dakwah Islam *amar ma'ruf nahi munkar*. Mengembangkan kualitas masjid merupakan hal yang terpenting dalam meningkatkan kegiatan dakwah, karena masjid adalah pusat kegiatan dari umat Islam. Artikel ini akan membahas tentang strategi dakwah Muhammadiyah Sidoarjo dengan membina dan mengembangkan Masjid Muhammadiyah melalui "Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo" (FKMMS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, interview (wawancara), dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa dalam menentukan strategi dakwahnya, FKMMS menganalisa keadaan SWOT agar strategi yang dijalankan benar-benar mampu mengoptimalkan kekuatan dan kesempatan, serta meminimalisir kelemahan dan ancaman. Strategi yang dijalankan oleh FKMMS, diantaranya: melakukan pembinaan ideologi Muhammadiyah dan pembinaan manajemen masjid untuk takmir masjid, melakukan pendataan masjid, mendorong penggunaan teknologi informasi dalam dakwah di masjid-masjid, mendorong penggunaan *mubaligh* Muhammadiyah, menciptakan kegiatan remaja masjid yang mengasyikkan, dan membentuk jaringan dakwah melalui FKMMS per-regional. Setiap strategi yang dijalankan akan dievaluasi ketercapaiannya, sedangkan strategi yang belum dilaksanakan akan dibahas lebih detail lagi tentang implementasinya.

## Kata kunci:

FKMMS, strategi dakwah, Muhammadiyah, masjid

---

## Pendahuluan

Dakwah Islam merupakan fokus dari Pergerakan Muhammadiyah sejak pertama kali didirikan. Jika dilihat dari definisi Muhammadiyah sebagaimana yang tertera dalam AD/ART Pasal 4:1, berbunyi: "Muhammadiyah adalah Gerakan Islam, Da'wah Amar Ma'ruf Nahi Munkar dan Tajdid, bersumber pada al-Qur'an dan as-Sunnah" (Muhammadiyah, 2005). Untuk merealisasikan peran dakwah di Muhammadiyah, maka setiap Pimpinan Muhammadiyah dari pusat hingga ranting memiliki majelis khusus pembantu urusan dakwah, yakni "Majelis Tabligh" yang bertujuan untuk membina keagamaan masyarakat dengan dasar purifikasi dan dinamisasi dengan dasar Al-Quran dan As-Sunnah Al-Maqbulah. Walaupun demikian, urusan dakwah bukan menjadi urusan "Majelis Tabligh" saja, namun merupakan tugas bagi seluruh Majelis dan Amal Usaha Muhammadiyah (Abror, 2012).

Sudah menjadi keniscayaan menjadikan masjid sebagai pusat dari kegiatan dalam mengembangkan dakwah. Riady dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kegiatan dakwah Muhammadiyah di Banjarmasin menjadi sukses karena menjadikan masjid sebagai pusat dakwahnya, baik dakwah internal maupun eksternal (Riady, 2010). Hal ini dikarenakan masjid adalah pusat dari pergerakan dan aktifitas Islam, mulai dari ibadah, dakwah, pendidikan, hingga politik. Namun tidak semua Masjid Muhammadiyah sudah dikelola dengan baik sehingga di beberapa tempat sepi dari jama'ah. Maka menurut Hentika dkk, perlu dilakukan sebuah *reformasi administrasi* di masjid-masjid sehingga mengembalikan fungsi masjid sebagai pusat kegiatan kaum muslim baik dari segi peribadatan maupun sosial (Hentika, Suryadi, & Rozikin, 2014).

Mengembangkan kualitas masjid baik dari segi pengelolaan merupakan salah satu hal yang penting dalam rangka peningkatan dakwah Muhammadiyah, karena masjid adalah tempat yang bersentuhan langsung dengan jama'ah. Namun yang menjadi permasalahan, tidak semua takmir masjid Muhammadiyah memiliki pengetahuan manajerial yang baik sehingga perlu adanya pembinaan baik dari segi pengelolaan, pengkaderan, dan pembangunan.

Melihat permasalahan itu Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah mengeluarkan Program Nasional sebagaimana yang disampaikan dalam Mukhtamar ke-47 di Makassar: "Mengoptimalkan fungsi masjid dan musholla sebagai sarana dakwah dengan membentuk takmir dan imam masjid yang lebih terorganisasi dan berjalan intensif sehingga jamaah lepas menjadi jamaah tetap"(Muhammadiyah, 2015). Program itu kemudian dispesifikan oleh Bidang Pengembangan Potensi Masjid, Majelis Tabligh Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Periode 2015-2020, diantaranya adalah dengan membangun jaringan masjid dan mushallah yang sejalan dengan Muhammadiyah (Majelis Tabligh, 2016). Jaringan dakwah semacam ini menjadi penting karena setiap masjid mampu berkomunikasi satu dengan yang lainnya, harapannya masjid yang belum maju mampu mengadopsi metode masjid yang sudah maju. Namun Muhammadiyah di tingkat pusat hingga daerah belum menciptakan sebuah jaringan dakwah bagi takmir-takmir masjid.

Menyadari permasalahan tersebut Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur bersama Majelis Tabligh PDM (MT PDM) Sidoarjo pada tahun 2014 membentuk sebuah forum khusus takmir masjid Muhammadiyah, di bawah naungan Majelis Tabligh PDM Sidoarjo yang bernama "Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo" (FKMMS). Misi dari forum ini tidak lain adalah untuk membina dan mengembangkan masjid-masjid Muhammadiyah di Kabupaten Sidoarjo agar sesuai dengan tujuan dan cita-cita dakwah Muhammadiyah.

Dalam mencapai misinya FKMMS perlu menyusun sebuah strategi pencapaian, apalagi FKMMS adalah organisasi non-profit. Menurut Bonita Kolb, organisasi profit ataupun non-profit dalam hal manajemen memiliki bentuk yang sama, namun banyak organisasi non-profit meyakini bahwa kesuksesan organisasinya dapat dicapai cukup dengan niat yang baik saja. Padahal sebuah organisasi, termasuk FKMMS, perlu strategi yang baik sehingga misi dari organisasi dapat sampai kepada targetnya (Kolb, 2008). Menentukan perencanaan harus melihat keadaan (*environment*), karena setiap program akan diaplikasikan sesuai dengan keadaannya (Phill, 2005). Strategi dakwah yang telah direncanakan kemudian diterjemahkan dalam pilihan-pilihan dan diimplementasikan dalam tindakan kongkrit. Strategi harus merefleksikan asumsi yang akurat (*accurate assumptions*) tentang, apakah tindakan yang dipilih (*choice action*) mampu memberikan performa yang optimal bagi organisasi (*superior performance*) (Katsioloudes, 2006). Dalam dakwah juga perlu memperhatikan SWOT. Abdullah dalam artikelnya "Analisis SWOT Dakwah di Indonesia", menyebutkan bahwa dakwah harus bertolak belakang dari perubahan sosial dan kondisi objektif kehidupan masyarakat dan umat. Maka disini peran dai dan organisasi dakwah perlu melakukan upaya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam mengatasi berbagai persoalan dakwah (Abdullah, 2012).

Muhammadiyah sebagai organisasi dakwah juga memiliki strategi dalam mencapai visi misinya dan memerlukan analisa terhadap kondisi dakwah yang terus dinamis. Salah satunya sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Arsam terhadap strategi dakwah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Semarang, dalam penelitian "Manajemen dan Strategi Dakwah Muhammadiyah di Kota Semarang" ia menyebutkan bahwa Muhammadiyah Semarang dalam gerakan dakwahnya membuat beberapa strategi setelah melihat kondisi-

kondisi yang ada di wilayahnya. Strategi itu antara lain: Strategi menciptakan *trust* masyarakat terhadap Muhammadiyah, strategi penanganan administrasi yang jujur dan amanah, strategi mempekerjakan anggota Muhammadiyah di Amal Usaha Muhammadiyah (AUM), Strategi Melalui lembaga pendidikan, strategi melalui pembangunan lembaga kesehatan (rumah sakit, balai pengobatan dll), strategi dalam mensejahterakan sosial melalui LAZIZMU dan panti-panti asuhan, strategi pengembangan ekonomi melalui AUM-AUM, dan strategi dakwah melalui da'i-da'i (Arsam, 2010).

Semua metode dan strategi dalam berdakwah belum dapat dikatakan sukses, jika belum mampu membuat masjid ramai dengan aktifitas jamaah, karena dengan menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan adalah ciri kesuksesan dari sebuah kegiatan dakwah (Hidayat, 2014). Maka, Dalmeri memberikan sebuah rekomendasi diantaranya adalah kembali mengoptimalkan kajian-kajian yang ada di masjid yang tidak selalu berkaitan dengan aqidah dan ibadah saja, namun perlu ada kajian-kajian dalam bidang muamalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar masjid (Dalmeri, 2014). Begitu pula dengan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sidoarjo beserta Majelis Tabligh, setelah melihat kondisi Muhammadiyah di Sidoarjo yang memiliki banyak jama'ah yang tersebar di masjid-masjid, maka pembentukan organisasi takmir masjid seperti FKMMS adalah langkah yang jitu dalam mengoptimalkan masjid-masjid dan jamaah di Muhammadiyah. Namun kemudian bagaimanakah FKMMS menganalisa SWOT dakwah di daerah Sidoarjo? Kemudian berdasarkan analisisnya bagaimanakah FKMMS menyusun strategi dakwahnya sehingga mampu memberikan performa yang optimal?

Berdasarkan latar belakang di atas maka, penulis akan melakukan penelitian tentang strategi dakwah masjid Muhammadiyah di Kab. Sidoarjo melalui Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo (FKMMS). Tujuan penelitian ini yaitu, *pertama*, untuk menganalisa SWOT dakwah di daerah Sidoarjo sehingga akan terbentuk peta dakwah Muhammadiyah, *kedua*, menganalisa strategi dakwah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sidoarjo melalui FKMMS sebagai jaringan Masjid Muhammadiyah di Sidoarjo.

## Metode

Penelitian strategi dakwah Muhammadiyah melalui FKMMS disusun berdasarkan model *Dynamic Strategic Management Process* dengan desain penelitian sebagai berikut: *Pertama*, analisa misi, tujuan, dan target FKMMS. *Kedua*, analisa keadaan dalam menyusun strategi dakwah berdasarkan SWOT. *Ketiga*, analisa strategi. *Keempat*, analisa evaluasi strategi.

Adapun pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan sumber data primer yang diambil melalui proses wawancara dengan informan. Informan yang dimaksudkan sebagai sumber data primer di antaranya pengurus Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sidoarjo, Ketua FKMMS, Ketua Divisi dan Anggota FKMMS, serta informan dari Masjid Muhammadiyah sebagai objek dakwah. Data sekunder dalam penelitian ini diambil melalui artikel jurnal, laporan penelitian, buku-buku yang secara spesifik membahas mengenai strategi dan dakwah, artikel yang membahas strategi dakwah Muhammadiyah, serta dokumen-dokumen lain yang dianggap relevan dan mendukung, yaitu dokumen dari FKMMS.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, interview (wawancara), dan dokumentasi. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah surveyor menghadiri kegiatan-kegiatan dakwah yang dilakukan oleh FKMMS. Wawancara dilakukan dengan

mewawancarai Pengurus Pimpinan Muhammadiyah Daerah Sidoarjo, Pengurus Majelis Tabligh, Pengurus FKMMS, serta masyarakat setempat sebagai sasaran objek dakwah. Dokumentasi dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan data tentang konsep dan strategi dakwah FKMMS yang berasal dari data kesekretariatan FKMMS.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Teknik analisis data pada penelitian ini mengacu pada Milles & Huberman yang terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pertama, kegiatan reduksi data dilakukan dengan memusatkan perhatian, penyederhanaan, serta mentransformasi data “kasar” yang berasal dari catatan lapangan dari hasil observasi dan wawancara. Kedua, kegiatan penyajian data dilakukan dengan menyajikan data dengan bentuk teks naratif, yaitu teks dalam bentuk catatan hasil wawancara sebagai informasi tersusun yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan. Ketiga, pada kegiatan penarikan kesimpulan, peneliti menarik kesimpulan yang berasal dari data-data yang telah terkumpul, kemudian peneliti mencari strategi dakwah yang dilakukan oleh FKMMS (Milles, Huberman, & Saldana, 2014).

## Hasil

### Sistem Organisasi FKMMS

Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo (FKMMS) didirikan pada tahun 2014 hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Abdullah Hasan, S.Ag, sebagai Ketua Majelis Tabligh kala itu. Salah satu yang mendorong berdirinya adalah karena MT PDM Sidoarjo pada masa itu, karena mereka melihat adanya perkumpulan masjid-masjid Muhammadiyah yang bernama Badan Komunikasi Masjid Muhammadiyah (BKMM). Awal mulanya anggota MT PDM Sidoarjo akan mendirikan dengan nama yang sama, namun istilah “Badan” memiliki konotasi resmi, sedangkan perkumpulan organisasi ini belum memiliki kejelasan nomenklatur di Muhammadiyah. Namun Pimpinan Muhammadiyah saat itu Masyhud MS dan Ketua MT PDM saat itu Abdullah Hasan, melihat pentingnya bagi Muhammadiyah Sidoarjo untuk membina sekitar 200 masjid dan mushalahnya. Pada akhirnya digunakan istilah “Forum” sehingga menjadi nama Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo (FKMMS).

Secara organisatoris FKMMS berada di bawah naungan MT PDM Sidoarjo yang juga membawahi Korps Mubaligh Muhammadiyah (KMM). MT PDM sendiri merupakan Majelis pembantu PDM dalam mewujudkan berbagai targetnya. Dengan berdirinya FKMMS ini memudahkan bagi PDM dan MT PDM dalam mengeksekusi berbagai strategi dakwah yang berkaitan dengan kemasjidan dan pengembangannya.

FKMMS memiliki kegiatan rutin yang dilakukan secara dwi mingguan yaitu “Safari Ahad Subuh” (SAS), berdasarkan wawancara dengan Ketua FKMMS Ridwan Makruf, SE. kegiatan ini berupa kunjungan pengurus FKMMS kemasjid-masjid Muhammadiyah di setiap Ahad kedua dan keempat. Selain berfungsi sebagai wadah silaturahmi, SAS juga menjadi sarana bagi FKMMS untuk menindak lanjuti berbagai targetnya. FKMMS dengan kegiatan SAS ini juga pernah dipresentasikan oleh Ridwan Makruf selaku Ketua MT PDM Sidoarjo di Rapat Koordinasi Majelis Tabligh PWM Jawa Timur tahun 2018 di Ponorogo. Kemudian pada tahun yang sama didirikanlah BKMM tingkat Jawa Timur oleh MT PWM Jawa Timur.

Hasan Basri menyebutkan bahwa untuk mengimplementasikan strategi dan program yang sudah dibuat, maka FKMMS membagi anggotanya ke bagian-bagian sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya, mengikuti misi dan tujuan dakwah yang akan dikembangkan di tiap-tiap bidang. Ketua bertugas untuk memberikan arahan dan kontrol terhadap hasil kerja anggotanya. Untuk periode 2015-2020, FKMMS diketuai oleh Hasan Basri. Kemudian

Sekretaris bertugas sebagai penjaga kerahasiaan dan pergerakan dokumen milik organisasi. Bendahara bertugas untuk mengatur *cashflow* FKMMS.

Kemudian ada seksi-seksi yang bertugas sesuai bidangnya, antara lain: seksi kemasjidan bertugas untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap sistem manajemen di masjid-masjid, seksi dakwah bertugas menggiatkan kegiatan dakwah di masjid-masjid, seksi keremajaan bertugas menaungi gerakan keremajaan di tiap regional, seksi pembinaan regional yang bertugas untuk mengontrol kegiatan-kegiatan di tiap-tiap regional, dan seksi humas yang bertugas melakukan komunikasi dengan publik.

Setiap seksi menyusun target dan strategi pelaksanaannya bersama dengan rincian anggarannya. Perencanaan target itu disusun dalam penyusunan program lima tahunan kemudian dirincikan dalam target satu tahun dan dilaksanakan dengan strategi yang sudah siap untuk dilaksanakan. Untuk masalah keuangan FKMMS juga sudah memiliki perencanaan pendapatan dan pengeluaran. Mengenai pendapatan FKMMS diperoleh dari beberapa sumber antara lain: PDM Sidoarjo melalui proposal setiap akan dilaksanakan kegiatan, LAZIS MU untuk kegiatan yang memungkinkan dapat digunakannya dana infaq, zakat, dan shadaqah, Amal Usaha Muhammadiyah yang terdiri dari sekolah-sekolah, rumah sakit, dan koperasi milik Muhammadiyah yang selalu memberikan sumbangan berdasarkan perintah dari PDM Sidoarjo, dan Sumbangan Wajib Operasional (SWO) yang dibayarkan oleh masjid-masjid untuk menunjang berbagai kegiatan FKMMS.

## Analisa Misi Tujuan Dan Target FKMMS

Sebuah organisasi paling tidak harus memiliki 4 hal, yakni: misi, target, tujuan, dan strategi: FKMMS sebagai sebuah organisasi juga seharusnya memiliki ketiga hal tersebut. Misi (*mission*) adalah tujuan dan alasan didirikannya sebuah organisasi, atau mengapa organisasi itu berdiri. (K.Anheier & List, 2005). Misi disebut juga dengan *officials goal* yakni sebuah statemen yang mempresentasikan tujuan organisasi untuk jangka panjang dan cakupan yang lebih luas (Rainey, 2009). Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada MT PDM dan FKMMS Misi dari FKMMS adalah berkesesuaian dengan maksud dan tujuan Muhammadiyah sebagaimana yang tercantum dalam Anggaran Dasar Bab III Pasal 6, yaitu untuk “menegakkan dan menjunjung tinggi Agama Islam sehingga terwujud masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.” Maksud dari “masyarakat Islam yang sebenar-benarnya” adalah masyarakat yang berlandaskan pada al-Qur’an dan as-Sunnah, sehingga semua kegiatan ibadah dan muamalah masyarakat itu harus berdasarkan kedua sumber itu tentunya menggunakan metodologi yang benar. Maka misi yang paling utama adalah untuk menciptakan agar masjid-masjid wakaf milik Muhammadiyah mampu merealisasikan maksud dan tujuan tersebut secara optimal.

Tujuan (*goal*) merupakan statemen umum dari perencanaan yang akan dicapai. Sedangkan target merupakan hasil akhir yang diinginkan dari setiap capaian perencanaan. (Katsioloudes, 2006). Tujuan/*objective* yang dimaksud di sini, adalah *operative goal* atau tujuan akhir yang lebih spesifik, merefleksikan kegiatan operasi dan prosedur pada jangka pendek dari FKMMS (Rainey, 2009). Sedangkan target (*objective*) yang dimaksud adalah tujuan-tujuan yang harus dicapai dalam jangka pendek (Monahan, 2008). Setelah dilakukan wawancara dengan Hasan Basri dan Ridwan Ma’ruf, sebagai berikut:

*“target kita adalah untuk membina ideologi takmir dan jamaah dan mengembangkan manajemen masjid. Kemudian kita mencoba menghubungkan antara masjid Muhammadiyah dengan mubaligh KMM dalam membina masjid. Kemudian kita ingin menghidupkan gerakan keremajaan di masjid-masjid Muhammadiyah. Kemudian masjid harus terhubung satu dengan lainnya.”<sup>1</sup>*

Jika di analisa dari kutipan di atas dapat ditemukan beberapa target dari FKMMS adalah *pertama*, membina ideologi takmir dan jamaah masjid Muhammadiyah. *Kedua*, mengembangkan manajemen tiap masjid agar sesuai dengan standar masjid yang baik. *Ketiga*, menghubungkan antara masjid dengan KMM. *Keempat*, menghidupkan gerakan keremajaan masjid Muhammadiyah. *Kelima*, menciptakan garis koordinasi antara satu masjid dengan masjid lainnya. Berdasarkan wawancara tersebut, FKMMS sebenarnya sudah memahami tentang tujuan jangka panjang dari organisasi, walaupun target pencapaiannya masih belum diperinci secara jelas.

## Formulasi Strategi Berbasis Analisa SWOT

Sebelum memformulasikan sebuah strategi perlu mengetahui keadaan baik di luar dan di dalam organisasi. Dalam memformulasikan suatu strategi (*strategy formulation*) seorang manager atau pimpinan perlu memahami hubungan sebab-akibat. Biasanya formulasi suatu strategi disusun dalam bentuk program-program, program sendiri adalah kalimat yang menunjukkan suatu aktifitas yang dibutuhkan untuk mencapai sebuah strategi (Katsioloudes, 2002). Pertanyaan paling mendasar dalam memformulasikan strategi adalah “apakah strategi ini akan berfungsi dengan baik?” disini perlu diperjelas hubungan antara setiap kemungkinan yang bisa dipilih dan konsekuensinya ketika itu diimplementasikan (Phill, 2005). Lebih lanjut seorang manager atau pimpinan harus mampu mengidentifikasi dan mengumpulkan data yang relevan kemudian menghubungkan data-data itu dengan benar. Kemudian harus mampu mengidentifikasi dan menilai seluruh kemungkinan dan mencari sebuah solusi untuk memperoleh keuntungan (Graeme Salaman, 2003).

Dalam menentukan strategi, menurut ditelusuri 4 hal: *strengths, weakness, opportunities, and threats* (SWOT) atau kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman (Katsioloudes, 2006). Konsep SWOT sebagaimana yang diutarakan oleh Katsioloudes sebuah organisasi harus mampu mengidentifikasi berbagai hal, antara lain: *Pertama*, mengidentifikasi kesempatan yang relevan dan mungkin untuk diperoleh. Kesempatan itu didefinisikan sebagai keadaan yang mungkin dapat membantu usaha organisasi dalam mencapai targetnya. *Kedua*, mengidentifikasi ancaman yang akan menghambat usaha suatu organisasi dalam mencapai targetnya. *Ketiga*, mengidentifikasi kekuatan dan kemampuan internal organisasi untuk mencapai target. *Keempat*, mengidentifikasi kelemahan organisasi yang menyebabkan kegagalan dalam mencapai target (Katsioloudes, 2002).

Biasanya formulasi suatu strategi disusun dalam bentuk program-program, program sendiri adalah kalimat yang menunjukkan suatu aktifitas yang dibutuhkan untuk mencapai sebuah strategi (Katsioloudes, 2002). Pertanyaan paling mendasar dalam memformulasikan strategi adalah “apakah strategi ini akan berfungsi dengan baik?” disini perlu diperjelas hubungan antara setiap kemungkinan yang bisa dipilih dan konsekuensinya ketika itu diimplementasikan (Phill, 2005). Maka perlu bagi sebuah organisasi untuk menciptakan

---

1 Wawancara dengan Ridwan Makruf, SE Ketua MT PDM & Ketua FKMMS periode pertama; Hasan Basri Ketua FKMMS yang sekarang

sebuah inovasi baru dalam menentukan strategi dan programnya (Blanco-Ariza, Messino-Soza, Vázquez-García, & Melamed-Varela, 2019).

Berdasarkan kajian diatas, disimpulkan bahwa dalam menentukan strategi, FKMMS melihat SWOT sehingga mampu mengoptimalkan kekuatan dan kesempatannya, serta mengantisipasi berbagai kelemahan internal dan ancaman eksternal. Strategi yang dirumuskan oleh FKMMS adalah sebagai berikut:

#### 1. Membina Ideologi Takmir dan Jamaah Masjid Muhammadiyah

Pembinaan ideologi bagi takmir masjid Muhammadiyah ini sangat penting, karena ancaman bagi masjid Muhammadiyah datang dari kelompok yang mudah mengklaim kebenaran adalah miliknya, suka mengkafirkan, dan mengambil hukum sangat tekstual. Karena sebagian orang dalam lingkaran Muhammadiyah ada yang terpengaruh dengan aliran ini sehingga mudah menyalahkan orang lain dalam masalah-masalah yang kecil, bahkan menyalahkan kepada sesama orang Muhammadiyah. Analisanya, orang yang mengikuti arus pemikiran kelompok tekstualis ini karena mereka kurang memahami ideologi Muhammadiyah dengan baik, metode istinbat hukum Islam yang benar, dan perbedaan antar madhab (Nadia, 2018). Oleh karenanya, perlu ada pembinaan ideologi Muhammadiyah baik dari segi pemahaman tentang ke-Islaman maupun kemuhammadiyahannya. Hal ini penting karena jika seseorang secara emosional dan moral sejalan dengan ideologi, watak, dan cita-cita suatu organisasi, komitmennya dalam mengurus organisasi tersebut juga akan menjadi kuat. Komitmen ini hanya dapat dicapai dengan memperkuat sumber daya manusia milik sebuah organisasi (Juaneda-Ayensa, Emeterio, & González-Menorca, 2017). Maka dari itu, pembinaan ideologi bagi organisasi manapun adalah suatu keniscayaan.

Pembinaan ideologi dilakukan oleh FKMMS bekerjasama dengan Majelis Tabligh dan Majelis Tarjih membuat kegiatan "Training Shalat Menurut Nabi Muhammad SAW" bagi Takmir Masjid Muhammadiyah se-Sidoarjo. Kegiatan ini diadakan pada tanggal 6-7 Juli 2018 di Graha UMSIDA. Tujuannya agar takmir masjid mampu mempraktekkan shalat dari gerakan sampai bacaannya serta mampu mengetahui dalilnya, perbedaan madhabnya, dan hasil tarjih Muhammadiyah terhadap *khilafiyah* masalah shalat. Diharapkan dengan adanya training ini takmir masjid mampu menyampaikan kepada jamaah berbagai hal mengenai shalat; perbedaannya, perdebatannya, kebolehan memilih antara beberapa model, sesuai dengan yang sudah ditarjih oleh Majelis Tarjih.

Berikutnya adalah kegiatan "Sekolah Kader Tarjih" dilaksanakan pada tanggal 23-25 November 2018, kegiatan ini bertujuan untuk membahas metodologi ijtihad dalam perspektif Majelis Tarjih. Kegiatan ini diikuti oleh para mubaligh dan takmir masjid Muhammadiyah, sehingga mereka mampu memahami tentang bagaimana Majelis Tarjih Muhammadiyah berijtihad dan berfatwa dalam Putusan Tarjih. Harapannya dengan adanya kegiatan ini mubaligh dan takmir masjid mampu memberikan pemahaman kepada jamaah bahwa berbagai putusan hukum di Majelis Tarjih berdasarkan metodologi yang detail dan sesuai dengan penyimpulan hukum yang benar. Sehingga para Takmir Masjid dan Mubaligh paham terhadap ciri Muhammadiyah yang purifikatif dalam masalah ajaran Islam namun terbuka dan toleran dalam dakwah dan sosial (Mustolehudin, 2014).

#### 2. Membina dan Mengembangkan Manajemen Masjid

Banyak masjid-masjid Muhammadiyah yang belum memiliki manajemen yang baik. Manajemen memang bukanlah ilmu syariat, namun pengaplikasian keilmuan modern seperti penggunaan ilmu marketing dan manajemen dapat menjadi pembantu paling vital dalam organisasi kemasjidan (Indah Zara Putri, 2018). Hal ini kemudian mendorong FKMMS untuk



membuat pelatihan “Workshop Manajemen Masjid” yang dilakukan dua kali kepada seluruh Takmir Masjid Muhammadiyah di Sidoarjo pada tanggal 7-8 Juli 2018 dan 29-30 Oktober 2018. Dalam pelatihan ini Takmir Masjid Muhammadiyah diberikan penguatan bagaimana caranya membuat sebuah tata kelola manajemen yang baik dengan mendatangkan ahli dalam bidang manajemen dan juga ahli dalam bidang manajemen masjid.

Kemudian dalam berdakwah di era milenial dibutuhkan kemampuan teknologi informasi, sehingga penting memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatan berdakwah (Moeniri, 2017). Pemanfaatan teknologi digital untuk berdakwah juga bertujuan untuk mengembangkan dialektika Islam dengan fenomena budaya yang mengglobal. Islam juga dapat melakukan *counter naration* dengan isu-isu yang dikemukakan oleh Barat (Budiantoro, 2017). FKMMS menyadari bahwa banyak dari masjid-masjid Muhammadiyah masih belum memanfaatkan teknologi informasi, sehingga FKMMS mendorong masjid-masjid Muhammadiyah untuk *melek medsos*. Sebagaimana pernyataan Hasan Basri: “kami mendorong takmir-takmir untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan pengajian menggunakan *live streaming* Youtube, maupun Instagram. Agar mereka memanfaatkan media teknologi dalam berdakwah.”

Penggunaan *live streaming* dalam proses dakwah sangat digemari oleh kalangan milenial karena dapat berjalan lebih efisien, *low cost* dan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas (Liu, Yoon, Kim, & Banerjee, 2018). FKMMS melihat bahwa pembinaan jamaah Muhammadiyah sangat penting namun ada beberapa kelemahan dari koordinasi masjid Muhammadiyah, diantaranya adalah tidak adanya data masjid yang lengkap, sehingga hal ini mempersulit dalam pembinaan masjid dan jamaah. Hal ini karena data di era teknologi informasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk dimiliki bagi kemajuan sebuah organisasi. Hal ini mendorong terbentuknya manajemen data bagi FKMMS (Anindya Gita, 2017; Fadhli, 2018).

Maka langkah FKMMS adalah melakukan pendataan terhadap masjid baik dari segi kuantitas jamaah masjid serta kualitas kegiatan masjid, kegiatan Taman Pendidikan al-Qur’an, dan kegiatan keremajaan. Proses pendataan ini sangat penting karena Muhammadiyah melalui FKMMS dapat mengetahui masjid mana saja yang butuh untuk dibina dan dibantu lebih lanjut. Pendataan masjid dilakukan melalui dua jalur: *Pertama*, melalui *google form* yang dishare melalui whatsapp kemudian setiap takmir masjid mengisi form tersebut. Cara ini memudahkan dalam proses pendataan, data yang sudah diisi dapat langsung diketahui dengan cepat. Namun, banyak dari takmir masjid yang tidak memiliki kemampuan teknologi yang baik, sehingga 78% dari takmir masjid masih belum mampu untuk mengisi data masjidnya melalui *google form*. *Kedua*, melalui form manual yang biasanya diisi oleh takmir masjid ketika kegiatan Safari Ahad Subuh cara yang kedua ini bagi sebagian takmir masjid lebih mudah dilakukan, namun metode penelusuran data dengan cara ini akan menjadi sangat lama karena banyaknya jumlah Masjid dan Mushalla Muhammadiyah di Sidoarjo.

### 3. Menghubungkan antara Masjid dengan Korps Mubaligh Muhammadiyah (KMM)

Peran mubaligh sangat penting dalam mengembangkan fungsi dakwah masjid karena mubaligh nantinya akan membina majelis ta’lim, remaja masjid, bahkan Taman Pendidikan al-Quran (Arifin, 2018). Namun yang menjadi masalah adalah ketika masjid menggunakan mubaligh yang memiliki kualitas tidak baik dari segi pemahaman agama maupun dari segi ideologi. Untuk mengantisipasi masalah ini FKMMS membuat sebuah sistem yang mampu menghubungkan masjid dengan mubaligh-mubaligh yang tergabung dalam Korps Mubaligh Muhammadiyah (KMM). Muhammadiyah Sidoarjo sudah memiliki mubaligh-mubaligh yang memiliki jam terbang lokal hingga internasional. Hal ini menjadi penting untuk pembinaan

ideologi keislaman jamaah-jamaah Muhammadiyah.

KMM sudah memiliki nama-nama serta data kepakaran dari masing-masing mubaligh di Sidoarjo. Dengan adanya data ini takmir masjid tidak lagi kesulitan untuk melakukan pembinaan kajian keislaman di masjid-masjidnya serta menghilangkan berbagai paham yang tidak sesuai semangat *tajrid* dan *tajdid* Muhammadiyah. Format teknisnya, biasanya setiap menjelang awal tahun atau menjelang Bulan Ramadhan takmir masjid mengajukan ke FKMMS kebutuhan mubaligh dari tiap-tiap masjid, kemudian KMM akan memberikan nama-nama mubaligh sesuai dengan regional tiap-tiap kecamatan atau sesuai dengan jenis kepakaran tertentu. Sehingga jika ada masjid yang belum memiliki mubaligh akan diisi oleh mubaligh yang sudah siap untuk mengisi di masjid tersebut. Disini fungsi FKMMS sebagai pembina bagi masjid-masjid memiliki tugas yang sinkron dengan KMM yang membawahi mubaligh.

#### 4. Menghidupkan Gerakan Keremajaan Masjid Muhammadiyah

Sudah menjadi fenomena umum bahwa telah terjadi krisis remaja untuk pergi ke masjid, walaupun masih ada remaja yang mau pergi ke masjid (Khairuni & Widyanto, 2018). Oleh sebab itu, penting bagi FKMMS untuk bergerak mengembangkan dan menghidupkan remaja masjid yang ada di masjid Muhammadiyah, karena mereka nanti adalah penerus keorganisasian takmir masjid. Terkait dengan pengembangan Remas FKMMS mengadakan kegiatan kajian Remas di masjid-masjid Muhammadiyah yang dilakukan ketika bulan Ramadhan. Kajian Remas ini dilakukan perregional dengan tema-tema keremajaan dengan pemateri dari KMM.

Akan tetapi, kajian saja tidak mencukupi, sebab bisa memunculkan kebosanan bagi remaja, dan menjadi salah satu faktor bagi remaja untuk tidak datang ke masjid. Hal ini mendorong FKMMS harus menciptakan kegiatan yang menyenangkan bagi remaja (Syah, Fadhilah, & Arifin, 2018). Maka FKMMS melakukan kegiatan Outbond Remas Muhammadiyah Sidoarjo pada tanggal 7 Maret 2020. Kegiatan ini menjadi penting dilakukan sebagai bagian dari strategi mengenalkan remaja-remaja masjid dengan Muhammadiyah, kemudian mereka dapat mengenal satu dengan yang lainnya walaupun berbeda kecamatan. Kegiatan itu nantinya akan ditindaklanjuti dengan membuat kelompok Remas per-regional, bagi para Remas yang kecamatannya berdekatan akan dikelompokkan menjadi satu regional. Setiap regional dibina langsung oleh pengurus FKMMS bersama Mubaligh KMM yang ada di regional tersebut melalui kegiatan kajian rutin bulanan bersama mubaligh dari KMM.

#### 5. Menciptakan Garis Koordinasi antara Satu Masjid dengan Masjid Lainnya

PDM Sidoarjo sadar bahwa kegiatan di masjid-masjid Muhammadiyah sebelumnya masih belum terkoneksi satu dengan lainnya. Walaupun ada data tentang alamat masjid-masjid, namun hal ini tidak menciptakan jaringan kerja yang baik antar masjid baik di tiap ranting hingga daerah. Inilah yang mendorong terbentuknya FKMMS. Namun FKMMS sebagai sebuah organisasi masjid bukanlah sebagai sebuah manajer maupun direktur bagi masjid-masjid di Sidoarjo. Ia bertindak sebagai mediator dan stimulator bagi masjid-masjid untuk mengembangkan dirinya. Strategi yang dijalankan cenderung seperti *networking structuring* yang berusaha untuk menciptakan struktur jaringan sehingga akan menciptakan kerjasama antara satu masjid dengan lainnya (Pratikno, 2008).

Untuk membuat jaringan antar masjid, FKMMS membuat Forum Komunikasi Masjid tiap regional yang ditentukan berdasarkan kedekatan lokasi kecamatan. Penyusunan tiap regional ini memudahkan dalam melakukan koordinasi setiap masjid, sehingga berbagai informasi kegiatan dakwah dapat dengan mudah tersebar kesetiap masjid, kemudian informasi itu dapat langsung disalurkan kepada jamaah. FKMMS menjadi *underbow* bagi

PDM dan MT PDM dalam menjalankan kegiatan dakwahnya langsung kesasarannya. Dengan dibentuknya FKMMS Cabang per-Regional, dapat menyemarakkan berbagai kegiatan dakwah yang diadakan di tingkat kecamatan dan daerah.

## Evaluasi Strategi

Jika dilihat dari pemaparan strategi di atas, bahwa FKMMS menjalankan berbagai strateginya berdasarkan keadaan yang ada. Setelah melihat SWOT, strategi yang dijalankan adalah sebagai berikut: melakukan pembinaan ideologi Muhammadiyah dan pembinaan manajemen masjid untuk takmir masjid, melakukan pendataan masjid, mendorong penggunaan teknologi informasi dalam dakwah di masjid-masjid, mendorong penggunaan mubaligh Muhammadiyah (KMM), menciptakan kegiatan remaja masjid yang mengasyikkan dan membentuk jaringan dakwah melalui FKMMS per-regional.

Setelah diterapkan sebuah strategi harus dievaluasi dan dikontrol, apakah strategi yang sudah diimplementasikan memberikan hasil yang optimal? Setiap strategi harus mampu beradaptasi dan berkembang sesuai dengan keadaan, sehingga evaluasi dan kontrol menjadi penting. Karena seringkali dalam pelaksanaannya ditemukan strategi yang muncul dalam keadaan darurat (*emergent strategy*), sehingga strategi harus diperbaharui terus menerus (Graeme Salaman, 2003; Phill, 2005). Begitu pula dalam pelaksanaannya FKMMS selalu melakukan evaluasi strategi untuk dilakukan perbaikan terhadap perencanaan yang sudah dibuat. Sehingga perencanaan yang sudah dibuat benar-benar dapat direalisasikan walaupun waktu pelaksanaannya tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Maka untuk mengantisipasi berbagai perencanaan yang tidak terlaksana, FKMMS melakukan evaluasi pada kegiatan SAS. Pada kegiatan ini FKMMS membahas berbagai strategi yang akan dilakukan untuk satu atau dua bulan kedepan, juga akan mengevaluasi berbagai pelaksanaan yang tidak sesuai target. Keadaan selalu berubah secara dinamis, maka dengan adanya evaluasi, suatu organisasi dapat membentuk dan menyusun ulang kemampuan dirinya sehingga mampu merespon perubahan zaman dan terlepas dari kehancuran.

Evaluasi strategi dilakukan dalam rapat SAS, kemudian jika perlu koordinasi tambahan dapat dilakukan di luar kegiatan SAS, khususnya ketika kegiatan sudah sangat perlu untuk segera direalisasikan. Hasan Basri menyebutkan: "jika ada sesuatu yang tidak terduga maka FKMMS akan mencari cara lain. Kemudian setiap selesai mencapai suatu program tertentu FKMMS akan melakukan evaluasi terhadap program yang sudah dijalankannya sehingga dapat menjadi acuan perbaikan di masa yang akan datang."

Dengan demikian, strategi yang dilakukan FKMMS selalu bersifat progresif, target yang ditetapkan dilaksanakan dalam sebuah strategi, kemudian output dari strategi tersebut dievaluasi untuk dilakukan penyusunan strategi berikutnya. Proses yang dilakukan oleh FKMMS ini sebenarnya telah menjalankan apa yang disebut sebagai disebut sebagai *Dynamic Strategic Management Process*, atau dalam bahasa Teece sebagai *Dynamic Capabilities and Strategic Management* (Teece, 2009).

## Simpulan

FKMMS sebagai salah satu gerakan dakwah Muhammadiyah fokus pada pengembangan masjid-masjid Muhammadiyah. Dalam menjalankan organisasinya FKMMS menentukan misinya yang sesuai dengan misi Muhammadiyah. Kemudian FKMMS membuat tujuan umum yang akan dicapai dan target yang lebih rinci dari capaian tersebut. Target itu dirumuskan dalam bentuk rencana kerja lima tahunan, kemudian dirapatkan setiap tahunnya tentang bagaimana cara untuk mencapainya.

Dalam menentukan strategi dakwahnya, FKMMS menganalisa keadaan SWOT dari masjid-masjid Muhammadiyah di Sidoarjo. Tujuan analisa SWOT ini adalah agar strategi yang dijalankan benar-benar mampu mengoptimalkan kekuatan dan kesempatan, serta meminimalisir kelemahan dan ancaman. Strategi yang dijalankan oleh FKMMS, diantaranya: melakukan pembinaan ideologi Muhammadiyah dan pembinaan manajemen masjid untuk takmir masjid, melakukan pendataan masjid, mendorong penggunaan teknologi informasi dalam dakwah di masjid-masjid, mendorong penggunaan mubaligh Muhammadiyah (KMM), menciptakan kegiatan remaja masjid yang mengasyikkan, dan membentuk jaringan dakwah melalui FKMMS per-regional. Dalam kegiatan SAS setiap strategi yang dijalankan akan dievaluasi ketercapaiannya, sedangkan strategi yang belum dilaksanakan akan dibahas lebih detail lagi tentang bagaimana proses realisasinya.

Walaupun penelitian ini berusaha memberikan kontribusi untuk memahami sebuah dakwah yang terorganisasi, peneliti sadar bahwa penelitian ini hanya berlaku di satu daerah saja. Belum tentu yang terjadi di Sidoarjo telah terjadi di tempat lain. Penelitian terhadap organisasi dakwah ini dapat juga dilakukan di daerah lain, bahkan ke tingkat propinsi ataupun nasional.

## Daftar Pustaka

- Abdullah. (2012). Analisis SWOT Dakwah Di Indonesia: Upaya Merumuskan Peta Dakwah. *Miqot*, XXXVI(2), 409–426.
- Abror, R. H. (2012). Rethinking Muhammadiyah: Masjid, Teologi Dakwah Dan Tauhid Sosial (Perspektif Filsafat Dakwah). *Jurnal Ilmu Dakwah*, 6(19), 53–73.
- Anindya Gita, P. (2017). Peran Data dalam Manajemen Perpustakaan di Indonesia. *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 5(2), 160–163. <http://doi.org/10.24252/kah.v5i2a3>
- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–178. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940>
- Arsam. (2010). Manajemen Dan Strategi Dakwah Muhammadiyah Kota Semarang. *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2).
- Blanco-Ariza, A. B., Messino-Soza, A., Vázquez-García, Á. W., & Melamed-Varela, E. (2019). Social Innovation in the Non-Profit Organization Framework: A Review. *Soc. Sci*, 8(8), 236. <https://doi.org/10.3390/socsci8080236>
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika*, 11, No. 2.
- Dalmeri. (2014). Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Ekonomi Dan Dakwah Multikultural. *Walisono*, 22(2), 321–348.

- Fadhli, R. (2018). Peran Perpustakaan Perguruan Tinggi Dalam Research Data Management Untuk Mendukung Scholarly Communication. *Khazanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 6(2), 122–131. <https://doi.org/10.24252/kah.v6i2a4>
- Graeme Salaman, D. A. (2003). *Strategy and Capability Sustaining Organizational Change* (1st ed.). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
- Hentika, N. P., Suryadi, & Rozikin, M. (2014). Meningkatkan Fungsi Masjid Melalui Reformasi Administrasi (Studi pada Masjid Al Falah Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(2), 305–311.
- Hidayat, A. (2014). Masjid Dalam Menyikapi Peradaban Baru. *Ibda': Jurnal Kebudayaan Islam*, 12(1), 13–26.
- Indah Zara Putri, F. C. (2018). Strategi Marketing Communication Daarut Tauhiid Peduli Cabang Aceh Dalam Membangun Citra Lembaga. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 2(2), 107–125.
- Juaneda-Ayensa, E., Emeterio, M. C. S., & González-Menorca, C. (2017). Person-Organization Commitment: Bonds of Internal Consumer in the Context of Nonprofit Organizations. *Frontiers in Psychology*, 8(1227). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01227>
- K.Anheier, H., & List, R. A. (2005). *A Dictionary Of Civil Society, Philanthropy, And The Nonprofit Sector*. (V. B. Cathy Hartley, Ed.) (1st ed.). London/New York: Routledge.
- Katsioloudes, M. (2002). *Global Strategic Planning: Cultural Perspectives for Profit and Nonprofit Organizations*. Boston: Butterworth–Heinemann.
- Katsioloudes, M. (2006). *Strategic Management Global Cultural Perspectives for Profit and Nonprofit Organizations*. Burlington: Elsevier.
- Khairuni, N., & Widyanto, A. (2018). Optimalisasi Fungsi Masjid sebagai Sarana Pendidikan Islam dalam Menyelesaikan Krisis Spiritual Remaja di Banda Aceh. *Dayah: Journal of Islamic Education*, 1(1). <https://doi.org/10.22373/jiev1i1.2482>
- Kolb, B. (2008). *Marketing Research for Nonprofit, Community, and Creative Organizations How to improve your product, find customers and effectively promote your message*. (Elsevier Inc., Ed.) (1st ed.). Burlington: Oxford University Press.
- Liu, P., Yoon, J., Kim, H. R., & Banerjee, S. (2018). VideoCoreCluster: Energy-Efficient, Low-Cost, and Hardware-Assisted Video Transcoding System. *Hindawi Wireless Communications and Mobile Computing*. <https://doi.org/10.1155/2018/7470234>
- Majelis Tabligh, P. W. M. J. T. (2016). Program Kerja Majelis Tabligh PWM Jawa Timur 2015-2020.
- Milles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook* (3rd ed.). USA: SAGE Publications, Inc.
- Moeniri, S. Y. (2017). Like Islam Project, Strategi Dakwah Masa Kini. *Dirosat*, 2(2), 59–74.
- Monahan, G. (2008). *Enterprise Risk Management A Methodology for Achieving Strategic Objectives*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Muhammadiyah, P. P. (2005). *Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah* (5th ed.). Yogyakarta: Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Suara Muhammadiyah.
- Muhammadiyah, P. P. (2015). *Program Muhammadiyah 2015-2020*. Makassar.
- Mustolehudin, M. (2014). Pandangan Ideologis-Teologis Muhammadiyah dan Majlis Tafsir Al-Qur'an. *Analisa: Journal of Analisa Social Science and Religion*, 21(1). <https://doi.org/10.24252/kah.v6i2a4>

org/10.18784/analisa.v21i1.26

- Nadia, Z. N. (2018). Perilaku Keagamaan Komunitas Muslim (Pemahaman Hadis dalam NU dan Salafi Wahabi di Indonesia). *Jurnal Living Hadis*, 2(2). <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1327>
- Phill, J. A. (2005). *Integrating Mission and Strategy for Nonprofit Organizations*. New York: Oxford University Press.
- Pratikno. (2008). Manajemen Jaringan dalam Perspektif Strukturasi. *Jurnal Kebijakan Administrasi Publik*, 12(1), 1–19.
- Rainey, H. G. (2009). *Understanding And Managing Public Organizations* (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Riady, F. (2010). Pola Dakwah Muhammadiyah di Kota Banjarmasin. *Al-Mishbah*, 10(1), 47–68.
- Syah, B. M., Fadhilah, N., & Arifin, S. (2018). PEMBINAAN PERILAKU KEBERAGAMAAN REMAJA BERBASIS IPTEKS. *Atthulab*, 3(2), 210–221.
- Teece, D. J. (2009). *Dynamic Capabilities And Strategic Management* (1st ed.). New York: Oxford University Press.