



## STRATEGI DAKWAH MASYARAKAT DI PUSAT PEREKONOMIAN GARUT

**Cecep Soleh Kurniawan**  
**Aang Arip Muhsit**

Pascasarjana UNIK Cipasung  
Alamat email: [aripmuhsit1992@gmail.com](mailto:aripmuhsit1992@gmail.com)

### ABSTRAK

Kegiatan dakwah yang berjalan di tengah masyarakat muslim merupakan warisan suci dari baginda Muhammad SAW, pada khususnya. Begitupun kegiatan dakwah yang telah berlangsung lama di bumi Indonesia ini, merupakan kegiatan lanjutan dari sunnah para nabi terdahulu pada umumnya, dakwah yang dilakukan memiliki tujuan membuat perubahan dalam diri manusia, baik dari segi mental, spiritual, prilaku, baik dari cara berfikir, cara hidup, secara individu maupun kelompok agar menjadi lebih baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas. Intinya dakwah bertujuan untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan Islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh siapapun. Mengingat pentingnya berdakwah maka seorang *da'i* (yang mengajak) memerlukan setrategi yang tepat untuk mengajak *mad'u* (yang diajak) kearah yang diinginkan oleh *da'i* agar tercapainya tujuan yang dimaksud tanpa menyakiti pihak manapun. Dalam kegiatan dakwah akan dihadapi dengan berbagai rintangan yang salahsatunya akan menghadapi karakteristik masyarakat yang tinggal didekat pusat perekonomian, berdasarkan hal tersebut masyarakat ini memiliki karakteristik berbeda dengan masyarakat yang tinggal di pedesaan. Dengan karakteristik masyarakat cenderung dengan dunia usaha dan bisnis tentu strategi dakwahnyapun berbeda, Bagaimana seorang *da'i* dapat menyesuaikan metode dakwahnya dengan keadaan masyarakat di pusat perekonomian yang cenderung *istigol* (menyibukan diri) berdagang dipasar, menjaga toko, memproduksi barang sampai menjaga terminal. Tentunya *da'i* harus memiliki setrategi khusus baik dari segi waktu, cara berdakwah, dan materi dakwah. Kondisi masyarakat seperti inipun cenderung memiliki waktu yang terbatas dan lebih banyak menghabiskan waktu di toko, pasar, dan pabrik, dibandingkan dirumahnya sendiri. Maka langkah dakwah yang dinilai lebih efektif adalah dakwah melalui face to face, meylangkan waktu pengajian, dan menguasai materi dakwah dari segi ekonomi. Oleh karena itu, pada kondisi tersebut mendorong *da'i* untuk melaksanakan pendampingan terhadap *mad'u*, agar mereka mudah menyelesaikan masalahnya dengan tepat waktu dan kehidupan sehari-hari semakin terarah sesuai dengan syariat islam, baik dalam kegiatan keekonomian maupun kegiatan sosial keislaman lainnya.

**Kata kunci:** strategi, dakwah, masyarakat, pusat perekonomian.

## PENDAHULUAN

Keberadaan dakwah dalam Islam menduduki posisi yang sangat penting dan strategis. Dakwah berfungsi dan bertujuan sebagai suatu upaya merekonstruksi ulang masyarakat muslim sesuai dengan cita-cita sosial Islam, melalui peran para *da'i* ajaran Islam disampaikan sebagai rahmat bagi seluruh alam semesta (*rahmatan lil 'alamin*). Sosialisasi Islam melalui dakwah diharapkan akan tepat tujuan sehingga proses islamisasi di bumi pertiwi ini mampu menjangkau setiap lini masyarakat yang tentunya berbeda bahasa, budaya, kultur bahkan aktifitas sehari-hari. Melalui dakwah Ajaran islam yang memiliki fungsi sebagai petunjuk, ataupun pedoman diharapkan dapat diamalkan dalam kehidupan individu, keluarga, masyarakat dan negara untuk kebahagiaan manusia dunia dan akhirat. Hal ini sesuai dengan yang termaktub dalam al-Qur'an surat Ali Imran ayat 110. Artinya: "*Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik*"<sup>1</sup> Melalui ayat diatas kita sudah bisa mengambil sebuah kesimpulan betapa pentingnya melakukan dakwah agar manusia mampu mencegah dirinya dari

perbuatan munkar dan senantiasa melakukan kebajikan.

Pengenalan dan pemahaman juga penyampaian syariat Islam kepada umat dengan cara dakwah secara tepat, tentu sangat diperlukan mengingat metode dakwah yang tidak tepat, sering memberikan gambaran dan pendapat yang keliru tentang Islam, sehingga salah langkah dalam operasional dakwah.<sup>2</sup> Tujuan dari Strategi dakwah ini tidak lain agar pelaksanaannya dapat mencapai sasaran yang tepat, dan tercapainya tujuan dakwah maka diperlukan perencanaan dakwah yang tepat dan benar-benar berangkat dari hasil pengamatan, analisis tentang kondisi obyektif *mad'u*.

Sesungguhnya dakwah Islamiyah yang dibawa Nabi Muhammad Saw merupakan mata rantai terakhir dari rangkaian dakwah dan seruan ke jalan Islam yang telah berjalan lama di bawah pimpinan para Rasul dan utusan-utusan Allah yang mulia. Dakwah ini di sepanjang sejarah wujud manusia mempunyai sasaran dan tujuan yang satu, yaitu membimbing manusia untuk mengenal Tuhan mereka yang Maha Esa dan Yang Maha Benar, agar mereka menyembah dan mengabdikan hanya kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mengubur segala penuhanan terhadap sesama makhluk.<sup>3</sup>

Berdasarkan kepada firman yang lain lAllah SWT menegaskan dalam al-Qur'an surat Lukman ayat 17

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2012), h.50

<sup>2</sup> Jurnal, Hasan Bisri, *Strategi Da'wah*, vol.7 h.102

<sup>3</sup> Jurnal, Hasan Bisri, *Strategi Da'wah*, vol.7 h.102

يُنِّيْ اَقِمِ الصَّلَاةَ وَاْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَاَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاَصْبِرْ عَلٰى مَا اَصَابَكَ اِنَّ ذٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْاُمُوْر

*Hai anakku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah). (Q.S. Lukman [31] 17.)<sup>4</sup>*

Dari ayat tersebut tersirat bahwa aktivitas dakwah menuntut keterlibatan semua umat Islam dalam berbagai profesi dan keahlian, untuk selalu berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran. Hal ini menjadi sebuah isyarat bahwa Agama Islam tidak hanya mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya secara vertikal dalam konteks shalat dalam ayat tersebut (ibadah), tetapi secara horizontal juga mengatur hubungan antar sesama manusia termasuk dalam kegiatan muamalah.

Muamalah atau dalam istilah lainnya adalah kegiatan keekonomian adalah salah satu aspek dari ajaran yang telah melahirkan peradaban Islam yang maju di masa lalu hingga masa sekarang. Kegiatan ekonomi merupakan satu bagian dari syariat Islam, yaitu mengatur kehidupan manusia dengan manusia, masyarakat dan alam. Oleh karena itu ekonomi juga mengandung aspek teologis dan spiritual sebagai satu aspek kehidupan yang sudah tentu diatur oleh Islam. Ekonomi Islam merupakan konsekuensi logis dari kesempurnaan ajaran agama Islam.

Ajaran Islam haruslah dijalankan secara kafah dan komprehensif oleh umatnya. Islam menuntut kepada umatnya untuk mewujudkan keislamannya dalam seluruh aspek kehidupan agar tidak menyimpang dari ajaran Islam, khususnya dalam kegiatan ekonomi, seperti jual beli, gadai, sewa-menyewa kerjasama kerja dan interaksi muamalah lainnya yang sesuai dengan konsep ekonomi dalam ajaran islam. Berdasarkan dua *sunatullah* (ketentuan Allah) diatas tentunya bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa kegiatan dakwah dan kegiatan ekonomi adalah dua perbedaan yang bersandingan dan memiliki keterkaitan yang kuat satu sama lain. Hal ini berbanding lurus dengan kegiatan masyarakat desa Bungbulang yang notabennya sebagai pedagang di pasar dan sekitarnya, berbeda dengan masyarkat yang berada di desa lain yang jauh dari pusat perekonomian seperti pasar pertokoan, pabrik, hotel, perbangan, dan home industri. Masyarakat desa Bungbulang memiliki kesibukan dan aktifitas tersendiri yaitu berdagang di pasar atau sekitarnya sehingga masyarakat lebih cenderung fokus berjualan dan berbisnis.

“Dengan kapasitas pasar terbesar di kecamatan Bungbulang bahkan di bandingkan dari tiga kecamatan terdekat pun seperti pasar mekarmukti dan cikelet pasar desa Bungbulang adalah pasar terbesar saat ini”<sup>5</sup>. Sudah barang tentu dengan kondisi dan letak geografis desa Bungbulang yang setrategis dan peluang mengumpulkan pundi pundi rupiah

<sup>4</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2012), h.

<sup>5</sup> Hasil wawancara, Jaja. *Ketua pengelola pasar Bungbulang*.

terbuka lebar menjadikan keunggulan tersendiri bagi desa ini dan daya tarik yang sangat kuat bagi masyarakat Bungbulang dan sekitarnya untuk berdagang dan bekerja di pasar.

Dari latarbelakang tersebut membuat masyarakat desa Bungbulang lebih banyak memiliki kegiatan sehari-hari dipasar dibandingkan dirumahnya sendiri, lebih banyak kegiatan dipasar dibandingkan kegiatan sosial kemasyarakatan lainnya seperti kegiatan jumsih, kerja bakti, dan pergi kepengajian. Dengan kondisi dan situasi tersebut sudah bisa dipastikan masyarakat desa Bungbulang memiliki batas waktu tertentu dan kegiatan yang beraneka ragam. Dari hasil penelitian tersebut penulis mendapati permasalahan yang sangat kompleks dalam terselenggaranya kegiatan dakwah. Kesibukan masyarakat di pasar dan sekitarnya menjadi sebuah hambatan dalam tersampainya syariat islam juga menjadi problematika berat dalam kegiatan dakwah kepada masyarakat secara menyeluruh. Oleh karenanya dianggap sangat diperlukan sebuah terobosan baru atau setrategi dakwah terbaru terhadap masyarakat di pusat perekonomian sebagai sebuah solusi untuk mencapai tujuan dakwah.

## METODE

Penelitian yang dilakukan berdasar kepada tinjauan secara langsung kepada objek penelitian yang hasilnya berupa deksriptif melalui pengumpulan fakta-fakta dari kondisi alami sebagai sumber langsung dan instrument dari peneliti sendiri, dengan harapan dapat

menghasilkan data yang nantinya menjadi stimulus untuk mengaflikasikan setrategi dakwah yang tepat dan akurat.

## 1. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

### a. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Bungbunlang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut

### B. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari tanggal 02 Mei sampai tanggal 14 Juni 2019

## 2. SUBJEK PENELITIAN

Subjek penelitian ini difokuskan kepada setrategi dakwah dan *mad'u* (masyarakat desa Bungbulang)

## 3. TEKHNIK PENGUMPULAN DATA

### a. Observasi

Observasi dilakukan pada bulan Mei 2019. Observasi di lakukan di Desa Bungbunlang kecamatan Bungbulang kabupaten Garut, dengan memeperhatikan karakteristik masyarakat dan mengamati langsung kegiatan masyarakat sehari-hari.

### b. Wawancara

Pengumpulan data penulis menggunakan wawancara mendalam. Tahapan wawancara yang dilakukan dengan bertanya, menginterpretasi, menyimpulkan, memeriksa, dan verifikasi. Untuk mendapatkan data, penulis menemui langsung subjek penelitian. Wawancara dilakukan secara bertatap muka langsung dengan narasumber yang ada dilapangan atau tokoh masyarakat serta menggunakan alat bantu rekam untuk memback up data wawancara.

## 4. TEKHNIK ANALISIS DATA

Proses analisis data dimulai dengan memahami seluruh data yang telah didapat. Proses analisis yang pertama dengan mempelajari seluruh data yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang berbeda, yang berupa hasil wawancara dan catatan dilapangan. Kemudian membuat rangkuman dari hasil penelitian dan proses terakhir adalah menggabungkan beberapa hasil wawancara yang telah ada.

Adapun sistematis yang dilakukan dalam analisis data adalah:

- a. Mengumpulkan hasil data yang didapat dari interview serta observasi ke narasumber
- b. Menyusun seluruh data yang didapat secara urut dan sesuai dari hasil wawancara
- c. Melakukan interpretasi dari data yang telah disusun
- d. Menuangkan hasil wawancara kedalam bentuk tektual

## PEMBAHASAN DAN TEMUAN

### A. Pembahasan

Strategi secara etimologi atau secara bahasa adalah "cara atau keahlian dalam mengatur atau merencanakan" sedangkan secara terminologi atau istilah strategi berarti "ilmu merencanakan atau mengarahkan sesuatu".<sup>6</sup>

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan *management* untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana tehnik

(cara) operasionalnya.

Kedudukan dakwah dalam Al-Quran dan sunah menempati posisi yang utama, sentral, strategis dan menentukan. Oleh karena itu, dalam melaksanakan kegiatan dakwah masalah materi maupun metode yang tepat menjadi masalah yang tidak boleh diabaikan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan operasional dakwah. Dakwah yang dilakukan sering tidak membawa perubahan apa-apa, pada hal tujuan dakwah adalah mengubah masyarakat sasaran dakwah ke arah kehidupan yang lebih baik dan lebih sejahtera lahir dan batin.<sup>5</sup> Sedangkan dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*.<sup>7</sup> Dalam ilmu bahasa arab, kata dakwah berbentuk sebagai "*isim mashdar*" kata ini berasal dari fi'il (kata kerja) "*da'a-yad'u*" yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan.<sup>8</sup> Menurut pendapat ulama Bashrah, dasar pengambilan kata dakwah itu adalah dari kata *mashdar* yakni *da'watan* yang artinya panggilan. Sedangkan menurut ulama Kuffah perkataan dakwah itu diambil dari akar kata *da'aa* yang artinya telah memanggil.<sup>9</sup> Adapun definisi Dakwah secara istilah menurut Menurut Syekh Ali Mahfudz "Dakwah adalah mendorong manusia kepada kebaikan dan petunjuk, memerintahkan perbuatan yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat".<sup>10</sup> Dari devinisi secara etimologis dan terminologis diatas maka

<sup>6</sup> <http://repository.uin-suska.ac.id>. Diakses tanggal 18 Juni 2019 jam 13.00 wib

<sup>7</sup> Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Cet.I, Jakarta: Kencana, 2006, h.17.

<sup>8</sup> Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996, h.17.

<sup>9</sup> Jurnal setrategi dakwah. wahyu, vol.7 h. 14

<sup>10</sup> Siti Zainab, *Harmonisasi dakwah dan Komunikasi*, Cet.I, Banjarmasin: Antasari Press, 2009, h. 32.

dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah setiap kegiatan mengajak yang dilakukan da'i kepada *mad'u* untuk berbuat baik dan meninggalkan perbuatan tidak baik dengan tujuan mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Menyikapi hal tersebut dirasa sangat penting untuk mencapai kesuksesan tujuan dari dakwah dengan memperhatikan strategi dakwah itu sendiri sebagai upaya optimal dalam kegiatan berdakwah.

Pentingnya strategi dakwah adalah untuk mencapai tujuan, sedangkan pentingnya suatu tujuan adalah untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Fokus perhatian dari ahli dakwah memang penting untuk ditujukan kepada strategi dakwah, karena berhasil tidaknya kegiatan dakwah secara efektif banyak ditentukan oleh strategi dakwah itu sendiri. Dengan demikian strategi dakwah, baik secara makro maupun secara mikro mempunyai fungsi ganda, yaitu: Menyebarkan pesan-pesan dakwah yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.

Adapun strategi dakwah yang dilakukan da'i di lingkungan perekonomian yaitu:

1. Dakwah melalui face to face.

Dipergunakan apabila mengharapkan efek perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari *mad'u*. Sewaktu menyampaikan memerlukan umpan balik langsung (*immediate feedback*).

Dapat saling melihat secara langsung dan bisa mengetahui apakah *mad'u* memperhatikan dan mengerti apa yang disampaikan. Sehingga umpan balik tetap menyenangkan.

Kelemahannya *mad'u* yang dapat diubah tingkah lakunya relative, sejauh bisa berdialog dengannya.<sup>11</sup>

2. Meyilangkan waktu pengajian

Strategi ini penting diperhatikan mengingat masyarakat yang ada di desa bungbulang memiliki berbagai aktivitas dengan waktu yang beragam. Menyikapi hal ini, maka waktu pengajian mingguan ataupun bulanan harus mempertimbangkan kesibukan masyarakat tersebut. Maka dengan menyilangkan waktu pengajian antara satu tempat dengan tempat lainnya ibu-ibu dan bapak-bapak adalah keniscayaan yang harus dilakukan oleh pendakwah.

3. Menguasai materi dakwah dari segi ekonomi.

Materi ceramah yang berisi persoalan ekonomi juga merupakan bagian dari dakwah. sebab, masalah ekonomi dapat berkaitan dengan ketakwaan umat dengan anggapan bahwa *kefakiran mendekatkan dengan kekufuran*. Karenanya, perlu upaya kita kedepan bagaimana ekonomi menjadi baik, dan bagaimana mendapat kemakmuran dari ekonomi sebagaimana sesuai dengan syari'at-syari'at Islam. Sebagaimana firman Allah dalam al-Qu'an surat al-Hasyr ayat 7

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ... ٧

....supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu... (Qs.al-Hasyr [59] 7).<sup>12</sup>

Dan al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 282

بِأَيِّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَعْتُمْ بَيْنَ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ٢٨٢

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai

<sup>11</sup> Amrullah ahmad, dakwah islam dan perubahan sosial, (Yogyakarta: Prima duta,2003), hal.2

<sup>12</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2012), h.518

(seperti berjual beli, utang piutang, sewa menyewa dan sebagainya) untuk waktu yang direntukan, hendaklah kamu menuliskannya...(Qs. Al-Baqarah [2] 282).<sup>13</sup>

### **SIMPULAN**

Kedudukan dakwah dalam Al-quran dan sunah menempati posisi yang utama, sentral, strategis dan menentukan. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan *management* untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana teknik (cara) operasionalnya.

Adapun strategi dakwah yang dilakukan da'i di lingkungan perekonomian yaitu:

1. Dakwah melalui face to face.
2. Meyilangkan Waktu pengajian.
3. Menguasai materi dakwah dari segi ekonomi.

### **REFERENSI**

#### **A. Al-Qur'an dan Hadist**

Abu Abd Allah muhammad ismail ibnu ibrahim bin al-mughiroh ibnu bardizbah al-jum fii al-bukhori, *Shohih Bukhori*, (Yogyakarta: Hikam pustaka, 2002). Etd

#### **B. BUKU**

Amrullah ahmad, dakwah islam dan perubahan sosial, (Yogyakarta: Prima duta,2003), hal.

Jurnal setrategi dakwah. wahyu, vol.7.

Jurnal, Hasan Bisri, *Strategi Da'wah*, vol.7.

Siti Zainab, *Harmonisasi dakwah dan Komunikasi*, Cet.I, (Banjarmasin: Antasari Press, 2009)

Siti Zainab, *Harmonisasi dakwah dan Komunikasi*, Cet.I, (Banjarmasin: Antasari Press, 2009).

Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996).

#### **C. Sumber dari Internet**

<https://nusanthara.wordpress.com/2013/07/12ngabuburit-dalam-arti-sebenarnya/>. (akses 05 juni 2018 - pukul 23.00)

#### **D. Wawancara**

Hasil wawancara, Jaja. *Ketua pengelola pasar Bungbulang*.

---

<sup>13</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2012), h.48