

TRANSFORMASI PERAN DA'I DALAM MENJAWAB PELUANG DAN TANTANGAN (Studi terhadap Manajemen SDM)

Aris Risdiana

Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abstrak

Seiring perkembangan zaman, Dakwah Islam mengalami persoalan yang kompleks terkait dengan masalah kehidupan. Pada dasarnya Agama Islam mampu menjawab segala persoalan yang dihadapi Umat Islam itu sendiri. Hal itu tergantung dari para da'i sejauh mana wawasan dalam melihat realita yang ada. Sehingga perlu adanya muballigh yang mampu memiliki peta dakwah terhadap obyek dakwah terkait dengan problematika, budaya, dan karakter yang berbeda-beda. Sedemikian kompleks permasalahan yang dihadapi mad'u, maka perlu da'i yang mampu menjalani multi peran dalam masyarakat sesuai sosio-historis dalam implementasinya.

Gambaran tentang pengembangan peran da'i akan penulis sampaikan sebagai referensi. Sehingga da'i mampu tampil prima sebagai pribadi-pribadi yang mencerahkan di dalam kehidupan bermasyarakat. Untuk memujudkan hal tersebut, para da'i perlu memahami perannya sebagai komunikator, konselor, problem solver, manajer, dan entrepreneur. Dengan demikian proses Dakwah Islamiyah mampu menjadi proses perubahan sosial melalui komunikasi. Sehingga tercipta masyarakat yang kuat dalam aspek aqidah, akhlak, ibadah dan mu'amalah.

Kata Kunci: Tranformasi Da'i, Peran Da'i, Problematika Dakwah

A. Pendahuluan

Tantangan dalam perspektif kehidupan, sejatinya mengasah kecerdasan dan kreatifitas manusia untuk menyelesaikan dan mengubahnya menjadi harapan. Dalam dataran realitas, problematika yang menyangkut dakwah akan selalu ada selama denyut nadi umat Islam masih berdetak. Tantangan kristenisasi, kebodohan, kemiskinan, tawuran antar warga, maraknya muncul kelompok sempalan yang mengatasnamakan Islam, disharmoni dengan pemerintah, kebebasan pers dan media massa yang tidak terkendali dan bertanggung jawab, merupakan beberapa contoh dari sekian banyak problematika dakwah.

Berbagai permasalahan dakwah di atas memunculkan fakta bahwa profesionalisme seorang da'i dalam pengertian yang luas masih dipertanyakan. *Da'i* sebagai *agent of change* harus mempunyai visi, misi yang jelas, tidak saja menyangkut wawasan Islam yang utuh tapi juga visi menyeluruh tentang problem sosial, ekonomi, politik, budaya dalam mengarahkan umat Islam kepada suatu tatanan yang lebih mapan.

Kata *da'i* digunakan untuk sebutan orang berdakwah atau sebagai sebutan bagi orang yang menyebarkan agama Islam. Umar Hasyim berpendapat bahwa *da'i* mempunyai pengertian pengundang, pengajak, mengundang manusia kepada agama Allah, yakni agar manusia mau beriman dan melaksanakan ajaran-ajaran

Allah SWT.¹ *Da'i* sebagai teladan moralitas, juga dituntut lebih berkualitas dan mampu menafsirkan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Sesuai dengan tuntutan pembangunan umat, maka *da'i* pun hendaknya tidak hanya terfokus pada masalah-masalah agama, tapi mampu memberi jawaban dari tuntutan realitas yang dihadapi masyarakat saat ini.

Islam adalah agama dakwah, yakni agama yang mengajarkan kepada para pemeluknya untuk menyampaikan kebenaran dan kebaikan di tengah masyarakat homogen maupun plural. Dakwah Islamiyah merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat Islam dalam kehidupan sehari-harinya dalam berbagai aspek kehidupan apapun. Sebuah ideologi (agama) jika tidak disosialisasikan kepada masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai cita-cita yang tak akan terwujud jika tidak ada sumber daya manusia yang mau dan mampu menyebarkanluaskannya tanpa memandang waktu, umur, gender maupun jabatan.

Sebuah rencana dan strategi yang baik tidak akan berjalan dengan baik manakala para pelakunya tidak memiliki kapabilitas dan kompetensi yang mumpuni. Menurut Munir Mul Khan, selain *da'i*, perencana dan pengelola dakwah juga dapat disebut sebagai pelaku dakwah. Ketiganya dapat disebut sebagai *da'i* dan memiliki peran sama besar dalam mendukung keberhasilan kegiatan dakwah.

Dakwah pada masa kini harus mencakup dakwah *bil hikmatil hasanah*, meskipun tidak perlu menerapkan keterampilan yang terlalu teknis. Ceramah-ceramah agama idealnya adalah ceramah yang bertepatan kebutuhan nyata masyarakat sehingga pesan dakwah akan sampai kepada *mad'u* secara efektif. Konsep dakwah idealnya adalah dakwah yang tidak menyempitkan cakrawala umat dalam emosi keagamaan dan keterpencilan sosial. Untuk mewujudkan tujuan dakwah, pesan-pesan dakwah hendaknya mampu ditransformasikan dari retorika ke realita. Dengan demikian, umat pun akan merasakan makna satunya kata dengan tindakan.

¹ Umar Hasyim, *Mencari Ulama' Pewaris Nabi*, (Surabaya: Bima Ilmu, 1983), hlm. 135.

Demi mewujudkan tujuan tersebut, perlu adanya sumber daya atau tenaga pelaksana dakwah, yakni *da'i* yang terampil, ahli dan berkualitas secara personal maupun profesional. Majunya perkembangan zaman menimbulkan problematika yang terlalu kompleks untuk diselesaikan dengan cara sederhana. Cukup banyak para *da'i* yang gencar menyuarakan ajaran Islam, namun hasilnya belum mampu mengatasi permasalahan dakwah secara signifikan. Dapat dikatakan bahwa perbandingan antara peningkatan kegiatan dakwah yang dilakukan para *da'i* dengan penyelesaian permasalahan yang ada tidak berbanding lurus. Lantas apa yang menjadi permasalahannya?

Melihat realita dakwah pada saat ini, terdapat beberapa hal yang memicu permasalahan dakwah semakin kompleks. Diantaranya, para *da'i* hanya sekedar menyampaikan ajaran Islam tanpa melakukan evaluasi dan memikirkan sejauh mana keberhasilannya. Dengan kata lain, seorang *da'i* lepas dari tanggung jawab akan keberhasilan dakwah yang dilakukan. Padahal berdakwah tidak sekedar menggugurkan kewajiban, tetapi perlu juga perencanaan yang matang serta evaluasi secara menyeluruh agar kegiatan dakwah yang dilakukan dapat membuahkan hasil maksimal.

Persoalan mendasar lain yang tidak kalah penting ialah masih banyaknya *muballigh* yang belum memiliki peta dakwah, sehingga, meskipun wawasan keagamaan yang dimiliki cukup tinggi, tetapi tidak sesuai dengan obyek dakwah (sasaran dakwah). Sebuah komunitas dalam masyarakat biasanya memiliki problematika, budaya, dan karakter yang berbeda-beda. Meski demikian, masih banyak *muballigh* yang menyampaikan materi dakwah dengan cara yang seragam pada semua kalangan. Istilah barunya seperti 'budaya kaset, yaitu menyampaikan materi dakwah yang sama di mana saja dan untuk siapa saja tanpa memperhatikan kondisi *mad'u*. Jika sistem kerja tersebut dilanjutkan tanpa sebuah pengembangan, maka tujuan dakwah akan sulit tercapai secara maksimal.

Melihat gambaran di atas, subyek dakwah (*da'i/muballigh*) perlu dipersiapkan agar mampu menjalani multi peran dalam masyarakat tanpa menanggalkan identitasnya sebagai seorang pendakwah. Berbagai peran tersebut akan mampu mendukung

fleksibilitas *da'i* ketika berhubungan dengan berbagai komunitas dalam masyarakat yang heterogen. Dengan kata lain, peran *da'i* dalam berbagai bidang merupakan transformasi bentuk dakwah setelah melewati proses sosio-historis dalam implementasinya.

B. Transformasi Dakwah

Kata transformasi dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* berarti perubahan rupa (bentuk, sifat dan sebagainya). Sementara itu dakwah merupakan serangkaian perjuangan keagamaan yang selalu berkaitan dengan aktivitas manajerial (*amaliyyah al idariyyah*) secara profesional untuk mempengaruhi, mengajak, dan menuntun manusia menuju kebenaran Islam. Untuk memperjelas serta mempermudah pemahaman tentang dakwah, dalam tulisan ini akan dibahas pengertian dakwah tersebut dari dua aspek, yaitu bahasa (etimologi) dan aspek istilah (terminologi). Jika dilihat dari segi bahasa, maka dakwah dapat berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong maupun memohon. Adapun ayat yang sejalan dengan pengertian dakwah di atas adalah, *Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"* (QS. Fushilat (41):33).

Dakwah dalam pengertian istilah, telah banyak dikemukakan oleh beberapa pakar keilmuan, di antaranya Masyhur Amin yang menyatakan bahwa dakwah adalah suatu aktivitas yang mendorong manusia memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana, dengan materi ajaran Islam, agar mereka mendapatkan kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan akhirat. Sementara Prof. Dr. M.Quraish Shihab mengatakan, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.² Dengan demikian, dakwah bukanlah terbatas pada penjelasan dan penyampaian semata, namun juga menyentuh aspek pembinaan,

² Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan para Da'i*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), hlm. 20-22.

dan *takwin* (pembentukan) pribadi, manajemen (*nidzam*) keluarga dan masyarakat Islam.

1. *Da'i*

Da'i adalah seseorang yang melakukan ajakan atau orang yang menyampaikan ajaran (*muballigh*). Subjek dakwah merupakan unsur penting dalam pelaksanaan dakwah karena seorang *da'i* akan menjadi pemandu titian yang mengemban misi risalah dan diserukan kepada objek dakwah dengan dalil yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Seorang *da'i* dituntut mampu mengetuk dan menyentuh hati umat yang dihadapinya secara profesional agar misi yang disampaikan dapat diterima oleh umat.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen dalam bahasa Arab berasal dari kata *nadzama-yandzimu-nadzman-nidzaman*, yang berarti mengatur, memberi. Bisa juga bermakna mengatur perkara (*nadzama al-amru*) agar teratur dengan adanya peraturan atau aturan (*nidzam*).³ Manajemen cenderung dikatakan sebagai ilmu terapan. Maksudnya adalah bahwa seorang yang belajar manajemen belum tentu mampu menjadi seorang manajer yang baik. Manajemen yang baik lahir dan dididik, artinya untuk menjadi seorang manajer yang baik haruslah mempunyai bakat sebagai seorang pemimpin, disamping belajar ilmu pengetahuan.⁴

Manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.⁵ Menurut Hadari Nawawi,

³ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta:YPPQ-Hidakarya Agung, 1989), hlm. 19.

⁴ M. Manullang, *Manajemen Personalia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981), hlm. 11-12.

⁵ George R. Terry, Penj. Winarno. *Asas-asas Manajemen, (Principle of Management)*, (Bandung: Alumni, 1996), hlm. 4.

pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia adalah sebagai berikut:

1. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah manusia yang bekerja dilingkungan organisasi (disebut juga personil, tenaga kerja, pekerja atau karyawan).
2. Sumber Daya Manusia adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.
3. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal (*non material/non finansial*) di dalam organisasi bisnis yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (*real*) secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi.⁶

Sedangkan menurut Mangun dalam Suroto, sumber daya manusia adalah semua kegiatan manusia yang produktif dan semua potensinya untuk memberikan sumbangan yang produktif pada masyarakat.⁷ Jadi manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan terhadap kinerja sumber daya manusia yang ada di dalamnya.

C. Peluang dan Tantangan Dakwah Kekinian

Memasuki milenium baru, dunia dakwah sedang menghadapi tantangan baru yang sifatnya lebih sistematis. Pengkajian kembali tentang pengertian, ruang lingkup, dan metode dakwah perlu terus dilakukan. Saat ini, berbagai fenomena sosial yang muncul dari kompleksitas budaya serta masyarakat yang heterogen telah menciptakan “pekerjaan rumah” yang lebih banyak dan lebih luas cakupannya bagi *da'i*. Jika dilihat dari satu sisi, kondisi tersebut membuat tingkat kesulitan *da'i* dalam berdakwah semakin meningkat. Namun di sisi lain, fenomena tersebut dapat dipandang

⁶ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia, untuk Bisnis Yang kompetitif*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998), hlm.40.

⁷ Suroto, *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kerja*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986), hlm.16.

sebagai peluang atau sasaran dakwah yang sangat besar bagi *da'i*. Hal ini menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi dunia dakwah. Tantangan tersebut akan mampu dihadapi dengan memperbaiki performa *da'i* sebagai subjek dakwah utama. Secara garis besar, terdapat tiga masalah klasik yang dapat dilihat dari sisi internal *da'i* sebagai subjek dakwah, yakni:

1. Terjadinya penyempitan makna dakwah dalam sudut pandang *da'i*

Masih banyak *da'i* yang memiliki anggapan bahwa berdakwah cukup dilakukan dengan cara verbal dan sederhana. Akibatnya, tanpa disadari *da'i* memasuki zona nyaman dan sering lupa atau kurang tertarik untuk mengeksplorasi cara dakwah yang lebih beragam. Padahal, lahan dakwah merupakan lautan luas yang sebagian besar wilayahnya masih belum tersentuh secara maksimal. Di sini sangat diperlukan sikap *open minded* dan kesadaran terhadap konsep dakwah yang hakiki, di mana dakwah menjadi bagian dari spirit dan terpancar dalam berbagai bentuk interaksi dengan masyarakat luas.

2. Stagnansi pengembangan ilmu yang dimiliki para *da'i*

Al Quran sebagai wahyu dari Allah merupakan sesuatu yang mutlak dan tidak berubah. Namun, interpretasi dan pemahaman manusia terhadap wahyu tersebut akan selalu berkembang sejalan perubahan zaman. Perkembangan interpretasi inilah yang harus difahami secara baik oleh *da'i* sebagai bahan pengembangan materi dakwah. *Da'i* yang tidak memahami hal ini akan terus melakukan pengulangan materi, bersikap kaku dan fanatik terhadap suatu hukum tanpa menganalisa kondisi masyarakat. Di sisi lain, Budaya kritis yang dimiliki masyarakat masa kini telah menantang *da'i* untuk mengembangkan cara dakwah lama ke dalam bentuk baru.

3. Manajemen dakwah yang dilakukan oleh para *da'i* masih bersifat konvensional

Secara mendasar, kendala dakwah sering timbul dari sisi internal. Kendala tersebut antara lain berupa kelemahan dalam sistem dakwah, kesalahan dalam metode serta kelemahan dalam

sarana dakwah.⁸ Kelemahan tersebut timbul dari adanya cara pandang yang mengidentikkan *da'i* dengan perseorangan, juga keyakinan sebagian orang bahwa pengelolaan dakwah melalui fungsi manajemen merupakan hal tabu karena dianggap sebagai komersialisasi dakwah.

D. Transformasi Peran *Da'i*: Solusi MSDM

Sebuah kata hikmah menyebutkan, *fâqidu asy syai' Lá yu'thi* (seseorang tidak akan mampu memberi jika ia tidak memiliki). Kata hikmah ini seharusnya selalu diingat oleh para *da'i* kapan pun dan dimana pun dia berada. Dakwah adalah kewajiban setiap individu tanpa terkecuali. Satu hal lagi yang perlu digaris bawahi, dakwah tidak hanya identik dengan mimbar, podium, tabligh akbar dan sebagainya. Seorang *da'i* yang betul-betul memahami dakwah dalam maknanya yang lebih luas akan mempergunakan seluruh sarana yang ada sebagai media dakwah.

Dalam masyarakat kita, *da'i* sering diidentikkan dengan seorang ustadz yang selalu berbaju koko, melilitkan serban dilehernya, memakai peci dan membawa tasbih kemana-mana. Cara pandang masyarakat seperti ini tidak selalu salah, namun yang salah adalah ketika penilaian itu menjadi standar mutlak dan tidak bisa diganggu gugat. Masih banyak karakter lain selain *performance* luar yang harus dimiliki seorang *da'i* agar ia bisa berdakwah dengan sukses. Perkembangan kebudayaan dan peradaban masyarakat membuat dakwah harus menghadapi berbagai hal yang beberapa di antaranya merupakan hal baru. Dengan kata lain, pemaknaan dan pelaksanaan dakwah harus mempertimbangkan *social setting* dalam masyarakat.

Penulis mencoba menjabarkan beberapa hal berikut ini sebagai alat bantu untuk memberikan gambaran tentang pengembangan peran *da'i* sehingga mampu tampil prima sebagai pribadi-pribadi yang mencerahkan.

⁸ Wahyu Ilaihi dan Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 238.

1. Da'i sebagai Komunikator

Peranan *da'i* atau *muballigh* sangat penting dan strategis. *Da'i* sebagai sumber daya dakwah utama harus memahami dan melaksanakan semua langkah strategis yang diuraikan di muka, yaitu mengenal khalayak, merencanakan pesan, menetapkan metode dan memilih media serta mewarnai media massa dan media interaktif sesuai kondisi khalayak yang dijadikan sasaran (publik). *Da'i* adalah komunikator dakwah yang terdiri atas individu atau individu-individu yang terhimpun dalam suatu lembaga dakwah (organisasi sosial). *Da'i* atau *muballigh* dapat juga merupakan orang-orang yang terlembagakan dalam media massa (pers, film, radio dan televisi).

Peradaban masa kini lazim disebut peradaban masyarakat informasi, dimana informasi menjadi salah satu komoditi primer dan bahkan dapat menjadi sumber kekuasaan karena dengan informasi, pendapat umum (*public opinion*) dapat dibentuk untuk mempengaruhi serta mengendalikan pikiran, sikap, perilaku orang lain.⁹ Itu sebabnya dakwah sebagai salah satu bentuk penyampaian informasi tentang ajaran agama harus dilakukan oleh seseorang yang memiliki pengetahuan memadai berkaitan dengan ilmu komunikasi. Dapat dikatakan bahwa, *da'i* dituntut untuk menjadi komunikator yang baik.

Beberapa hal yang harus dimiliki *da'i* untuk menjadi komunikator yang baik antara lain:

a. Memiliki kemampuan retorika

Kemampuan retorika bukan hanya berkenaan dengan kemampuan mengekspresikan materi dakwah secara verbal, namun juga menyangkut *style* atau gaya khas *da'i* dalam menyampaikan materi dakwah. *Style* tersebut tidak perlu dibuat-buat, namun perlu dilatih secara praktis dan sesuai dengan kepribadian *da'i* sehingga *da'i* merasa nyaman menggunakannya.

b. Memiliki pengetahuan dasar tentang psikologi individu serta sosial

Ilmu psikologi merupakan ilmu pendamping dalam membantu *da'i* menentukan karakteristik, kecenderungan serta

⁹ Fathul Wahid, *-E-Dakwah: Dakwah Melalui Intenet*, (Yogyakarta: Gava Media, 2004), hlm. 19.

kondisi *mad'u*, sehingga mampu menentukan materi dakwah dan cara penyampaianya secara tepat. Ilmu ini dapat dipelajari dengan mengikuti berbagai pelatihan atau secara otodidak lewat membaca buku serta berbagi pengalaman sesama *da'i*.

- c. Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan berbagai media untuk kegiatan dakwah

Sudah bukan zamannya lagi seorang *da'i* gagap teknologi. Perkembangan media elektronik dan sosial saat ini membuat arus informasi mengalir begitu deras kepada masyarakat tanpa terbandung. Sesudah melihat banyak hal baru, tentunya *mad'u* akan kehilangan minat ketika mendengarkan dakwah yang disampaikan ala kadarnya. Dibutuhkan kemasan yang menarik untuk membangkitkan kembali minat *mad'u*. *Da'i* dapat memanfaatkan media sosial untuk mengemas materi dakwah menjadi lebih hidup, misalnya dengan menampilkan cuplikan video, foto atau gambar yang dapat membantu *mad'u* memahami materi dakwah.

2. Da'i sebagai konselor

Da'i sebagai konselor, pada dasarnya merupakan interaksi timbal-balik yang di dalamnya terjadi hubungan saling mempengaruhi antara konselor sebagai pihak yang membantu dan klien sebagai pihak yang dibantu. Hanya saja, mengingat konselor diasumsikan sebagai pribadi yang akan membimbing konseli dalam mencapai tujuan tertentu, maka dalam relasi ini sangat dibutuhkan adanya kapasitas tertentu yang harus dimiliki oleh seorang konselor. Kualitas konselor adalah semua kriteria keunggulan termasuk pribadi, pengetahuan, wawasan, keterampilan, dan nilai-nilai yang dimiliki konselor, yang akan menentukan keberhasilan (efektivitas) proses bimbingan dan konseling. Salah satu kualitas yang kurang dibicarakan adalah kualitas pribadi konselor, yang menyangkut segala aspek kepribadian yang amat penting dan menentukan efektivitas konseling.¹⁰ *Da'i* sebagai seorang konselor harus mampu berperan

¹⁰ Willis Sofyan S., *Konseling Individual Teori dan Praktek*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 79.

antara lain:

a. Mendampingi dan membina masyarakat

Cara ini tidak harus diaplikasikan secara formal dan kaku, namun dapat mengalir sejalan dengan pergaulan da'i dalam masyarakat. Kuncinya adalah *da'i* mampu masuk ke dalam setiap lapisan masyarakat, baik dalam komunitas yang taat beribadah, komunitas yang awam terhadap pengetahuan agama, bahkan juga komunitas non muslim. Dalam hal ini *da'i* perlu belajar untuk bersikap toleran dan fleksibel demi kepentingan dakwah. Artinya, ketika *da'i* mendapati kondisi yang menyimpang menurut ajaran agama, *da'i* tidak harus tergesa-gesa menghakimi dan mengeluarkan pernyataan tentang benar atau salahnya sebuah kejadian. *Da'i* perlu mencari tahu sebab kejadian, mendalami karakteristik komunitas yang melakukan penyimpangan, menentukan solusi yang tepat dan mengimplementasikan solusi secara bertahap sehingga masyarakat tidak menjauh karena merasa digurui.

b. Mendampingi dan membina *muallaf*

Hingga saat ini, masih banyak *muallaf* yang belum mendapatkan bimbingan dan pembinaan secara maksimal. Padahal tidak sedikit *muallaf* yang demi hijrah ke agama Islam telah rela kehilangan harta dan keluarga, sehingga harus memulai lagi dari nol. Dalam kondisi tersebut, jangan sampai mereka merasa sendirian, karena pada dasarnya begitu masuk Islam, mereka adalah saudara seiman bagi seluruh umat Islam. Kenyataannya, sebagian besar *da'i* masih kurang menaruh minat pada pekerjaan besar ini. *Da'i* dapat berperan serta dengan bergabung ke dalam lembaga dakwah yang concern terhadap pembinaan *muallaf*. Dengan peran ini *da'i* mendapatkan dua hal sekaligus, yakni melaksanakan pengabdian terhadap agama dan mendapatkan pengalaman serta nilai-nilai kehidupan yang berharga dari *muallaf* binaan, yang nantinya dapat memperkaya materi dakwah.

c. Mendampingi dan membina organisasi sosial keagamaan

Perkembangan interpretasi manusia terhadap ajaran agama telah memunculkan berbagai kelompok keagamaan. Biasanya,

kelompok tersebut terbentuk dari sekumpulan orang yang memiliki kesamaan prinsip atau pemahaman dalam beragama. Pendampingan dan pembinaan *da'i* terhadap kelompok semacam ini sangat penting untuk mencegah sikap fanatisme berlebihan dan menumbuhkan toleransi antar kelompok keagamaan yang berbeda. usaha ini akan mengurangi resiko terjadinya disintegrasi yang pada akhirnya akan memicu konflik dalam masyarakat. Dalam hal ini, *da'i* perlu memperkaya pengetahuan tentang keragaman interpretasi dalam beragama dengan mencari kasus-kasus keagamaan di berbagai daerah dan manca negara, mengamati bagaimana masalah tersebut diselesaikan, serta menganalisa sejauh mana tingkat keberhasilan dalam penyelesaian kasus tersebut.

d. Mendampingi dan membina anak muda

Generasi muda merupakan investasi bagi sebuah bangsa. Sedemikian pentingnya, sehingga jika generasi muda mengalami kerusakan moral, maka bangsa tersebut dapat dianggap telah rusak. Arus globalisasi serta westernisasi lewat berbagai media terlalu deras untuk ditahan, maka yang dapat dilakukan adalah mengawasi serta menanamkan filter sekuat mungkin pada generasi muda. Untuk melakukan hal ini, *da'i* perlu memahami jiwa generasi muda, memikirkan berbagai kegiatan positif dan menggerakkan anak-anak muda di sekitar lingkungan *da'i* dalam pelaksanaannya. Dengan keikutsertaannya, anak muda akan belajar melaksanakan tanggung jawab, menemukan identitas diri sekaligus menyalurkan energi dengan cara yang benar.

Kemampuan *da'i* sebagai konselor dapat diasah setidaknya lewat tiga cara. *Pertama*, membangun hubungan pribadi dengan *mad'u*. *Da'i* perlu membangun keakraban dan mengenal *mad'u* secara personal, sehingga *mad'u* bersedia membuka diri. Hal ini dapat memudahkan *da'i* dalam mengidentifikasi akar masalah pada diri *mad'u* dan menetapkan langkah tepat sebagai solusinya. *Kedua*, menumbuhkan sikap pengertian terhadap kecenderungan *mad'u*. *Da'i* perlu memahami kondisi jiwa *mad'u*. sebuah solusi yang seharusnya efektif bisa menjadi tidak berarti jika diterapkan pada *waktu yang salah*. Dengan melihat sikap mental *mad'u*, *da'i* dapat

memilih mana solusi yang bisa diterapkan saat itu, dan mana yang harus menunggu kesiapan *mad'u*. *Ketiga*, bersikap sabar terhadap *mad'u*. Pada dasarnya, sesuai dengan fungsi ajaran Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*, tujuan dakwah *da'i* adalah terciptanya kebaikan umat secara umum, bukan hanya orang Islam. Secara otomatis, *da'i* akan menghadapikondisi yang berbeda dari berbagai komunitas dalam masyarakat. Kemampuan *da'i* dalam bergaul memiliki peran besar dalam menentukan penerimaan berbagai komponen masyarakat yang heterogen tersebut. Dalam hal ini, fleksibilitas dan toleransi *da'i* menjadi kunci penghubung interaksi antara *da'i* dengan masyarakat.

Syarat utama untuk mengembangkan peran *da'i* sebagai seorang konselor adalah kepercayaan. Sebagaimana diketahui, nabi Muhammad saw dikenal sebagai *al-amin* (yang terpercaya). Gelar ini diberikan karena setiap sikap, tindakan dan perkataan beliau merupakan sesuatu yang membawa nilai positif dan kebenaran, sehingga timbul kepercayaan di hati masyarakat terhadap beliau. Nabi Muhamamd saw telah tercatat dalam sejarah umat manusia sebagai tokoh nomor satu dari 100 tokoh dunia yang berhasil menggerakkan perubahan dengan pendukung yang sangat besar. Fakta ini membawa pesan bahwa *da'i* harus mampu mengambil tempat di hati masyarakat sebagai sosok yang dapat dipercaya. Dengan kata lain, dakwah harus dimulai dari diri para *da'i* dan muballigh agar terpercaya dalam masyarakat sebagai seorang yang dapat dipegang kredibilitasnya.

3. *Da'i sebagai Problem Solver*

Da'i masa kini bukan hanya dibutuhkan sebagai penyampai ajaran agama, namun juga sebagai pemecah masalah yang timbul dari proses penginterpretasian dan pelaksanaan ajaran agama. Seringkali, *mad'u* mengalami kendala ketika berusaha mempraktekkan apa yang telah ia dengar dan pelajari. *Da'i* harus siap menerima pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan penyelesaian masalah *mad'u*. Untuk membekali diri, terdapat beberapa poin yang perlu dilakukan oleh *da'i*:

- a. Memperbanyak data tentang berbagai permasalahan dakwah. Data ini dapat dicari lewat buku, media elektronik, media cetak, maupun pada berbagai lembaga dakwah.
- b. Memahami setting sosial masyarakat setempat.
Da'i perlu memahami kondisi sosio kultural dan kebiasaan masyarakat tempat ia berdakwah. Dengan memahami kecenderungan masyarakat, *da'i* bahkan dapat memperkirakan permasalahan yang mungkin terjadi serta mempersiapkan solusi.
- c. Mampu berbaur dengan berbagai lapisan masyarakat.
Kemampuan *da'i* dalam bergaul dengan berbagai lapisan masyarakat sangat mempengaruhi perkembangan dan keberhasilan dakwahnya. Secara faktual, banyak *da'i* yang menjaga citra diri dengan cara kaku dan tidak proporsional. *Da'i* bersikap layaknya priyayi yang hanya bisa tersentuh oleh segelintir orang. sikap tersebut membuat dakwah yang dilakukan *da'i* terkesan eksklusif dan tidak terserap secara merata di kalangan masyarakat. Untuk mengantisipasi hal ini, *da'i* perlu memperluas pergaulan dengan banyak pihak dan tidak terlalu bersikap formal. Sesekali, tidak mengapa jika *da'i* ikut nimbrung di angkringan atau mentraktir beberapa warga ke warung lesehan. Dalam kondisi santai, seringkali seseorang akan bersikap lebih terbuka dan bersedia mengemukakan pendapat serta permasalahan secara jujur.
- d. Bekerja sama dengan organisasi sosial keagamaan masyarakat.
Bekerja secara bersama-sama akan terasa lebih ringan daripada bekerja sendirian. Prinsip ini dapat pula diadopsi oleh *da'i*. Kerja sama yang dilakukan *da'i* dengan organisasi sosial keagamaan dapat membantu menampung masalah, menambah sumber daya manusia serta memperluas jaringan dakwah *da'i*. Secara tidak langsung, *da'i* telah memberdayakan *mad'u* dan melakukan dakwah partisipatoris dimana *mad'u* secara otomatis menjadi kader dakwah yang akan melanjutkan dan mengembangkan dakwah *da'i* dalam masyarakat.

Dengan memahami dakwah sebagai pemecahan masalah diharapkan membuahkan tiga kondisi: pertama, tumbuhnya

kemandirian dan kepercayaan umat serta masyarakat sehingga berkembang sikap optimis. *Kedua*, tumbuhnya kepercayaan terhadap kegiatan dakwah guna mencapai tujuan kehidupan yang lebih ideal. *Ketiga*, berkembangnya suatu kondisi sosial dan ekonomi, politik serta iptek sebagai landasan peningkatan kualitas hidup umat. *Keempat*, dengan strategi dakwah partisipatoris, di mana *da'i* bersama-sama masyarakat terlibat langsung dalam hal memecahkan problem yang dihadapi.¹¹

4. *Da'i* sebagai Manajer

Sebagai sumber daya utama dakwah, *da'i* harus mampu mengelola kegiatan dakwah agar berjalan sinergis, efektif dan efisien. Dengan kata lain, *da'i* masa kini harus memiliki kemampuan dan menjalani peran sebagai manajer kegiatan dakwah. Terdapat beberapa indikator kemampuan *da'i* sebagai seorang manajer:

a. Mampu memimpin diri sendiri

Konsep *ibda' bi nafsiy* merupakan prinsip yang selalu relevan sepanjang sejarah dakwah. *Da'i* harus mampu membentuk dirinya menjadi profil yang penuh dengan nilai-nilai positif, sehingga *mad'u* bersedia mempercayai bahwa *da'i* tersebut akan mengantarkan mereka ke arah yang sama.

b. Menjadi motivator umat

Motivasi terbesar yang dapat dilakukan *da'i* terhadap umat adalah dengan mengembangkan kualitas diri sedemikian rupa, sehingga *mad'u* dapat melihat melalui profil *da'i* bahwa tidak ada hal yang mustahil dilakukan jika mereka bertekad kuat dan berusaha keras mencapainya.

c. Mampu mengelola dan mengorganisasikan kegiatan dakwah.

Da'i perlu mempelajari ilmu manajemen dan mengaplikasikannya dalam proses dakwah dengan merencanakan, mengorganisasikan serta mengevaluasi kegiatan dakwah. Kemampuan ini bisa dipelajari dengan mengikuti berbagai kegiatan ilmiah

¹¹Andy Dermawan, *Ibda' Binafsika Menggagas Paradigma Dakwah Partisipatoris*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), hlm. 109.

berupa pelatihan atau workshop manajemen dakwah yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah maupun lembaga swasta.

5. *Da'i sebagai Entrepreneur*

Dakwah merupakan bentuk pengabdian terhadap agama, dan karena itu butuh keikhlasan untuk melaksanakannya tanpa mengharapkan balasan. Meski demikian, seorang *da'i* tentu membutuhkan jaminan finansial untuk menghidupi dirinya serta keluarganya. Dengan kondisi ekonomi yang stabil, kegiatan dakwah dapat dilaksanakan dengan perasaan ringan. Selayaknya, *da'i* tidak bersikap pasif dengan menunggu uluran tangan orang lain. *Da'i* perlu secara proaktif memulai usahanya sendiri. Beberapa hal yang harus dimiliki *da'i* untuk berwirausaha adalah:

a. Berani memulai

Memulai sebuah usaha tentu tidak mudah. Diperlukan keberanian besar dan mental yang kuat untuk menghadapi setiap kemungkinan. Namun dalam hal ini, *da'i* memiliki keuntungan, yakni bisa memanfaatkan jaringan dakwah yang telah dimiliki untuk mempromosikan usahanya

b. Pantang menyerah

Dalam setiap usaha selalu ada kemungkinan terburuk, yakni kegagalan. Jika hal ini benar-benar terjadi, *dai* harus menyiapkan mental dan tidak menyerah dengan berhenti berwirausaha. Kegagalan tersebut dapat dijadikan pelajaran untuk memperbaiki sistem usaha selanjutnya.

c. Siap bekerja keras

Usaha yang baru dibangun biasanya membutuhkan waktu untuk dapat berjalan dengan stabil. Untuk itu, diperlukan kerja keras dan dedikasi dalam mempertahankan bisnis atau usaha. Biasanya, masa kritis dalam wirausaha dialami dalam dua tahun pertama. Masa awal ini digunakan sebagai masa promosi dan menjangkau pelanggan atau klien. Jika usaha dapat bertahan sampai satu tahun pertama, maka tahun berikutnya dapat difokuskan untuk mengembalikan modal dan menghasilkan

keuntungan. *Da'i* yang sukses dalam berwirausaha dapat memberdayakan masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian, *da'i* mampu menjadi penggerak ekonomi dan bukan sekedar penyampai ajaran agama.

Multi peran *da'i* dalam dunia dakwah merupakan tantangan besar yang harus dihadapi pelaku dakwah. Kesiapan sumber daya manusia dakwah untuk menghadapinya akan mengubah tantangan tersebut menjadi peluang besar terhadap peningkatan keberhasilan dakwah. Transformasi peran *da'i* dapat dianggap berhasil jika mampu secara partisipatif mengantarkan umat menuju perubahan sosial, ekonomi, politik serta budaya ke arah yang lebih baik.

E. Penutup

Proses perubahan dalam dakwah dimulai dari perubahan diri para pelaku sejarah dan peradaban, mereka menjadi sumber daya manusia unggul bernilai ganda. Dengan demikian dakwah memiliki dua peran yang saling terkait, yaitu dakwah sebagai proses komunikasi dan proses perubahan sosial. Dakwah sebagai proses komunikasi berperan menyampaikan pesan-pesan komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) lewat media, agar terjadi perubahan pada diri komunikan, baik dalam pengetahuan, sikap dan tindakan. Atau dengan kata lain perubahan dalam aspek akidah, akhlak, ibadah dan mu'amalah

Sedangkan dakwah sebagai proses perubahan sosial, ia berperan dalam upaya perubahan nilai dalam masyarakat, sesuai dengan tujuan-tujuan dakwah Islam. Sebab dakwah pada hakikatnya adalah aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia dengan menggunakan cara tertentu.

Transformasi peran da'i bukan hanya sebagai penyampai pesan wahyu akan tetapi harus mampu memiliki kemampuan 1) da'i

sebagai konselor, 2) da'i sebagai fasilitator/mediator, 3) da'i sebagai manajer, 4) da'i sebagai problem solver, 5) da'i sebagai enterpreuneur. Akhirnya sebagai penutup, setiap *da'i* atau *mubaligh* harus "sholeh" secara pribadi dan "sholeh" secara sosial. Selanjutnya kedua kesholehan tersebut diintegrasikan dan disinergikan untuk tampil sebagai "aktor" guna membawa perubahan ke arah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, Andy, *Ibda' Binafsika Menggagas Paradigma Dakwah Partisipatoris*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007.
- An-Nabiry, Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan para Da'i*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- Wahid, Fathul, *-E-Dakwah: Dakwah Melalui Intenet*, Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- Terry, George R., Penj. Winarno. *Asas-asas Manajemen, (Principle of Management)*, Bandung: Alumni, 1996.
- Nawawi, Hadari, *Manajemen Sumber Daya Manusia, untuk Bisnis Yang Kompetitif*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998.
- Manullang, M., *Manajemen Personalialia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981.
- Yunus, Mahmud, *Kamus Arab-Indonesia*, Jakarta: YPPPQ-Hidakarya Agung, 1989.
- Suroto, *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kerja*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986.
- Hasyim, Umar, *Mencari Ulama' Pewaris Nabi*, Surabaya: Bima Ilmu, 1983.
- Ilaihi, Wahyu dan Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Willis Sofyan S., *Konseling Individual Teori dan Praktek*, Bandung: Alfabeta, 2007.