

## Strategi Pengembangan Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah dengan Kerangka SWOT

Candra Darmawan<sup>1</sup>, Munqizah Husna Bt Zaidi<sup>2</sup>

**Abstract:** *The purpose of this research is to know and meet the development plan of Manajemen Dakwah Department, UIN Raden Fatah in period 2017-2020. This is based on a tracking of the reality of the new study da'wah management process and requires new strategies. The analysis was performed using the SWOT framework. Methodologically this study was conducted using a qualitative approach described descriptively. The results of this study show that there are still many weaknesses in the MD program, in addition to the strength and opportunities available. Therefore, there needs to be a special strategy of socialization and publication, maturing and adjusting the curriculum, multiplying MoU with various other parties, conducting student practice in related institutions, reproducing scientific works and concrete lecturer's work, doing their own procurement to complete laboratory needs, encouraging lecturers to continuing S-3 studies, cooperation with other parties for the procurement of laboratory equipments, working on cooperation that impact on the improvement of infrastructure and infrastructure facilities.*

**Keywords :** *Development, Management, Dakwah*

**Abstrak:** *Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memenuhi rencana pengembangan Manajemen Dakwah Department, UIN Raden Fatah periode 2017-2020. Ini didasarkan pada pelacakan realitas proses manajemen da'wah studi baru dan membutuhkan strategi baru. Analisis dilakukan menggunakan kerangka kerja SWOT. Secara metodologis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dideskripsikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak kelemahan dalam program MD, di samping kekuatan dan peluang yang tersedia. Oleh karena itu, perlu ada strategi khusus sosialisasi dan publikasi, pendewasaan dan penyesuaian kurikulum, memperbanyak MoU dengan berbagai pihak lain, melakukan praktik mahasiswa di instansi terkait, mereproduksi karya ilmiah dan kerja dosen konkrit, melakukan pengadaan sendiri untuk melengkapi kebutuhan laboratorium. , mendorong dosen untuk melanjutkan studi S-3, kerjasama dengan pihak lain untuk pengadaan peralatan laboratorium, bekerja sama yang berdampak pada peningkatan infrastruktur dan fasilitas infrastruktur.*

**Katakunci:** *Pengembangan, Manajemen, Dakwah*

---

<sup>1</sup> Dosen tetap Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Email: candarmawan\_uin@radenfatah.ac.id

<sup>2</sup> Kolej Universiti Islam Zulkifli Muhammad (KUIZM). Email: hayatunmahabbah@gmail.com

## **Pendahuluan**

Dakwah (Natsir, 1996; 106) adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dan tingkah laku dari pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.

Untuk menghadapi masalah dakwah yang semakin berat dan meningkat, penyelenggaraan dakwah tidak mungkin dapat dilakukan oleh orang seorang secara sendiri-sendiri dan secara sambil lalu saja. Tetapi harus diselenggarakan oleh para pelaksana dakwah secara terpadu, terstruktur, menggunakan ragam media, memiliki target audiens yang jelas, mempunyai metode tertentu, dan mengerahkan berbagai macam sumber daya yang dimiliki. Ini karena persoalan dakwah dan persoalan umat sekarang ini sudah sangat kompleks dan variatif sekali (Razzaq, 2017).

Kemampuan untuk mengidentifikasi masalah, kemudian menyusun rencana yang tepat, mengatur dan mengorganisir para pelaksana dakwah dalam kesatuan-kesatuan tertentu, selanjutnya menggerakkan dan mengarahkannya pada sasaran-sasaran atau tujuan yang dikehendaki, begitu pula kemampuan untuk mengawasi atau mengendalikan tindakan-tindakan dakwah, dapatlah disebut dengan satu istilah “manajemen” (Soleh, 1996).

Manajemen, baik secara ilmu (*science*), maupun sebagai seni (*art*), pada mulanya tumbuh dan berkembang dikalangan dunia industri dan perusahaan (*business*). Akan tetapi dalam perkembangan selanjutnya ternyata sangat diperlukan dan bermanfaat bagi setiap usaha dalam berbagai lapangan. Usaha dakwah yang lebih luas, dalam konteks ini maka pelaku dakwah untuk menampilkan ajaran Islam secara rasional dengan memberikan interpretasi kritis untuk merespon nilai-nilai yang masuk melalui berbagai informasi dari seluruh penjuru dunia. Dakwah juga harus menampilkan Islam sebagai icon rahmat semesta alam, bukan saja pada aspek kehidupan bagi umat Islam tetapi juga umat yang lainnya sebagai keuniversalannya. Untuk mencapai tujuan ini

secara maksimal, maka disinilah letak signifikannya manajemen dakwah untuk mengatur dan mengantarkan dakwah tepat sasaran dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Setiap usaha, apapun tujuannya, hanya dapat berjalan secara efektif dan efisien, bilamana sebelumnya sudah dipersiapkan dan direncanakan terlebih dahulu dengan matang (Sholeh, 1996). Demikian pula usaha dakwah Islam yang mencakup segi-segi yang sangat luas itupun hanya dapat berlangsung dengan efektif dan efisien, bilamana sebelumnya sudah dilakukan tindakan-tindakan persiapan dan perencanaan secara matang pula.

Efektivitas dan efisiensi dalam penyelenggaraan dakwah adalah merupakan suatu hal yang harus mendapatkan perhatian. Penyelenggaraan dakwah dikatakan berjalan secara efektif dan efisien bilamana penyelenggaraan dakwah itu dahului dengan tindakan perencanaan.

Pada konteks inilah berdirinya Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah, adalah bagian dari upaya menjawab masalah-masalah tersebut. Sebagai prodi baru, yang secara operasional baru mulai menerima mahasiswa baru dan melaksanakan perkuliahan sejak September 2016 lalu, banyak tanggung jawab dakwah dan beban ke depan yang disandangkan ke pundak prodi ini. Apalagi, peminatan atau konsentrasi dari prodi ini adalah manajemen haji-umroh dan lembaga keuangan Islam.

Program studi Manajemen Dakwah di Universitas Negeri Islam (UIN) Raden Fatah Palembang masih sangat baru, yang resmi dikeluarkan izinnya pada tanggal 13 Agustus 2015. Jurusan ini memiliki tanggung jawab menghasilkan lulusan atau sarjana yang mampu terserap oleh dunia kerja. Lebih dari itu, sarjana yang lulus dari prodi ini diharapkan memiliki integritas keislaman dan kompetensi di bidang manajemen dakwah. Terutama dalam bidang haji dan umrah, mampu berkarya, dan memberi peran positif bagi masyarakat luas. Lebih dari itu, sarjana yang lulus dari prodi ini diharapkan memiliki integritas keislaman dan kompetensi di bidang manajemen dakwah. Terutama dalam bidang haji dan umrah, mampu berkarya, dan memberi peran positif bagi masyarakat luas.

Keberadaan prodi ini ternyata mendapat sambutan positif dari publik, terutama di Sumatera Selatan. Pada penerimaan perdana mahasiswa baru, tercatat setidaknya ada

69 mahasiswa baru yang diterima, dan sekarang sedang menjalani perkuliahan awal. Ini respon yang bagus, karena prodi ini belum melakukan upaya sosialisasi apapun.

Akan tetapi sebagai sebuah prodi baru yang memiliki jangkauan misi jauh ke depan, prodi ini tentu masih memiliki berbagai masalah dan tantangan tersendiri. Keterbatasan sumber daya manusia, terutama jumlah dan kualifikasi dosen, sarana prasarana, pemantapan kurikulum, jaringan kerjasama dan dukungan dari pihak luar, serta masalah-masalah internal lainnya, belum terselesaikan. Inilah perlunya sebuah *grand strategy* tentang apa dan bagaimana prodi manajemen dakwah ini harus dikembangkan di masa depan. Strategi manajemen yang baik sangat diperlukan dan terutama penerapan manajemen strategik (Nugroho, 2004: 164). Langkah-langkah dan metode apa yang mesti dilakukan, persiapan apa yang harus dibuat, peluang apa yang harus disikapi, kelemahan apa yang harus ditanggulangi, dan aspek lainnya yang harus diperhitungkan. Disinilah perlunya riset ini dilakukan, yaitu menemukan dan menyusun sebuah formula lengkap tentang rencana pengembangan prodi manajemen dakwah di masa datang, paling tidak untuk periode 2017-2027, untuk 10 tahun ke depan.

Oleh karena itu, dengan menggunakan perspektif teori Analisa SWOT (LPPM UI, 2007), maka diuraikanlah persoalan-persoalan seputar pengembangan program studi Manajemen Dakwah untuk periode 2017-2027. Fokusnya adalah pada kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) sehingga didapatkan nantinya strategi pengembangan yang lebih baik.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pemaparan secara deskriptif terhadap semua permasalahan. Menggunakan kerangka analisis SWOT, maka masing-masing unsur dijabarkan yang mengarah pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pengembangan prodi manajemen dakwah. Selanjutnya analisis dilakukan dengan memaksimalkan analisis terhadap segala peluang dan kemungkinan yang ada. Objek kajian terfokus pada prodi manajemen dakwah dengan melihat semua unsur yang ada, mulai dari kurikulum, mahasiswa, dosen, sarana prasarana dan berbagai dokumen pelengkap lainnya.

### **Pembahasan**

Sebagaimana teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu analisis SWOT (*Strength/Kekuatan, Weakness/Kelemahan, Oportunity/Peluang, Threats/Tantangan*) dalam konteks perencanaan pengembangan Program Studi Manajemen Dakwah, maka pembahasan berikut ini membicarakan tentang hal tersebut. Pembahasan tentang hal ini akan menunjukkan masing-masing aspek, sebagai bentuk pengembangan Program Studi Manajemen Dakwah. Aspek kekuatan dan kelemahan merupakan aspek yang berhubungan dengan sisi internal dari Prodi Manajemen Dakwah dan Fakultas Dakwah sendiri, sementara aspek peluang dan tantangan merupakan aspek yang berasal dari luar lembaga.

#### **A. Kekuatan**

Secara internal, Prodi MD sudah memiliki kekuatan-kekuatan tersendiri. Kebijakan pendirian program studi ini di tahun 2015, sebenarnya juga didasarkan pada kekuatan yang sudah dimiliki. Adanya keyakinan ini yang kemudian menyebabkan perlunya dibuka program studi manajemen dakwah. Saat sekarang beberapa bentuk kekuatan yang bisa dimunculkan adalah sebagai berikut.

##### **1. Tenaga pengajar mencukupi**

Kecukupan tenaga pengajar sebenarnya adalah syarat standar dari sebuah program studi, yang nantinya akan menentukan boleh atau tidaknya sebuah program studi untuk dibuka atau diteruskan. Prodi MD sampai saat ini sudah memiliki syarat minimal, yaitu 6 orang dosen dengan kualifikasi S2. Ini adalah modal utama, karena kemudian legalitas prodi menjadi syah, sebagaimana standar nasional pendidikan tinggi yang telah ditetapkan Dikti. Pemenuhan standar awal ini sudah sebuah prestasi yang kiranya menjadi kekuatan tersendiri bagi Prodi MD.

Tabel 1

Daftar Nama Dosen Prodi MD yang sesuai dengan keahliannya

No	Nama Dosen	Pendidikan	Bidang Keahlian
1	Candra Darmawan, M.Hum	S1. Dakwah S2. Islam di Indonesia	Ilmu Komunikasi Komunikasi Dakwah
2	Reza Pahlevi, MA	S1 Komunikasi Penyiaran Islam S2 Studi Islam	Manajemen Pers Dakwah Human Relation

3	Dra. Hj. Dalinur M. Nur, MM	S1 Perbandingan Agama S2 Manajemen SDM	Dakwah Multikultural Pengantar Manajemen dan Manajemen SDM
4	Hidayat, HT, S.Ag, M.Hum	S1 Dakwah S2 Perabadian Islam	Ilmu Dakwah Psikologi Dakwah
5	Nurseri Hansah Nasution, M.Ag	S1 Komunikasi Penyiaran Islam S2 Peradaban Islam	Metodologi Pengembangan Dakwah Filsafat Dakwah
6	Anang Waliyan, MA.Hum	S1 Komunikasi Penyiaran Islam S2 Studi Islam	Komunikasi Dakwah Sejarah Dakwah

Kecukupan dosen dengan syarat minimal adalah 6 orang sudah terpenuhi. Dosen ini. Dosen ini sudah sangat memadai karena untuk program studi yang baru berdiri sejak 2016 lalu, maka jumlah dosen ini sudah memenuhi rasio. Secara internal, kecukupan dosen ini sudah menjadi sebuah kekuatan tersendiri.

## 2. Memiliki gedung sendiri

Prodi MD merupakan bagian integral dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah. Fakultas ini sudah berdiri sejak lama, dan Prodi MD adalah prodi yang terbaru berdirinya. Oleh karena itu, secara kelengkapan sarana prasarana, bisa dipastikan Prodi MD sudah memiliki kelengkapan yang bisa dikatakan memadai, terutama untuk kelengkapan standar. Sarana yang sudah dimiliki saat ini adalah, ruang perkuliahan yang cukup, ruang kantor Ka Prodi, ruang Tata Usaha yang menginduk ke Fakultas Dakwah, ATK untuk perkuliahan yang memadai, ruang seminar yang menginduk ke Fakultas Dakwah, perpustakaan fakultas, sarana pembelajaran seperti in focus, papan tulis dan sebagainya. Semua kelengkapan ini sudah memadai dan semuanya adalah milik sendiri.

Adanya kelengkapan sarana prasarana merupakan kekuatan tersendiri bagi Prodi MD, dan ini memberikan kemudahan secara manajerial dan juga secara praktis dalam pelaksanaan perkuliahan. Koordinasi ke mahasiswa dan juga koordinasi ke dosen-dosen sangat dimungkinkan untuk dilakukan.

Tabel 2.

Data sarana dan prasarana Fakultas Dakwah dan Komunikasi

No.	Jenis Prasarana	Jumlah Unit	Total Luas	Kepemilikan	Kondisi	Utilisasi (Jam/minggu)
-----	-----------------	-------------	------------	-------------	---------	------------------------

			(m <sup>2</sup> )	SD	SW	Terawat	Tidak Terawat	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Ruang Dekan	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
2	Ruang Wakil Dekan I	1 unit	20	√		√		36 jam/ minggu
3	Ruang Wakil Dekan II	1 unit	20	√		√		36 jam/ minggu
4	Ruang Wakil Dekan III	1 unit	20	√		√		36 jam/ minggu
5	Ruang KTU	1 unit	17	√		√		36 jam/ minggu
6	Ruang Kasubag Umum	1 unit	20	√		√		36 jam/ minggu
7	Ruang Kasubag Akademik	1 unit	20	√		√		36 jam/ minggu
8	Ruang Prodi MD	1 unit	15	√		√		36 jam/ minggu
9	Ruang Rapat Pimpinan	1 unit	30	√		√		36 jam/ minggu
10	Ruang Pustaka	1 unit	15	√		√		36 jam/ minggu
11	Ruang Laboratorium	1 unit	72	√		√		36 jam/ minggu
12	Ruang Kepala Labor	1 unit	15	√		√		36 jam/ minggu
13	Ruang KPM	1 unit	18,62	√		√		36 jam/ minggu
14	Ruang Munaqosah	1 unit	72	√		√		36 jam/ minggu
15	Musala	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
16	Ruang Kuliah 1	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
17	Ruang Kuliah 2	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
18	Ruang Kuliah 3	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
19	Ruang Kuliah 4	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
20	Ruang Kuliah 5	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
21	Ruang Kuliah 6	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu

22	Ruang Kuliah 7	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
23	Ruang Kuliah 8	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
24	Ruang Kuliah 9	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
25	Ruang Kuliah 10	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
26	Ruang Kuliah 11	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
27	Ruang Kuliah 12	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu
28	Ruang Kuliah 13	1 unit	36	√		√		36 jam/ minggu

Sumber dari Kasubbag Umum dan Administrasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

### 3. Kurikulum sudah tersusun

Kurikulum pendidikan tinggi adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai isi, bahan kajian, maupun bahan pelajaran serta cara penyampainnya dan penilaian yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran diperguruan tinggi

Kurikulum memuat standar kompetensi lulusan yang terstruktur dalam kompetensi utama, pendukung dan lainnyayang mendukung tercapainya tujuan, terlaksananya misi, dan terwujudnya visi program studi. Kurikulum memuat mata kuliah/ modul/ blog yang mendukung pencapaian kompetensi lulusan dan memberikan keleluasaan pada mahasiswa untuk memperluas wawasan dan memperdalam keahlian sesuai dengan minatnya, serta dilengkapi dengan deskripsi mata kuliah/modul/blok, silabus, rencana pembelajaran dan evaluasi.

Kurikulum harus dirancang berdasarkan relevansinya dengan tujuan, cakupan dan kedalaman materi, pengorganisasian yang mendorongn terbentuknya *hard skills* dan keterampilan kepribadian dan prilaku (*Soft skills*) yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi

Selain itu juga dalam penyusunan kurikulum harus mempertimbangkan kompetensi lulusan, maka berdasarkan Kepmendiknas Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Pendidikan Tinggi, Prodi Manajemen Dakwah menetapkan Kompetensi utama

lulusan Program Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah mampu menjadi praktisi dakwah dibidang lembaga Dakwah :

1. Memiliki kemampuan dalam bidang ilmu manajemen dan manajemen dakwah.
2. Memiliki kemampuan di bidang keorganisasian.
3. Memiliki kemampuan dasar dalam bidang keislaman, mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari secara pribadi maupun sosial dan mampu mengintegrasikan keahlian di bidang manajemen dakwah.
4. Mampu merencanakan, mengelola, dan megembangkan lembaga dan aktivitas dakwah.
5. Memiliki kecakapan dalam penelitian bidang manajemen dakwah
6. Memiliki kemampuan kerjasama dalam tim serta menyesuaikan diri terhadap perubahan dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi dalam bidang manajemen dakwah.

Sejak pertama didirikannya Program Studi MD, aspek kurikulum merupakan sesuatu yang memang sudah dirancang sejak awal. Kurikulum yang merupakan aspek sentral bagi pelaksanaan perkuliahan sudah harus ada sedari awal, sehingga perkuliahan bisa berlangsung dengan baik. Kurikulum yang diterapkan ini mengacu pada kurikulum berbasis KKNI (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia). Susunan konkrit dari kurikulum ini bisa dilihat dari lampiran pada laporan penelitian ini.

Penyusunan kurikulum dilakukan secara sistematis, yaitu dimulai dari rapat-rapat di tingkat program studi, rapat dengan pihak fakultas, dan kemudian melakukan pembelajaran ke Prodi MD di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasilnya adalah didapatkannya rumusan kurikulum yang sudah sistematis dan sudah terstruktur dengan baik. Rumusan kurikulum tentunya akan selalu mengalami perubahan, minimal sekali dalam tiga tahun, kurikulum harus dilakukan revisi. Untuk tahap awal ini, ketersediaan kurikulum sudah menjadi sebuah kekuatan besar karena akan berkorelasi dengan kesiapan untuk melakukan perkuliahan hingga ke periode-periode berikutnya.

#### 4. Kerjasama dengan pihak lain yang terkait sudah dilakukan

Sebagai sebuah program studi yang masih baru, maka kesiapan untuk melakukan pengembangan diri harus dilaksanakan sedari awal. Langkah penting adalah membangun jejaring dengan berbagai pihak yang memiliki keterkaitan dengan Prodi MD, seperti

lembaga perbankan syariah, KBIH, BMT, Baznass, dan lembaga pendidikan tinggi yang terkait.

Prodi MD Fakultas Dakwah dan Komunikasi sudah melaksanakan ini sejak awal pendirian Prodi ini. Beberapa lembaga yang sudah dilaksanakan kegiatan kerjasama adalah sebagai berikut.

Tabel 3  
Kerjasama Yang Telah Dilakukan Prodi MD

No	Tgl/bnl/thn	Jenis Kerjasama	Instansi/ organisasi
1	7 Maret 2017	MoA antara Prodi Manajemen Dakwah dengan Bank Sampah Bahagia Mandiri dalam melakukan praktek Usaha bisnis (Enterpreunership) Daur Ulang	Bank Sampah Bahagia Mandiri
2	13 Maret 2017	MoA antara Prodi Manajemen Dakwah dengan KBIH Multazam Palembang berlokasi di Jl. A. Yani Plaju Palembang, mahasiswa dapat mengikuti manasik haji/umroh yang dilakukan oleh KBIH setiap hari ahad	KBIH Multazam Palembang
3	18 Oktober 2017	MoA antara Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, berkaitan dengan kurikulum, silabus, jurnal dan sertifikasi pembimbing haji/umroh	Fakultas Dakwah dan KomunikasUIN Sunan Gunung Djati Bandung
4	20 Maret 2017	MoA antara Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Selatan dengan Prodi MD dalam kegiatan kepemudaan dan Kemahasiswaan	DISPORA Provinsi Sumatera Selatan
5	27 Oktober 2017	Ikadi (Ikatan Dai Indonesia) Kota Palembang dalam kegiatan pelatihan dakwah, mahasiswa dipersiapkan mampu menjadi pendakwah yang professional dan	IKADI Kota Palembang

	berkarakter Islami	
--	--------------------	--

Kerjasama tersebut tentunya akan menjadi hal yang sangat positif bagi perkembangan Prodi MD kedepannya. Kehadiran program studi ini tidak akan bisa berjalan begitu saja tanpa dukungan dari pihak lain yang terkait, terutama sekali adalah lembaga eksternal. Pihak swasta yang merupakan mitra dari Prodi MD diharapkan bisa memberikan sumbangan berharga untuk kemajuan prodi ini di masa datang.

#### 5. Dukungan kebijakan dari fakultas dan rektorat.

Dukungan secara kelembagaan dari pihak fakultas dan rektorat ikut menentukan kelancaran dan kesuksesan perjalanan program studi ini dimasa datang. Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) secara pasti sudah memberikan dukungannya. Ini sudah jelas karena Prodi MD berada dibawahnya. Bentuk dukungan ini terlihat dari penyiapan ruangan secara memadai, melengkapi fasilitas pendukung, memenuhi kelengkapan dosen, dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan Prodi MD selama ini.

Beberapa kegiatan yang sudah dilakukan oleh Prodi MD dan selalu mendapat dukungan penuh dari FDK adalah sebagai berikut :

Tabel 3  
Kegiatan Prodi MD

No	Kegiatan	Waktu
1	Seminar Enterpreunership dan Kepemimpinan	24 November 2016
2	Penyuluhan Tentang Bahaya Narkoba	23 Mei 2017
3	Tabligh Akbar Mahasiswa MD	10 Mei 2017
4	Seminar Pengelolaan KBIH sebagai Media Enterpreuner Islam	8 Mei 2017
5	Mahasiswa mengikuti Zikir bersama di Masjid Taqwa yang dibimbing oleh dosen Manajemen Dakwah Ust. H. Hidayat, S.Ag, M.Hum	Setiap hari sabtu
6	Mahasiswa mengikuti Manasik Haji yang diselenggrakan oleh KBIH Multazam Palembang dibimbing oleh Ust. H. Piter Abdullah, S.Ag, M.Hum	Setiap hari ahad pagi
7	Mahasiswa mengikuti praktek daur ulang sampah yang diselenggrakan oleh Bank Sampah Bahagia Mandiri Palembang dibimbing oleh Syukron Nikmah, SE, MSi	Konsidental
8	Mahasiswa melakukan kunjungan ke Zafa Tour untuk menambah wawasan kewirausahaan tentang tour dan travel yang dibimbing langsung oleh dosen kewirausahaandan juga	14 November 2017

	sebagai praktisi usaha Tour and Travel H. M. Taufik Saiman, S.Ag, ME	
--	---	--

Semua kegiatan di atas sudah dilakukan dan mendapatkan dukungan penuh dari FDK. Kedepannya tentu akan banyak lagi yang bisa dilakukan, yang semuanya dipastikan akan mendapat support dan dukungan penuh dari FDK dan Rektorat. Perluasan kerjasama, menggerakkan aktifitas mahasiswa, perbaikan sarana prasarana, melakukan rekrutmen dosen, melakukan sosialisasi ke berbagai pihak, adalah kegiatan-kegiatan penting yang seharusnya dilakukan di masa datang

## **B. Kelemahan**

Prodi manajemen dakwah pun tak luput dari kelemahan. Bisa jadi banyak kelemahan-kelemahan pada prodi ini, tetapi yang dapat dihimpun untuk kepentingan penelitian ini ada beberapa hal yang menjadi faktor penghambat kemajuan prodi manajemen dakwah. Beberapa hal tersebut akan dijelaskan dalam uraian berikut ini.

### **1. Belum tersedianya laboratorium sebagai wadah praktek**

Keterbatasan utama saat ini, prodi manajemen dakwah belum memiliki laboratorium sendiri. Kendala yang nyata bagi prodi ini adalah keterbatasan dana dan ketiadaan ruang untuk melaksanakannya. Tapi prodi ini akan mengusahakan pengadaan laboratorium dalam waktu dekat mengingat keperluan yang mendesak akan keberadaannya.

Prodi manajemen dakwah juga membutuhkan lembaga keuangan semacam baitul mal dan koperasi sebagai bagian dari simulasi kerja. Lembaga keuangan ini idealnya merupakan bagian dari laboratorium sebagaimana dibahas sebelumnya. Tetapi yang harus ditekankan di sini bahwa keberadaan lembaga keuangan bukan sekedar untuk simulasi kerja bagi mahasiswa, tetapi juga sebagai sumber *income* yang dapat membantu ekonomi mahasiswa sendiri.

Bagaimanapun, sekecil apapun lembaga keuangan ini membutuhkan dana yang tidak sedikit. Dan sayangnya, prodi ini belum memilikinya untuk membuat lembaga keuangan ini. Akan tetapi karena kebutuhan terhadapnya sangat mendesak, maka direncanakan dalam waktu dekat untuk melakukan pengadaan.

### **2. Tenaga dosen yang memiliki spesifikasi keilmuan belum dimiliki**

Prodi manajemen dakwah masih belum memiliki ketersediaan SDM yang memadai untuk menunjang proses belajar mengajar. Sementara hal ini adalah sesuatu yang sangat mendesak dan tidak bisa ditawar-tawar lagi. SDM yang dimaksud disini adalah tenaga dosen pengajar yang memiliki kualifikasi keilmuan sesuai dengan yang dibutuhkan. Kualifikasi yang dibutuhkan adalah S-2 Manajemen Dakwah atau S2 Manajemen sendiri. Ini masih belum dimiliki secara maksimal. Ketersediaan SDM sekarang justru kebanyakan dari keilmuan agama dan bidang lain yang agak berkaitan. Walaupun demikian secara prasyarat, ini sudah dipenuhi yaitu standar minimal, hanya saja pemenuhan kualifikasi yang sepadan belum tercapai.

Baik SDM maupun laboratorium dan lembaga keuangan adalah bagian integral yang tidak bisa dipisahkan dari prodi manajemen dakwah. Ketiga hal ini adalah kebutuhan yang mendesak yang memang belum ada pada prodi ini. Ketiadaannya merupakan kelemahan yang harus ditutupi dengan pengadaan sedemikian rupa.

### **3. Sarana prasarana yang tersedia belum memadai**

Ruang kelas sudah dimiliki, ruang perkantoran juga sudah ada, tetapi pelaksanaan perkuliahan tidak cukup hanya itu saja, masih dibutuhkan berbagai sarana dan prasarana penunjang lainnya. Prodi MD sebagai prodi yang masih dikatakan baru, belum memiliki ini secara maksimal. Berbagai hal terkait dengan sarana prasarana masih bermasalah.

Beberapa sarana prasarana yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Ruang laboratorium yang komprehensif dan memadai
2. Perlengkapan dan fasilitas perkantoran
3. Ruang perkuliahan yang dilengkapi fasilitas multimedia

Semua ini, perlengkapan yang dibutuhkan di atas sebenarnya sudah ada, tetapi belum maksimal dan belum sempurna. Pembenahan dan perbaikan terhadap semua fasilitas yang ada sangat diperlukan untuk perbaikan kedepannya.

Sarana dan prasarana memang menjadi penting sekali dalam pengembangan sebuah program studi dan bahkan instansi pendidikan secara keseluruhan. Ini syarat mutlak karena lembaga pendidikan tersebut bisa berkembang baik apabila ada sarana yang memadai.

### **C. Peluang**

Aspek peluang yang dibahas disini berhubungan dengan wilayah eksternal lembaga. Sebagai lembaga publik, tentu saja banyak peluang yang bisa dipertimbangkan dan dijadikan sebagai kemungkinan-kemungkinan untuk meningkatkan program studi ini. Beberapa bentuk peluang yang bisa diperhitungkan adalah :

1. Minat calon mahasiswa cukup tinggi

Kendati masih berupa program studi baru dan belum pernah melakukan sosialisasi secara maksimal, tetapi peminatan terhadap PS Manajemen Dakwah cukup tinggi. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap PS MD sudah baik. Apalagi jika hal ini sudah diikuti dengan sosialisasi terus menerus serta kiprah mahasiswa dan alumni Prodi MD nantinya, akan semakin membuat pengetahuan dan peminatan kepada Prodi MD juga semakin meningkat.

Kondisi diatas adalah peluang-peluang yang sangat perlu dimaksimalkan. Terjadinya peningkatan peminat merupakan peluang besar untuk kemajuan dari prodi MD ini, artinya jika peningkatan ini dapat ditingkatkan melalui kualitas layanan, maka kemajuan dan masa depan Prodi MD akan semakin baik. Kontribusi masyarakat untuk masuk dan mendaftar sebagai mahasiswa di Prodi MD akan semakin meningkat.

2. Belum ada PT lain yang membuka Prodi serupa di Sumsel

Program Studi Manajemen Dakwah adalah satu-satunya di Sumsel, sampai saat ini. Oleh karena itu peluang untuk memajukan PS ini sangat besar di masa datang. Ini adalah peluang yang harus diambil dan dimaksimalkan, dimana kompetitor atau saingan dari PT lain belum ada.

Yang harus dimaksimalkan disini adalah memperdalam pengetahuan masyarakat tentang program studi ini, terutama masa depan dan peluang kerja lulusan. Ini penting sekali karena masyarakat belum memiliki pembanding dari PT lain.

3. Peluang lapangan kerja lulusan cukup tersedia

Dikarenakan belum adanya saingan atau PT lain yang membuka PS MD, maka peluang kerja dan masa depan lulusan masih sangat terbuka lebar. Banyak instansi dan berbagai perusahaan swasta sangat membutuhkan tenaga-tenaga kerja yang berasal dari lulusan prodi MD. Beberapa peluang kerja dari lulusan ini adalah sebagai berikut :

- a. Bekerja di lembaga perbankan syariah
- b. Bekerja di lembaga keuangan syariah lainnya
- c. Bekerja di Biro Perjalanan Haji dan Umroh
- d. Bekerja di Biro-Biro Dakwah
- e. Bekerja di Lembaga Pemerintahan
- f. Sebagai peneliti dan dosen di lembaga pendidikan

Peluang-peluang seperti ini sangat terbuka lebar, dimana perkembangan masyarakat nantinya akan terus membutuhkan lembaga ini. Alumni-alumni Prodi MD dibutuhkan kedepannya dan peluang kerja sangat terbuka. Yang diperlukan disini adalah pengetahuan masyarakat tentang apa dan bagaimana Prodi MD ini, serta profil lulusannya seperti apa. Persepsi publik terhadap hal ini yang harus diperbaiki.

#### 4. Banyaknya lembaga lain yang bisa dijadikan lahan praktek mahasiswa

Seiring dengan banyaknya peluang kerja dari para lulusan prodi MD dan banyaknya kebutuhan lembaga swasta untuk menerima lulusan Prodi MD, maka sangat banyak kemudian lembaga-lembaga swasta dan pemerintahan yang bisa dijadikan lahan praktek mahasiswa. Ini sangat membantu proses pembentukan keterampilan dan keahlian mahasiswa. Praktek kerja lapangan bisa dilakukan di berbagai tempat, sehingga mahasiswa bisa menerapkan keterampilan-keterampilan praktisnya. Beberapa lembaga yang bisa dijadikan sebagai lahan praktek mahasiswa adalah :

1. KBIH di Palembang dan Sumsel (setidaknya terdapat 26 lembaga KBIH yang ada)
2. Perbankan Syariah maupun perbankan konvensional
3. Badan Amil Zakat Nasional dan Daerah
4. Lembaga keuangan syariah di semua levelnya
5. Bisnis-bisnis Islam

Peluang ini didasarkan pada peluang-peluang kerja alumni prodi ini. Ada beberapa stakeholder yang bisa diandalkan untuk menjadi mitra prodi ini, antara lain:

1. Badan Amil Zakat Nasional [BAZNAS];
2. Badan Perwakafan Nasional;

3. Baitul Maal wa Tamwil [BMT];
4. Bank Syariah;
5. Bank Perkreditan Rakyat Syariah [BPRS];
6. KBIH
7. Tour and Travel

#### **D. Ancaman**

Ancaman adalah aspek yang sangat penting untuk diperhatikan dalam menjalankan sebuah lembaga. Karena dengan mengetahui ancaman, penyelenggara memahami apa yang harus diperbuat untuk menanggulangi masalah yang terjadi. Dengan mengetahui besar kecil dan jumlah ancaman, maka solusi dapat dengan mudah ditemukan dan dengannya strategi pengembangan dapat diciptakan.

Beberapa aspek ancaman yang bisa diidentifikasi sampai saat ini adalah sebagai berikut :

1. Minat calon mahasiswa terhadap ilmu-ilmu agama mulai menurun  
Ini sebenarnya adalah fenomena umum yang terjadi di berbagai perguruan tinggi agama di Indonesia. Hampir semua PTKIN, terutama yang mengelola pendidikan tinggi agama di Indonesia mengalami fenomena penurunan calon mahasiswa peminat. Nama PS Manajemen Dakwah masih dianggap sebagai PS dengan nafas keagamaan. Ini disinyalir juga akan mengalami hal sama, jika pengetahuan publik tidak dirubah. Sosialisasi menjadi penting dalam hal ini untuk dilakukan.
2. Adanya kemungkinan pembukaan program studi serupa di tempat lain  
Kemungkinan besar PT lain juga akan membuka PS serupa. Hal ini mengingatkan bahwa Sumsel adalah wilayah yang memang potensial untuk dikembangkan pada sektor keagamaan. Sisi sejarah dan sisi kondisi riil masyarakat yang memang kental dengan semangat islami, hal ini bisa menjadi daya tarik bagi PT lain untuk membuka program studi serupa dan ini akan menjadi ancaman pula bagi Prodi MD di UIN Raden Fatah. Ancaman dalam arti kata akan ada kompetitor dan menyebabkan sebaran peminatan mahasiswa menjadi lebih tersebar.
3. Aturan pemerintah terkait PT yang semakin ketat.

Ini juga menjadi ancaman dari sisi eksternal karena kehidupan dan kelangsungan sebuah prodi sangat tergantung pada regulasi yang dikeluarkan pemerintah. Sampai saat ini, regulasi yang dipegang oleh PT berdasarkan aturan yang dikeluarkan tahun 2016. Tetapi semakin lama bisa saja akan semakin ketat dan semakin banyak aturan yang dikeluarkan. Pada saat sekarang saja, aturan tentang akreditasi PT sudah terasa cukup memberatkan dan menyulitkan ruang gerak sebuah PT. Apalagi jika kedepannya aturan-aturan tersebut terus berubah dan mengalami hal-hal lain yang memerlukan penyesuaian.

### E. Strategi Pengembangan

Berdasarkan penjelasan pada bagian SWOT di atas, maka selanjutnya adalah strategi apa yang dibutuhkan dalam rencana pengembangan Prodi MD di masa datang. Strategi ini muncul dari analisis SWOT setiap komponen yang ada. Secara sederhana, strategi pengembangan berikutnya yang bisa dilakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 5

Analisis SWOT semua Komponen

	<p><b>Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat calon mahasiswa cukup tinggi</li> <li>2. Belum ada PT lain yang membuka Prodi serupa di Sumsel</li> <li>3. Peluang lapangan kerja lulusan cukup tersedia</li> <li>4. Banyaknya lembaga lain yang bisa dijadikan lahan praktek mahasiswa</li> </ol>	<p><b>Ancaman</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat calon mahasiswa terhadap ilmu-ilmu agama mulai menurun</li> <li>2. Adanya kemungkinan pembukaan program studi serupa di tempat lain</li> <li>3. Aturan pemerintah terkait PT yang semakin ketat.</li> </ol>
<p><b>Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenaga pengajar mencukupi</li> <li>2. Memiliki gedung sendiri</li> <li>3. Kurikulum sudah tersusun</li> <li>4. Kerjasama dengan pihak lain yang terkait sudah dilakukan</li> <li>5. Dukungan kebijakan</li> </ol>	<p><b>STRATEGI :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan sosialisasi dan publikasi</li> <li>2. Mematangkan dan menyesuaikan kurikulum</li> <li>3. Memperbanyak MoU dengan berbagai pihak lain</li> <li>4. Melakukan praktek mahasiswa di lembaga terkait</li> </ol>	<p><b>STRATEGI :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbanyak sosialisasi dan menjelaskan pada publik</li> <li>2. Memperbanyak karya ilmiah dan karya konkrit dosen</li> <li>3. Memperbanyak MoU dengan lembaga lain</li> <li>4. Melakukan wujud konkrit dari MoU yang sudah dilakukan</li> </ol>

dari fakultas dan rektorat.		
<b>Kelemahan</b> 1. Laboratorium belum dimiliki. 2. Dosen yang berkualifikasi MD belum memadai. 3. Belum ada dosen yang berkualifikasi Doktor 4. Sarana prasarana yang tersedia belum memadai	<b>STRATEGI :</b> 1. Melakukan pengadaan sendiri untuk melengkapi kebutuhan laboratorium 2. Mendorong dosen untuk melanjutkan studi S-3 3. Kerjasama dengan pihak lain untuk pengadaan kelengkapan laboratorium	<b>STRATEGI :</b> 1. Melakukan kerjasama konkrit dengan lembaga terkait untuk peningkatan laboratorium 2. Melaksanakan publikasi dan sosialisasi secara maksimal 3. Mengusahakan kerjasama yang berdampak pada perbaikan infrastruktur dan sarana prasarana

Program yang bisa dilaksanakan secara konkrit sesuai dengan arahan program di atas, kemudian bisa disederhanakan lagi menjadi beberapa kegiatan yang lebih rinci. Ini menjadi strategi pengembangan bagi Prodi MD. Beberapa diantaranya adalah strategi pengembangan yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada di atas adalah sebagai berikut:

1. Kerjasama dengan beberapa KBIH dan Lembaga Keuangan. Lembaga keuangan di sini lebih menitikberatkan pada manajemennya
2. Memberikan tugas magang kepada mahasiswa ke tempat yang sesuai dengan GOAL Manajemen Dakwah
3. Pembekalan Manasik Haji

4. Upaya penelusuran dan menghidupkan kembali KBIH Raden Fatah dengan menugaskan secara langsung pihak yang terkait seperti kaprodi dan sekretaris MD serta dosen yang focus di bidang manasik haji
5. Sebagai langkah awal melakukan kunjungan /Studi Banding tentang pelaksanaan sertifikasi Kerjasama dengan kanwil, Kemenag dan pihak Rekrorat dalam upaya merencanakan pelaksanaan pelatihan dan pembinaan terhadap KBIH
6. Upaya mendirikan BMT (Baitul Mal Tahfidz) seperti bank mini yang direncanakan pada tahun depan dan pada tingkat ini diperlukan untuk mengundang dan bekerjasama dengan pihak yang ber pengalaman.<sup>3</sup>

## Penutup

Kesimpulan yang bisa diambil dari pembahasan sebelumnya dengan mengacu pada Analisa SWOT yang dilakukan, menunjukkan bahwa Prodi MD memiliki beberapa hal penting yaitu, **kekuatan** ada pada tenaga pengajar mencukupi, memiliki gedung sendiri, kurikulum sudah tersusun, kerjasama dengan pihak lain yang terkait sudah dilakukan, dukungan kebijakan dari fakultas dan rektorat.

Sementara aspek **kelemahan** adalah, laboratorium belum dimiliki, dosen yang berkualifikasi MD belum memadai, belum ada dosen yang berkualifikasi Doktor, dan Sarana prasarana yang tersedia belum memadai. Sedangkan **peluang** adalah minat calon mahasiswa cukup tinggi, belum ada PT lain yang membuka Prodi serupa di Sumsel, peluang lapangan kerja lulusan cukup tersedia, banyaknya lembaga lain yang bisa dijadikan lahan praktek mahasiswa. Sementara **ancaman** adalah, minat calon mahasiswa terhadap ilmu-ilmu agama mulai menurun, adanya kemungkinan pembukaan program studi serupa di tempat lain, aturan pemerintah terkait PT yang semakin ketat.

Hasil diatas kemudian memunculkan strategi-strategi tertentu yang bisa dilakukan yaitu : memaksimalkan sosialisasi dan publikasi, mematangkan dan menyesuaikan kurikulum, memperbanyak MoU dengan berbagai pihak lain, melakukan praktek mahasiswa di lembaga terkait, memperbanyak karya ilmiah dan karya konkrit dosen,

---

<sup>3</sup>Wawancara dengan Dr. Kusnadi, M.Ag, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden fatah Palembang pada tanggal 22 Agustus 2017

melakukan pengadaan sendiri untuk melengkapi kebutuhan laboratorium, mendorong dosen untuk melanjutkan studi S-3, kerjasama dengan pihak lain untuk pengadaan kelengkapan laboratorium, mengusahakan kerjasama yang berdampak pada perbaikan infrastruktur dan sarana prasarana.

### **Daftar Pustaka**

LPPM UI. (2007). *Laporan Akhir Studi Penyusunan RPJP Aceh Tamiang 2007-2027*, Jakarta, UI

Mangkunegara, Anwar Prabu AA. (2006). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung. Penerbit: PT. Refika Aditama.

Natsir, M. (1996). *Fiqhud Dakwah*. Jakarta: Yayasan Cipta Selekt.

Nugroho, Riant D. (2004). *Kebijakan Publik, Formulasi, Implementasi dan Evaluasi*. Jakarta: Gramedia.

Razzaq, Abdur. (2017). *Dakwah dan Pemikiran Politik Islam: Kajian Teoritis dan Empiris*. Palembang: NoerFikri Offset.

Siagian, Sondang P. (2004). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Pustaka Bumi Aksara.

Sholeh, Rosyad. (1996). *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Suara Sarana Grafika.