BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah, artinya suatu agama yang mendorong setiap pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah.[1] Islam juga disebut sebagai agama dakwah (din al da'wah), karena mengajak orang agar mengikuti seruan Nya.[2] Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Ali Imron 110:

كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِٱللَّهِ ۗ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ ٱلْكِتَٰبِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُم ۚ مِّنْهُمُ ٱلْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ ٱلْفَٰسِقُونَ ﴿١١٠﴾

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.

Hal ini menunjukkan dakwah mendapat tempat yang sangat penting dalam ajaran Islam. Meskipun tanggung jawab dakwah berperan penting dalam kehidupan umat, tidak berarti diperbolehkan memaksakan nilai dakwah untuk diterapkan. Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu

[1] M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Jakarta : Al Amin Press, 1997), 8.
[2] Ilyas Ismail & Priyo Hotman, *Filsafat Dakwah : Rekayasa Membangun Agama dan Perubahan Islam* (Jakarta : Kencana, 2011), 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.[3] Sehingga, apabila berdakwah tanpa melakukan upaya penyadaran tentu bertentangan dengan substansi dari kegiatan dakwah sendiri.

Seseorang menerima ajaran Islam melalui jalan dakwah yang berisi nasehat dan membangun kesadaran akan suatu hal yang baik dan buruk, yang benar dan yang salah, yang mendatangkan *maslahat* atau justru mengakibatkan *mudharat*. Hal ini sejalan dengan pemikiran Khaidir Khatib Bandaro yang mengartikan dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan, suatu usaha atau aktifitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja, dengan upaya meningkatkan taraf nilai hidup manusia yang sesuai ketentuan Allah dan rasul oleh seseorang atau sekelompok secara sadar dan berencana dalam bentuk lisan, tulisan, perbuatan dalam upaya menimbulkan pengertian, kesadaran dan pengalaman terhadap ajaran Islam[4]. Jamaludin Kafie berpendapat, bahwa dakwah adalah suatu sistem kegiatan seseorang, sekelompok, segolongan umat Islam sebagai aktualisasi *imaniah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, dan

[3] Prof. H.M. Arifin, M.Ed. *Psikologi Dakwah*, Ed. 1, Cet 6 (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), 6.
[4] Khaidir Khatib Bandaro, Suatu Studi Tentang Ilmu Dakwah, Tabligh, Khutbah, Menuju Para Da'i, Mubaligh dan Khatib Profesional (Padang : Syamsa Offset, 1996), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

doa yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem dan teknik tertentu agar menyentuh *qalbu* dan *fitrah* seseorang, keluarga, kelompok, massa, dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai tujuan tertentu.[5] Dengan demikian, semakin nampak bahwa berdakwah merupakan upaya membangun kesadaran pada mad'u dimana tidak diperkenankan adanya sistem, metode ataupun pendekatan dakwah yang "memaksa" kan, sehingga ajaran dakwah menjadi tidak bernilai pemecahan masalah serta mendatangkan rahmatan lil alamin.

Pengenalan dan pemahaman syariat Islam kepada umat secara tepat, diperlukan strategi dakwah yang tepat pula, agar pelaksanaannya dapat mencapai sasaran yang tepat, maka diperlukan perencanaan dakwah yang benar-benar berangkat dari hasil pengamatan dan analisis tentang kondisi obyektif mad'u. Pendekatan dakwah yang tidak tepat, sering memberikan gambaran dan pendapat yang keliru tentang Islam, sehingga kesalahlangkaan dalam operasional dakwah.[6] Untuk mengantisipasi hal ini, para pelaku dakwah harusnya mampu merancang pendekatan dakwah yang sesuai dengan mad'u.

Pendekatan dakwah dapat diartikan sebagai titik tolak atau sudut pandang seseorang terhadap proses dakwah. Terdapat tiga pendekatan

---

[5] Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i. Cet 1*, (Jakarta : Amzah, 2008), 20.
[6] Mahmuddin, "Strategi Dakwah terhadap Masyarakat Agraris", *Tabligh Edisi XXVII* (Juni, 2013), 102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah yaitu pendekatan budaya, pendekatan pendidikan dan pendekatan psikologis.[7] Pendekatan dakwah tersebut diatas seringkali dikategorikan sebagai pendekatan dakwah yang berfokus pada mad'u. Pendekatan yang berfokus pada mad'u misalnya pemberian materi dakwah yang sesuai kebutuhan mad'u, penggunaan metode dan media dakwah yang dapat menggugah hati mad'u dan sebagainya.[8] Penerapan pendekatan ini dapat berpengaruh signifikan dalam ketercapaian tujuan dalam kegiatan dakwah di masyarakat.

Selain itu, penggunaan pendekatan dakwah yang sesuai dengan selera dan kebutuhan mad'u akan menjadi daya tarik tersendiri yang mengantarkan pada pesatnya perkembangan dakwah saat ini. Apalagi dengan kondisi masyarakat era globalisasi yang banyak memberikan tantangan bagi perkembangan dakwah. Globalisasi merupakan zaman dimana arus informasi mengalir deras ke seluruh penjuru dunia secara simultan tanpa memandang adanya perbedaan suku, ras maupun budaya serta ruang dan waktu[9]. Indikator pesatnya arus globalisasi adalah akses yang semakin mudah terhadap teknologi dan informasi. Tapper mendefinisikan globalisasi sebagai proses integrasi karakteristik lokal kepada arus global yang sebagian besarnya dilakukan melalui teknologi informasi dan komunikasi. Meskipun secara historis globalisasi dipandang sebagai suatu proses

[7] A. Sunarto AS, "Kyai dan Prostitusi : Pendekatan Dakwah KH. Muhammad Khoiron Suaeb di Lokalisasi Kota Surabaya, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 3, No 2, (Desember, 2013), 358.
[8] Ibid, 359.
[9] Istina Rakhmawati, Tantangan Dakwah di Era Globalisasi, ADDIN, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014, 393

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengintegrasikan perekonomian lokal kepada ekonomi dunia, namun makna globalisasi merujuk kepada ruang dimana terjadi proses interaksi global melalui sarana teknologi komunikasi.[10] Dengan kata lain, globalisasi menuntut pelaksanaan kegiatan dakwah untuk menyesuaikan kegiatan dakwah dengan budaya dan karakteristik masyarakat global.

Berbagai macam media di era globalisasi seakan mencekoki nilai-nilai yang dibawa dari dunia global, tidak jarang nilai-nilai tersebut bertentangan dengan ajaran Islam. Seperti misalnya sekulerisme, liberalisme, dan konsep-konsep turunannya. Globalisasi ketika dimaknai sebagai sebuah tantangan besar dalam artian sesuatu yang harus dihadapi dan disikapi dengan berbagai macam strategi, juga akan menimbulkan peluang besar untuk menciptakan pemikiran dan aksi strategis untuk menghadapinya. Oleh karena itu, harus disadari bahwa globalisasi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari oleh masyarakat modern, sehingga yang harus dilakukan adalah bagaimana memiliki cara-cara yang strategis untuk ikut ambil bagian dalam era globalisasi tersebut.[11] Masalah krusial yang muncul dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di era globalisasi adalah menipisnya ruang relijiusitas masyarakat dikarenakan pertarungan antara nilai-nilai Islam dengan nilai-nilai yang dibawa oleh dunia global sebagaimana diuraikan sebelumnya.

---

[10] H. Tapper, *The Potential Risks of The Local in The Global Information society*, Journal of Social Philosophy, 31 April 2000, 434-524

[11] Slamet, *Dakwah Islam di Tengah Globalisasi Media dan Teknologi Informasi* (Jakarta : Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, 2013), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengaruh globalisasi akan semakin tampak nyata di kota-kota besar termasuk kota Surabaya. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Ibukota Jakarta. Selain itu, kota Surabaya merupakan ibukota provinsi Jawa Timur. Masyarakat kota Surabaya merupakan masyarakat perkotaan atau yang disebut sebagai *Urban Community*. Masyarakat perkotaan adalah masyarakat yang anggotanya terdiri dari berbagai macam manusia dari beragam lapisan atau tingkatan hidup, pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain. Mayoritas penduduknya hidup berjenis usaha yang bersifat non agraris.[12] Sebagaimana karakteristik masyarakat kota besar, kota Surabaya selain mengalami kemajuan ekonomi, teknologi dan informasi juga terdapat banyak perilaku menyimpang. Mulai dari persoalan sex bebas, prostitusi, perjudian, degradasi moral, dan lain-lain. Hal tersebut mengindikasikan dakwah sudah menjadi kebutuhan mendesak yang barangkali merupakan jalan satu-satunya untuk menyelamatkan nilai-nilai agama yang ada di masyarakat.

Berdakwah di konteks masyarakat urban seperti masyarakat kota Surabaya dan kota besar lainnya bukanlah perkara mudah. Dengan adanya arus informasi yang dapat terakses 24 jam nonstop melalui jaringan internet, masyarakat menjadi sangat melek informasi. Sehingga wajar, mereka menjadi semakin kritis terhadap konsep ajaran Islam yang didakwahkan. Selain kekritisan terhadap konten materi dakwah yang meningkat, masyarakat urban di perkotaan juga memiliki banyak tuntutan terhadap

[12] Cholil Mansyur, Sosiologi Masyarakat Kota dan Desa (Surabaya : Usaha Nasional, 2005), 107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lembaga dakwah. Kalau dulu, berdakwah cukup mendengar dan menerima apa yang disampaikan ulama atau da'i tentang tema dakwah yang disampaikan (bergantung penguasaan tema tersebut dari da'i). Namun saat ini masyarakat urban bahkan memilih dan/atau meminta sendiri tema dakwah yang bagaimana yang ingin mereka kaji. Mereka memilih pengajian yang memberikan pemenuhan kebutuhan spiritual maupun wawasan keislaman spesifik pada apa yang menjadi kebutuhan mereka saja. Kehidupan masyarakat urban yang dekat dengan modernitas juga turut berperan dalam corak tuntutan mereka pada kegiatan dakwah. Misalnya mereka yang berasal dari kalangan muslim menengah atas, tentu menginginkan kegiatan dakwah dilaksanakan di tempat yang nyaman dan terkesan mewah. Mobilitas masyarakat urban yang tergolong tinggi, membuat mereka juga menuntut kemudahan dalam mengikuti kegiatan dakwah, seperti mengkaji wawasan Islam melalui situs dakwah online yang bisa mereka akses kapanpun mereka memiliki waktu luang.

Salah satu contoh pengajian modern yang memenuhi kebutuhan masyarakat urban adalah pengajian Bunda Muslimah Az Zahra yang cukup masyhur di kota Sidoarjo. Pengajian Bunda Muslimah Az Zahra yang diasuh oleh Ustad Ahmad Muzzaky Al-Hafidz, sering mengadakan pengajian rutin di Mall Sun City di Sidoarjo. Pengajian yang saat ini telah diikuti jama'ah ibu-ibu sejumlah 1000 orang tersebut juga kerap mengenalkan eksistensinya melalui media sosial. Bahkan kelompok tersebut telah memiliki website khusus. Tidak hanya ceramah agama,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelompok pengajian tersebut memiliki beberapa program tambahan yang disesuaikan dengan karakteristik jama'ah masyarakat urban yakni program bhakti sosial, sunatan massal dan pengobatan gratis. Pengelolaannya pun diatur dengan baik dan profesional sehingga jama'ahnya semakin hari semakin bertambah.[13]

Kegiatan dakwah yang relevan dilakukan pada masyarakat urban adalah dakwah yang berorientasi pada transformasi global dan yang bisa menerima keadaan zaman serta kemajuan teknologi dalam kehidupan kita, baik melalui penyadaran, pendidikan, dialog, maupun ilmu pengetahuan agar mampu menjadi perubahan secara struktural atau kultural yang lebih baik.[14] Dengan kata lain, dakwah tidak bisa berkembang hanya dengan metode konvensional yang sudah tidak lagi sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat saat ini. Khususnya masyarakat urban seperti kota Surabaya dan sekitarnya.

Salah satu organisasi dakwah Islam yang sudah lama berdiri di Indonesia adalah organisasi Nahdlatul Ulama (NU). Organisasi Nahdlatul Ulama (NU) didirikan sejak 31 januari 1926. Organisasi ini representatif dari ulama tradisionalis.[15] Organisasi NU disebut-sebut sebagai organisasi terbesar di Indonesia dengan jumlah jama'ah terbanyak di Indonesia.[16]

---

[13] Lihat kenalkan lewat medsos, anggota capai 1000 orang dalam https://www.pressreader.com/indonesia/jawa-pos/20160322/282544427425664 diakses pada 17 Mei 2017 (Jawa pos, 22 Maret 2016)
[14] Ibid
[15] Masykur Hasim, *Merakit Negeri Berserakan* (Surabaya : Yayasan 95, 2002), 6.
[16] Lihat Abdul Halim, *Sejarah Perjuangan KH, Abdul Wahab* (Bandung : Baru, 1970), 12-15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Meskipun demikian, tidak membuat organisasi ini berpuas diri sebagai organisasi Islam terbesar. Dalam perkembangannya, mereka membuat inovasi pengembangan dakwah agar tetap relevan dengan perkembangan zaman, menyesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan mad'u nya khususnya di era globalisasi. Sebagai salah satu contoh misalnya pada tahun 2015, Ketua PCNU Surabaya, Dr H. Achmad Muhibin Zuhri, M.Ag melakukan sosialisasi kepada pengurus organisasi NU di Surabaya tentang konsep pengembangan dakwah yang dinamakan NU Urban.

> "PBNU sudah memberi amanah kepada kami sebagai NU Kota atau NU Urban yang akan menjadi prototipe NU Kota untuk kota-kota lain," terang Ketua PCNU Surabaya, Dr H Achmad Muhibbin Zuhri M.Ag di Surabaya, Selasa (19/1/2016).[17]

Lahirnya konsep NU Urban, dilatarbelakangi adanya realitas masyarakat kota Surabaya sebagai sasaran dakwah NU cabang kota Surabaya. Kebutuhan masyarakat Surabaya yang metropolis, melek informasi dan umumnya terpengaruh besar arus globalisasi tentu tidak bisa disamakan dengan kebutuhan jama'ah di daerah lainnya seperti pedesaan. Walaupun organisasi ini pada awal perkembangannya memiliki basis jama'ah kalangan pesantren di pedesaan. Pendekatan dakwah yang diterapkan haruslah lebih modern, menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan jama'ah. Apabila metode yang digunakan tetap sebagaimana pembinaan kepada basis jama'ah dari kalangan pesantren dan/atau masyarakat di pedesaan, niscaya masyarakat urban di Surabaya dan

[17] Ronny Wicaksono, Canangkan konsep NU urban, PCNU Surabaya buka Hotline Anti-teror, (19 Januari 2016) dalam http://www.batamtimes.com/read/115081/20160119/204545/canangkan-konsep-nu-urban-pcnu-surabaya-buka-hotline-antiteror/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekitarnya tidak akan banyak tertarik untuk mengikuti kegiatan dakwah NU. Hal ini juga dinyatakan oleh salah satu pengurus, sekretaris LDNU, Ustad Edy Rahmatullah, M.E.I.,

> "Kita tinggal di kota surabaya, masyarakatnya beda dengan di daerah, kalau di daerah masyarakatnya homogen, petani ya petani semua. Kalau di kota kan masyarakatnya heterogen. Mereka bermacam-macam profesi, mau mengaji saja sudah untung. Makanya kita ingin berdakwah ke masyarakat yang seperti itu."[18]

Namun uniknya dalam konsep NU Urban yang dicanangkan PCNU Surabaya nantinya tetap tidak meninggalkan tradisi dakwah ala organisasi NU dengan tetap menyertakan istighosah, tahlil, diba' dan semacamnya.[19] Penulis juga melakukan konfirmasi kepada pengurus Sebagaimana yakni Ustad Edy Rahmatullah yang menyatakan,

> "Karena masyarakat surabaya adalah masyarakat urban sehingga pendekatannya ga bisa alamiah dengan pendekatan tradisional saja. Tetapi tetap dipertahankan cara tradisionalnya, sesuai prinsip NU kan memelihara sesuatu yang lama yang baik kemudian mengambil sesuatu yang baru yang lebih baik."[20]

Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama (LDNU) Surabaya, salah satu perangkat departementalisasi organisasi Nahdlatul Ulama yang berfungsi sebagai pelaksana kebijakan Nahdlatul Ulama, khususnya yang berkaitan dengan bidang dakwah[21], diberi tanggung jawab untuk melaksanakan program NU Urban untuk menyasar secara lebih luas jama'ah dari kota Surabaya dan sekitarnya. Perbaikan kualitas materi dakwah, metode

---

[18] Edy Rahmatullah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Februari 2017.
[19] Ronny Wicaksono, Ibid.
[20] Edy Rahmatullah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Februari 2017.
[21] http://www.ldnusurabaya.com/profil/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah, pembinaan jama'ah menjadi titik fokus pelaksanaan program NU Urban.

Majelis Dzikir Walisongo adalah salah satu program dakwah LDNU Surabaya yang dianggap salah satu *prototype* dakwah masyarakat Urban yang akan dikembangkan oleh organisasi NU melalui LDNU di Surabaya. Majelis Dzikir Walisongo merupakan majelis ta'lim pengajian yang dibentuk oleh organisasi NU dan pelaksanaannya dibawah pengawasan pengurus LDNU Surabaya. Sebelumnya dakwah organisasi NU hanya diselenggarakan di level kampung. *Jam'iyah* NU umumnya hanya melangsungkan pengajian rutin seperti istighosah, yasin dan tahlil di kampung-kampung secara berkelompok dan di koordinasi oleh pihak masjid milik NU atau perseorangan. Pelaksanaannya pun tidak menjadi kontrol dari organisasi NU baik di tingkat pusat maupun wilayah/cabang/ranting. Jama'ah pengajian kampung tersebut juga terpecah menurut lokal wilayah rumah tinggal jama'ah dan tidak saling terhubung. Pengasuh kegiatan ta'lim dan da'i yang memberikan pengajian juga merupakan da'i berpaham *ahlusunnah wal jama'ah* namun bukan berasal dari lembaga dakwah NU secara formal. Bahkan terkadang dalam pelaksanaannya, jama'ah mengundang pembicara dari luar organisasi NU yang memberikan kajian dakwah. Hal ini tentu, tidak sesuai dengan visi misi dari organisasi dimana pengembangan dakwah harus sejalan dengan paham organisasi Nahdlatul Ulama. Dengan adanya Majelis Dzikir Walisongo harapannya organisasi NU memiliki basis jama'ah yang loyal terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan dakwah organisasi NU dan secara formal terpantau dibawah pengawasan lembaga dakwah NU.

Majelis Dzikir Walisongo (MDW) pertama kali dilaksanakan pada minggu kedua bulan April tahun 2016 yang kemudian selanjutnya diselenggarakan secara rutin pada setiap minggu kedua dalam setiap bulan. Jama'ah yang mengikuti Majelis Dzikir Walisongo saat ini sejumlah 200 orang jama'ah. menurut keterangan Ustad Edy Rahmatullah, pengasuh dan penceramah rutin di MDW, "kalau yg hadir sampai sekarang ada 200 an orang".

Sejalan dengan pendapat Bapak Didik Wasonohadi selaku ketua pengajian Majelis Dzikir Walisongo tentang jumlah jama'ah yang datang di pengajian.

> "yang pertama kita buka satu tahun lalu, tepatnya di bulan april. Sehingga minggu kemarin itu sebenarnya sudah satu tahun. Awalnya kita buka di pagesangan, tempatnya ustad Helmy, jama'ahnya puluhan orang. Kemudian berkembang, saat ini mencapai 100 bahkan sdh sampai 200 an orang"

Jama'ah yang datang berasal dari anggota jam'iyyah NU yang biasanya telah mengikuti program pengajian rutin organisasi NU di kampungnya masing-masing, namun ada juga jama'ah yang merupakan masyarakat umum (sebelumnya bukan jam'iyyah[22]). Untuk menarik minat non jam'iyyah datang ke kegiatan pengajian Majelis Dzikir Walisongo, LDNU

[22] Sebutan bagi jama'ah Nahdlatul Ulama, telah mengidentifikasi diri sebagai bagian dari anggota organisasi NU.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan media, pertama, yakni *link* dari orang-orang atau kerabat terdekat jam'iyyah yang belum pernah mengikuti pengajian LDNU tetapi mau ketika diajak, maka anggota jam'iyyah dihimbau untuk seluas-luasnya mengenalkan adanya program ini ke masyarakat umum. Kedua, mengoptimalkan fungsi masjid-masjid NU yang tersebar di seluruh kecamatan dan kelurahan untuk turut menyosialisasikan adanya pengajian Majelis Dzikir Walisongo kepada warganya. Ketiga, dengan menghimbau para ustadz atau da'i LDNU yang apabila memiliki majelis pengajian dimanapun berada, mereka dihimbau untuk mengenalkan seluas-luasnya adanya kegiatan Majelis Dzikir Walisongo ini sehingga kegiatan ini juga dapat diikuti oleh jama'ah majelis mereka.

Jama'ah Majelis Dzikir Walisongo memiliki beberapa variasi kegiatan seperti ceramah agama (tausiyah) oleh Ustad yang berasal dari LDNU, doa bersama, istighosah juga terdapat acara kesenian hadrah yang dibawakan oleh jama'ah sendiri. Majelis Dzikir Walisongo (MDW) ini kemudian dibentuk kepengurusan sendiri diluar pengurus LDNU. Terdiri dari ketua Majelis, wakil, sekretaris dan bendahara yang kemudian menjalankan program pengajian rutin

Pengurus LDNU memiliki harapan kedepannya, bermula dari pelaksanaan pengajian Majelis Dzikir Walisongo ini, apabila telah memiliki cukup banyak jama'ah, konsep dakwah NU urban akan dapat dikembangkan menjadi lebih sesuai dengan selera masyarakat kota Surabaya. Tentu dengan mempertimbangkan karakter pasar (jama'ah) dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

MDW tersebut. Menurut keterangan Ustad Edy Rahmatullah, M.E.I yang juga merupakan penanggungjawab program pengajian rutin Majelis Dzikir Walisongo sebagai berikut

> "Di Majelis Dzikir Walisongo kan ada macam-macam orang, ada orang bisnis, ada orang yang profesi, ada yang sepuh-sepuh juga. Di grup wa itu saling komunikasi dan tanya jawab. Ini sudah berjalan 10 kali. Harapannya dalam satu tahun ini tersaring kebutuhan mereka apa. Ada yang berkebutuhan ziarah walisongo, sebentar lagi akan diadakan ziarah. ada yang ingin memperbagus bacaan Alqurannya, dengan sendirinya nanti akan terbentuk dari komunitas itu. Ada yang ingin seninya seperti qasidah, di majelis dzikir walisongo malah sudah terbentuk setiap kali pengajian majelis dzikir mereka sudah menampilkan itu"[23]

LDNU juga membuatkan grup *Whatsapp* untuk para jama'ah Majelis Dzikir Walisongo, dimana grup tersebut berfungsi sebagai media silaturahmi jama'ah serta media sosialisasi program-program LDNU, berikut apabila jama'ah ingin mengajukan pertanyaan seputar masalah ke-Islaman atau materi dakwah maka mereka dapat menanyakannya melalui grup tersebut dan akan dijawab oleh pembicara atau orang yang memahami ilmunya dari LDNU.[24] Adanya sistem grup *Whatsapp* tersebut juga merupakan metode yang dilakukan LDNU untuk melakukan pemetaan terhadap kebutuhan jama'ahnya secara lebih spesifik. lebih lanjut ustadz Edy Rahmatullah, M.E.I menyatakan bahwa dari grup *Whatsapp* tersebut akan dilakukan pengelompokkan jama'ah Majelis Dzikir Walisongo berbasis pada kebutuhan mereka terhadap kajian Majelis Dzikir Walisongo. Harapannya, dengan memahami pengelompokan karakteristik jama'ah

[23] Edy Rahmatullah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Februari 2017.
[24] ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut, LDNU dapat lebih baik dalam melayani kebutuhan jama'ah khususnya membuatkan majelis pendamping guna memenuhi permintaan dari kelompok-kelompok jama'ah secara lebih spesifik. Misalnya akan dibuatkan majelis tafsir tersendiri untuk mengakomodir kebutuhan dari sebagian jama'ah yang menginginkan lebih dalam mengkaji tafsir, dan lain sebagainya.

Pada awal tahun 2017, mulai diberlakukan sistem jama'ah bertanya dengan menggunakan sistem SMS, jama'ah yang memiliki *uneg-uneg* seputar pertanyaan yang berhubungan dengan nilai-nilai Islam dipersilahkan untuk mengirimkan sms kepada penanggungjawab pengajian dari LDNU yang tidak lain adalah sekretaris LDNU, Ustadz Edy Rahmatullah, M.E.I. Dari sms jama'ah yang masuk nantinya akan diseleksi dan dipertimbangkan untuk menjadi bahasan kajian rutin Majelis Dzikir Walisongo. Hal ini, menurut pengurus LDNU, merupakan upaya manajemen LDNU ingin melayani kebutuhan jama'ah sesuai dengan apa yang menjadi masalah jama'ah. Pendekatan dakwah yang dikembangkan akan berpijak pada masalah yang selama ini diresahkan oleh jama'ah dalam kehidupannya. Dengan demikian, kebutuhan mereka akan terpenuhi oleh LDNU, jama'ah menjadi puas bahkan rela mereferensikan kepada orang lain tentang adanya kajian tersebut kepada khalayak yang lebih luas.

Berangkat dari fenomena tersebut, penulis memahami bahwa apa yang dilakukan LDNU terhadap program Majelis Dzikir Walisongo ini merupakan langkah efektif dalam memasarkan ajaran dakwah organisasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NU. Hermawan Kartajaya mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator, kepada stakeholders-nya, *"marketing is a strategic business dicipline that direct the process of creating, offering, and changing value from one initiator to its stakeholders."*[25] Lebih lanjut, Hermawan menjelaskan bahwa pemasaran dapat diterapkan untuk setiap entitas "bisnis" baik profit maupun nirlaba.[26] Dengan demikian, pemasaran bukan hanya milik perusahaan bisnis atau jasa yang berorientasi laba. Tetapi dapat juga diterapkan dalam organisasi nirlaba, sosial dan/atau dakwah seperti organisasi Nahdlatul Ulama. Kaitannya dengan dakwah, penulis memahami dakwah merupakan salah satu bentuk produk. Dalam bingkai pemasaran, produk dakwah memiliki karakteristik seperti produk dalam pemasaran jasa. Kotler dan Keller menyebutkan, jasa sebagai salah satu bentuk produk didefinisikan sebagai "setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.[27] Sebagai konsep, jasa atau *service* bisa berupa organisasi bisnis maupun nirlaba yang berkecimpung di sektor jasa[28] seperti asuransi kesehatan, lembaga penyedia beasiswa, dan lain sebagainya.

---

[25] Hermawan Kartajaya dkk, *Markplus on Strategy* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), 11.
[26] Ibid, 13.
[27] Fandy Tjoptono, *Pemasaran Jasa : Prinsip, penerapan dan penelitian*, (Yogyakarta : ANDI, 2014), 26.
[28] Ibid, 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu upaya yang penting dalam tahapan pemasaran termasuk pula pemasaran jasa adalah menganalisa siapa segmen pasarnya. Segmentasi pasar adalah salah satu konsep penting dalam literatur perilaku konsumen dan pemasaran. Bahkan alasan utama untuk mempelajari perilaku konsumen adalah untuk mengetahui dasar-dasar pensegmentasian yang efektif, dan sejumlah besar penelitian konsumen yang dilakukan berkaitan dengan segmentasi.[29] Dengan melakukan segmentasi, pemasar dapat memeta dan memahami kebutuhan dan keinginan pasarnya secara lebih baik.

Segmentasi pasar tidak hanya dapat diterapkan di organisasi profit tetapi juga dapat diterapkan di organisasi sosial seperti LDNU sebagai lembaga dakwah. Sejalan dengan pendapat, Kotler dan Levy menyatakan bahwa pemasaran merupakan aktivitas sosial yang persuasif sehingga dapat digunakan selain pada organisasi komersial.[30] Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, segmentasi pasar adalah sebuah proses pembagian pasar menjadi subset konsumen yang lebih sempit sesuai kebutuhan dan karakteristik yang sama. Jama'ah pengajian Majelis Dzikir Walisongo merupakan pasar dari lembaga dakwah NU. Dengan adanya segmentasi atau pengelompokan jama'ah, kedepannya akan lebih mudah untuk merancang pendekatan dakwah yang tepat sesuai kondisi segmen pasarnya. Dengan

[29] J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Ed. 4 (Jakarta : Erlangga, 2000), 135.
[30] Philip Kotler, Sidney J. Levy, *Broadening The Concept Of Marketing*, Journal of Marketing, Vol 33, (January, 1969), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

demikian, harapan LDNU untuk semakin baik dalam melayani kebutuhan jama'ah akan terwujud.

Alasan pentingnya organisasi melakukan segmentasi pasar adalah Pertama, semakin majunya kehidupan manusia, semakin heterogen masyarakat, semakin heterogen kebutuhan dan selera masyarakat. Tidak mungkin ada satu produk yang dapat memuaskan kebutuhan secara tepat. Kedua, segmentasi akan mencegah perusahaan untuk membuang-buang sumber dayanya ditempat yang tidak tepat. Segmentasi dapat membantu organisasi atau perusahaan mengalokasikan sumber dayanya secara tepat pada tempat yang tepat. Ketiga, sebuah produk mungkin tidak dapat memuaskan semua golongan masyarakat, tetapi dapat memuaskan satu golongan masyarakat yang homogen. Dan dengan segmentasi, organisasi atau perusahaan dapat menemukan segmen-segmen yang dapat dilayani secara maksimal oleh perusahaan[31].

Penulis belum banyak menjumpai adanya realitas lembaga dakwah yang menerapkan proses segmentasi terhadap jama'ah nya dengan maksud lebih optimal melakukan pelayanan dalam kegiatan dakwah. Dengan kata lain, umumnya dakwah seperti pengajian dan ta'lim hanya dilaksanakan ala kadarnya dan berjalan secara alamiah. Akibatnya, masyarakat tidak lagi merasa dakwah sebagai solusi atas kebutuhannya, karena pelaksanaan dakwahpun tanpa mempertimbangkan secara spesifik kebutuhan dan

[31] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik* (Jakarta : Salemba Empat, 2001), 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keinginan mereka. Apalagi karakteristik masyarakat urban dengan kompleksitas masalahnya seringkali membutuhkan pemecahan dalam kegiatan dakwah secara tepat sasaran. Namun apabila lembaga atau organisasi dakwah mampu melakukan segmentasi pada *mad'u* nya, niscaya kegiatan dakwah tidak akan sepi peminat dan akan terus dapat menjawab tantangan globalisasi dalam konteks masyarakat Urban. Tujuan dakwah yang berupaya untuk memberikan pencerahan, membangun kesadaran dari *mad'u* juga akan lebih mudah tercapai dengan pendekatan dakwah yang sesuai karakteristik jama'ah.

Bagi Manajemen organisasi NU, khususnya LDNU Surabaya, program dakwah dengan pemahaman terhadap karakteristik mad'u seperti ini merupakan hal yang baru diterapkan, setidak-tidaknya di kalangan NU. Sebelumnya organisasi NU, cenderung belum menaruh perhatian kepada pendekatan dakwah yang disampaikan kepada *mad'u*, apakah sudah sesuai dengan selera jama'ah khususnya di perkotaan atau yang disebut Masyarakat Urban. Dakwah yang diselenggarakan cenderung mengikuti apa yang selama ini telah berjalan sebagaimana tradisi ajaran NU yang banyak berkembang di pesantren dan daerah pedesaan.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang proses segmentasi jama'ah yang dilakukan LDNU dalam program pengajian rutin Majelis Dzikir Walisongo.

B. Identifikasi Masalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik masyarakat Urban kota Surabaya yang menjadi sasaran dakwah Organisasi NU melalui adanya Majelis Dzikir Walisongo
2. Bagaimana segmentasi jama'ah Majelis Dzikir Walisongo, LDNU Surabaya
3. Bagaimana pendekatan dakwah yang tepat digunakan LDNU berdasarkan hasil segmentasi jama'ah Majelis Dzikir Walisongo.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, penulis membuat batasan masalah penelitian pada segmentasi jama'ah Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya. Serta bagaimana metode dan pendekatan yang tepat digunakan LDNU berdasarkan hasil segmentasi jama'ah Majelis Dzikir Walisongo. Penelitian ini difokuskan pada tahun 2016 akhir yakni bulan Agustus 2016 hingga bulan Mei tahun 2017.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana segmentasi masyarakat urban pada Jama'ah Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya tahun 2016-2017 ?
2. Bagaimana preferensi (kecenderungan) kegiatan yang disukai Jama'ah dari pengajian Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya tahun 2016-2017 ?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Bagaimana pendekatan dakwah yang sesuai karakteristik jama'ah Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya tahun 2016-2017 ?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui segmentasi masyarakat urban pada jama'ah Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya tahun 2016-2017
2. Mengetahui preferensi (kecenderungan) kegiatan yang disukai jama'ah dari pengajian Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya tahun 2016-2017
3. Mengetahui pendekatan dakwah yang sesuai karakteristik jama'ah Majelis Dzikir Walisongo LDNU Surabaya tahun 2016-2017

F. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai pengayaan penerapan ilmu pemasaran khususnya segmentasi pasar dalam lapangan dakwah
2. Memberikan gambaran kepada organisasi atau lembaga dakwah di Indonesia, khususnya yang berdakwah pada masyarakat urban (perkotaan) tentang model segmentasi pasar (jama'ah) pada masyarakat Urban pada bidang dakwah.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang berjudul "Analisis Segmentasi Jama'ah Majelis Dzikir Walisongo Lembaga Dakwah NU Surabaya Tahun 2016-2017". Penulis merasa perlu untuk menegaskan istilah dalam judul, utamanya pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting sebagai berikut :

1. Segmentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar kedalam kelompok yang berbeda-beda. Masing-masing kelompok tersebut terdiri dari konsumen yang mempunyai ciri/sifat yang hampir sama.[32] Segmentasi merupakan upaya pembagian pasar, saluran atau pelanggan ke dalam berbagai kelompok dengan kebutuhan yang berbeda.[33]

Sehingga segmentasi berbicara mengenai pengelompokan dari suatu obyek sasaran. Dalam dakwah, obyek sasaran diistilahkan dengan mad'u yang menjadi sasaran dari kegiatan dakwah. Sehingga pelaku dakwah bertindak sebagai pemasar yang melakukan pengelompokan mad'u berdasarkan karakteristik tertentu.

2. Jama'ah Majelis Dzikir Walisongo

Secara etimologi, jamaah berasal dari bahasa arab yang memiliki arti berkumpul. Misalnya jamaah pasar berarti perkumpulan orang yang ada di pasar. Jama'ah menurut istilah dapat diartikan sebagai pelaksanaan ibadah secara. bersama-sama yang dipimpin oleh seorang imam. Misalnya jama'ah shalat, jama'ah umrah.

Istilah jama'ah merujuk pada sekelompok orang yang mengikuti kegiatan pengajian / taklim. Mereka memiliki kedudukan sebagai obyek dakwah pada kegiatan tersebut. Dalam penelitian ini, yang dimaksud jama'ah adalah sekelompok peserta pengajian Majelis Dzikir Walisongo yang cukup rutin mengikuti pengajian Majelis Dzikir

[32] Sofjan Assuri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 144.
[33] Agus Suryana, *Strategi Pemasaran untuk Pemula*, (Jakarta : EDSA Mahkota, 2007), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Walisongo minimal 3 kali kedatangan terhitung sejak Agustus 2016 hingga Mei 2017.

3. Majelis Dzikir Walisongo

Majelis Dzikir Walisongo (MDW) adalah program kajian rutin LDNU yang berlangsung setiap minggu kedua setiap bulan dan terbuka untuk umum. Konsep MDW adalah memadukan dzikir dan tausiyah dengan sentuhan motivasi dan pencerahan kepada ummat agar selalu optimis dan bersyukur menikmati kehidupan dunia dan menyongsong kemantapan kehidupan akherat. Untuk mengapresiasi talenta jamaah, MDW juga menampilkan seni hadrah atau qasidah dari komunitas anggota jamaah itu sendiri.[34] Seni hadrah tersebut ditampilkan setiap kali pengajian MDW diadakan yakni setelah selesai kegiatan dzikir bersama dan tausiyah.

Majelis Dzikir Walisongo adalah Majelis pengajian yang secara resmi diselenggarakan oleh manajemen organisasi Nahdlatul Ulama (NU) cabang Surabaya. Anggota Majelis Dzikir Walisongo adalah para jam'iyyah dari wilayah sekitar Surabaya, Sidoarjo dan Gresik juga masyarakat umum. Kisaran jumlahnya 200 orang dan mayoritas anggota nya adalah wanita.

[34] Majelis Dzikir Walisongo, dalam http://www.ldnusurabaya.com/majelis-dzikir-wali-songo/ (27 Februari 2017)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.1.

Logo Majelis Dzikir Walisongo

4. Lembaga Dakwah NU

Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama (LDNU) adalah perangkat departementasi organisasi Nahdlatul Ulama yang berfungsi sebagai pelaksana kebijakan Nahdlatul Ulama, khususnya yang berkaitan dengan bidang dakwah. LDNU bertugas melaksanakan kebijakan Nahdlatul Ulama di bidang pengembangan agama Islam yang menganut faham Ahlussunnah wal Jamaah. Struktur LDNU berjenjang mulai pusat (PBNU), wilayah (PWNU), cabang (PCNU) hingga kecamatan (MWC) dan ranting (desa/kelurahan). Pengurus LDNU Surabaya Periode 2015-2020 terdiri atas[35] :

Pelindung / Penasehat	: KH. Mas Sulaiman
	Dr. H. A. Muhibbin Zuhri
Ketua	: **H. Helmy M. Noor, S.I.P**
Sekretaris	: **Edi Rahmatullah**, M.E.I

[35] Lembaga Dakwah NU dalam http://www.ldnusurabaya.com/profil/ (27 Februari 2017)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bendahara : H. Moch. Saiful Bachri, S.Ag

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian			
Analisis Segmentasi Jama'ah Majelis Dzikir Walisongo Lembaga Dakwah NU Surabaya Tahun 2016-2017			
Penelitian yang dianggap relevan			
Judul	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Segmentasi Politik Pemilih Pasangan Pemenang Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Kota Padang Tahun 2008 (Nora Eka Putri, Vol 7 No, 1, 2011)	Dalam penelitian tersebut yang menjadi subyek penelitian adalah lembaga partai politik PKS dan PAN yang melakukan segmentasi pasar pemilih pasangan pemilu kepala daerah dan wakil kepala daerah. Segmentasi politik dapat dilakukan dengan berbagai macam metode, salah satu metode yang relevan digunakan adalah metode sebab akibat yaitu mengelompokkan masyarakat berdasarkan perilaku yang muncul berdasarkan isu-isu politik. Metode sebab akibat ini	Obyek penelitian pada lembaga sosial (bukan institusi bisnis)	Menggunakan pendekatan teori segmentasi politik karena termasuk marketing politik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	melandaskan metode pengelompokan berdasarkan pemilih rasional, tradisional, kritis dan pemilih mendua. Disamping itu juga melihat orientasi ideologi partai politik atau kandidat kepala daerah dan wakil kepala daerah. Hasil temuan penelitian adalah segmentasi politik pemilih dengan metode sebab akibat diantaranya dilakukan dengan metode policy problem solving, yaitu pemilih menaruh perhatian yang sangat tinggi terhadap partai politik atau kandidat dalam menawarkan solusi sebuah permasalahan. Policy problem solving dapat dilihat melalui media massa, kinerja ekonomi dan tanggungjawab politik, penilaian terhadap policy problem solving dan position (kedekatan pendapatnya dengan kebijakan yg akan dibuat kandidat)		
Analisis Segmentasi Pasar Perawatan	Penelitian ini merupakan penelitian dengan melakukan	Teori yang digunakan hampir sama yakni basis	Obyek penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kulit Wajah Natasha Skin Care Yogyakarta (Mikhriani, Jurnal Dakwah, Vol. 13 No. 1, 2012)	segmentasi pasar berbasis perilaku dan psikografis. Aspek perilaku terdiri dari manfaat dan kualitas yang diinginkan pasarnya. Dengan metode survey lapangan kuantitatif	segmentasi berdasarkan perilaku dan psikografis, hanya saja dalam penelitian ini akan ditambahkan segmentasi berdasarkan demografi dan geografi agar hasilnya lebih eksploratif dan mendalam	merupakan institusi bisnis
Analisis Segmentasi Pengguna Telkom Speedy di Bandung (Lusiana Kartika, Refi Rifaldi Windya Giri, Jurnal Manajemen Indonesia, Vol 12 No 4, April 2013)	Telkom melakukan segmentasi pasar kepada pengguna produk Telkom Speedy di Bandung dengan metode Clustering. Segmentasi dilakukan berdasarkan demografi, geografi, psikografi dan perilaku dengan model Vals II (Value and Lifestyle)	Sama pendekatan teori menggunakan basis segmen demografi, geografi, perilaku dan psikografis	Tidak spesifik menggunakan Vals II, penelitian ini (LDNU) ditambahkan Rumusan masalah sampai pada rumusan metode dan pendekatan yang sesuai digunakan untuk pasar (jama'ah Majelis Dzikir Walisongo)

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh tentang pembahasan penulisan tesis ini, maka penulis mendeskripsikan sistematika pembahasan yang terdiri dari V BAB

BAB I : PENDAHULUAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam bab ini, penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah yang dikaji, tujuan penelitian, penelitian terdahulu serta sistematika pembahasan

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini, penulis menguraikan kajian pustaka untuk menjawab rumusan masalah penelitian yakni tentang konsep segmentasi *post-hoc*. Pembahasannya meliputi pengertian segmentasi, tujuan segmentasi, pendekatan atau dasar segmentasi, segmentasi *post-hoc* dan Tahapan segmentasi *post-hoc*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Penulis menguraikan metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, Subyek dan obyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik uji keabsahan data, teknik analisa data

BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Dalam bab ini, penulis menguraikan penyajian data yang diperoleh dari sumber data lapangan meliputi gambaran umum profil obyek penelitian yakni program pengajian rutin Majelis Dzikir Walisongo yang diselenggarakan oleh manajemen LDNU Surabaya. Kemudian data-data faktual temuan penulis selama melakukan penelitian tentang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

segmentasi jama'ah Majelis Dzikir Walisongo. selanjutnya penulis juga melakukan interpretasi terhadap temuan data lapangan dengan teori segmentasi *post-hoc* untuk menjawab rumusan masalah penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian lanjutan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id