

## BAB II

## **TINJAUAN PUSTAKA**

## A. Pengertian Perencanaan

Perencanaan menurut Newman, dikutip oleh Manullang : “*Planning is deciding in advance what is to be done.*” Jadi, perencanaan adalah penentuan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan.<sup>32</sup> Sedangkan Beishline menyatakan bahwa fungsi perencanaan memberi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tentang siapa, apa, apabila, dimana, bagaimana, dan mengapa.<sup>33</sup>

Robbins dan Coulter dikutip dari Ernie Tisnawati mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi.<sup>34</sup> Sebelum manajer dapat mengorganisasi, mengarahkan atau mengawasi, mereka harus membuat rencana-rencana yang memberikan tujuan dan arah organisasi. Dalam perencanaan, manajer memutuskan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya.”<sup>35</sup>

<sup>32</sup> Manullang, *Dasar-dasar Manajemen*, 39.

<sup>33</sup> Ibid., 39-40.

<sup>34</sup> Ernie Trisnawati dan Kurniawan Sule, *Pengantar Manajemen*, 96.

<sup>35</sup> Hani Handoko, *Manajemen*, 77.

Berdasarkan pendapat di atas, terlihat bahwa perencanaan adalah gambaran tentang apa-apa yang akan dilakukan mulai dari penetapan tujuan, strategi untuk mencapai tujuan hingga sistem perencanaan untuk mengordinasikan dan mengintegrasikan seluruh pekerjaan organisasi sehingga tujuan bisa tercapai. Hal ini sekaligus menjawab juga apa saja yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan siapa yang akan melakukannya.

## B. Prasyarat Perencanaan

Perencanaan yang baik paling tidak memiliki berbagai persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu faktual atau realistik, logis dan rasional, fleksibel, komitmen, dan komprehensif.<sup>36</sup> Berikut penjelasannya:

“Faktual Atau Realistik.” Perencanaan yang baik perlu memenuhi persyaratan faktual atau realistik. Artinya, apa yang dirumuskan oleh perusahaan sesuai dengan fakta dan wajar untuk dicapai dalam kondisi tertentu yang dihadapi perusahaan.

“Logis Dan Rasional.” Perencanaan yang baik juga perlu untuk memenuhi syarat logis dan rasional. Artinya, apa yang dirumuskan dapat diterima oleh akal, dan oleh sebab itu maka perencanaan tersebut bisa dijalankan. Menyelesaikan sebuah bangunan bertingkat hanya dalam waktu satu hari adalah sebuah perencanaan yang selain Tidak realistik, sekaligus juga tidak logis dan irasional jika dikerjakan dengan menggunakan sumber daya orang-orang yang terbatas dan mengerjakan dengan pendekatan yang tradisional tanpa bantuan alat-alat modern.

“Fleksibel.” Perencanaan yang baik juga tidak berarti kaku dan kurang fleksibel. Perencanaan yang baik justru diharapkan tetap dapat beradaptasi dengan perubahan di masa yang akan datang, sekalipun tidak berarti bahwa planning dapat kita ubah seenaknya.

"Komitmen." Perencanaan yang baik harus merupakan dan melahirkan komitmen terhadap seluruh anggota organisasi untuk bersama-sama berupaya mewujudkan tujuan organisasi. Komitmen dapat dibangun dalam sebuah perusahaan jika seluruh anggota di perusahaan "beranggapan bahwa perencanaan yang dirumuskan telah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi.

<sup>36</sup> Ernie Trisnawati dan Kurniawan Sule, *Pengantar Manajemen*, 98.

“Komprehensif.” Perencanaan yang baik juga harus memenuhi syarat komprehensif artinya menyeluruh dan mengakomodasi aspek-aspek yang terkait langsung maupun tak langsung terhadap perusahaan. Perencanaan yang baik tidak hanya terkait dengan bagian yang harus kita jalankan, tetapi juga dengan mempertimbangkan koordinasi dan integrasi dengan bagian lain di perusahaan.”<sup>37</sup>

### C. Bentuk – bentuk Perencanaan

Berdasarkan luas cakupan masalah dan jangkauan waktunya perencanaan dapat dibedakan menjadi tiga macam bentuk:

## 1. Rencana Global

Rencana global ini merupakan penentuan tujuan yang menyeluruh atau keseluruhan dan yang menyangkut jangka panjang dari organisasi tersebut sebagai keseluruhan atau totalitas.<sup>38</sup>

Perencanaan global dalam suatu perusahaan biasa diistilahkan dengan *Corporate Plan*. Di dalam *Corporate Plan* ini diuraikan tujuan pokok yang akan dicapai perusahaan serta sasaran-sasaran jangka panjang yang akan dicapai sebagai misi yang dibawa perusahaan.

Analisis penyusunan *Corporate Plan* sering dinamakan analisis “SWOT” yang berasal dari singkatan:<sup>39</sup>

- a. *Strength*, yaitu kekuatan-kekuatan yang dimiliki.
  - b. *Weaknesses*, yaitu kelemahan-kelemahan yang ada.
  - c. *Opportunity*, atau kesempatan-kesempatan yang terbuka.

<sup>37</sup> *Ibid.*, 99.

<sup>38</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Prinsip Dasar Manajemen* (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1990), 136.

<sup>39</sup> Ibid., 136-137.

2. Rencana Strategis

  - d. *Treaty* atau tekanan-tekanan yang dihadapi perusahaan.

## 2. Rencana Strategis

Rencana ini disusun untuk menentukan tujuan-tujuan kegiatan yang mempunyai arti strategis dan berdimensi jangka panjang. Arti strategis dalam penyusunan rencana ini adalah untuk menyusun dan memilih urutan bidang mana yang akan dicapai terlebih dahulu dan berikutnya. Untuk menyusun rencana strategis kita harus mengetahui keadaan saat ini dan dihubungkan dengan perkembangan masa depan yang paling mungkin terjadi dan bagaimana usaha kita untuk merubah keadaan sesuai tujuan yang dikehendaki. Dipandang dari dimensi waktunya perencanaan strategis merupakan perencanaan jangka panjang dan biasanya dibuat oleh tingkatan manajemen atas.

Perencanaan strategis menyangkut keputusan tujuan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan secara keseluruhan, dan alat apa yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>40</sup>

### 3. Rencana Operasional

Rencana operasional meliputi perencanaan terhadap kegiatan operasional yang berjangka pendek guna menopang pencapaian tujuan jangka panjang baik dalam perencanaan global maupun perencanaan strategis.<sup>41</sup> Perencanaan ini biasa disebut dengan perencanaan taktis.

<sup>40</sup> Ibid., 140.

<sup>41</sup> Ibid., 142.

## D. Tahap Dasar Perencanaan

## 1. Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan

Perencanaan dimulai dengan keputusan-keputusan tentang kegiatan atau kebutuhan organisasi atau kelompok kerja. Tanpa rumusan yang jelas, organisasi akan menggunakan sumber dayanya secara tidak efektif.<sup>42</sup> Tujuan adalah keadaan masa depan yang diinginkan yang ingin direalisasikan organisasi. Tujuan adalah penting karena organisasi ada untuk suatu alasan, dan tujuan mendefinisikan dan menegaskan tujuan alasan tersebut. Rencana adalah cetak biru untuk pencapaian tujuan dan menentukan alokasi sumber daya yang diperlukan, jadwal, tugas, dan tindakan lainnya. Tujuan menentukan tujuan masa depan; rencana menentukan cara hari ini. Konsep perencanaan biasanya menggabungkan kedua gagasan tersebut; artinya menentukan tujuan organisasi dan menetukan untuk mencapainyanya.<sup>43</sup>

Dari segi keluasan dan waktu pencapaian, tujuan juga dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu tujuan strategis (*strategic goals*), tujuan taktis (*tactical goals*), dan tujuan operasional (*operational goals*).<sup>44</sup>

Tujuan strategis adalah tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu yang relatif lama, biasanya antara 3 hingga 5 tahun, atau juga lebih dan dalam pencapaiannya membutuhkan waktu yang relatif lama.

<sup>42</sup> Hani Handoko, *Manajemen*, 79.

<sup>43</sup> Diterjemahkan dari Richard L. Dhaft, Management, Ninth Edition, (Mason : South-Western Cengage Learning, 2010),160.

<sup>44</sup> Ernie Trisnawati dan Kurniawan Sule, *Pengantar Manajemen*, 101.

Tujuan taktis adalah tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu menengah, relatif lebih singkat dari tujuan strategis.<sup>45</sup> Dalam pencapaiannya membutuhkan waktu antara 1-3 tahun. Tujuan ini merupakan tujuan turunan dari tujuan strategis, artinya tujuan strategis akan tercapai jika tujuan taktis tercapai.

Tujuan operasional adalah tujuan yang ingin dicapai dalam satu periode kegiatan perusahaan, biasanya antara 6 bulan hingga 1 tahun. Kadangkala juga dapat hingga mencapai 2 tahun. Tujuan operasional ini, dalam evaluasinya terkait dengan masa pelaporan keuangan perusahaan yang biasanya juga antara 6 bulan hingga 1 tahun.<sup>46</sup>

## 2. Merumuskan keadaan saat ini

Pemahaman akan posisi perusahaan sekarang dari tujuan yang hendak dicapai atau sumber daya-sumber daya yang tersedia untuk pencapaian tujuan, adalah sangat penting, karena tujuan dan rencana menyangkut waktu yang akan datang.<sup>47</sup> Setelah keadaan ini dianalisa barulah rencana dapat dirumuskan untuk menggambarkan rencana lebih lanjutnya. Untuk mendapatkan keadaan saat ini diperlukan informasi tentang keuangan dan data statistik perusahaan yang didapatkan melalui komunikasi dalam organisasi.

<sup>45</sup> Ibid.

46 Ibid.

<sup>47</sup> Hani Handoko, *Manajemen*, 79

### 3. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan

Segala kekuatan dan kelemahan serta kemudahan dan hambatan perlu diidentifikasi untuk mengukur kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu perlu diketahui faktor-faktor lingkungan intern dan ekstern yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya, atau yang mungkin menimbulkan masalah.<sup>48</sup>

4. Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan

Tahap terakhir dalam proses perencanaan meliputi pengembangan berbagai alternatif kegiatan untuk pencapaian tujuan, penilaian alternatif-alternatif tersebut dan pemilihan alternatif terbaik (paling memuaskan) diantara berbagai alternatif yang ada.<sup>49</sup>

## E. Proses Perencanaan

Proses perencanaan adalah suatu proses tentang bagaimana suatu kegiatan itu kita rencanakan.<sup>50</sup> Ada tiga pendekatan dalam proses perencanaan yaitu:

1. Pendekatan perkembangan yang menguntungan.
  2. Pendekatan SWOT.
  3. Pendekatan portofolio dan kesenjangan perencanaan.

Proses perencanaan dengan pendekatan perkembangan yang menguntungkan dilakukan dengan cara menganalisis sarana produksi yang

48 Ibid.

<sup>49</sup> Ibid., 79-80.

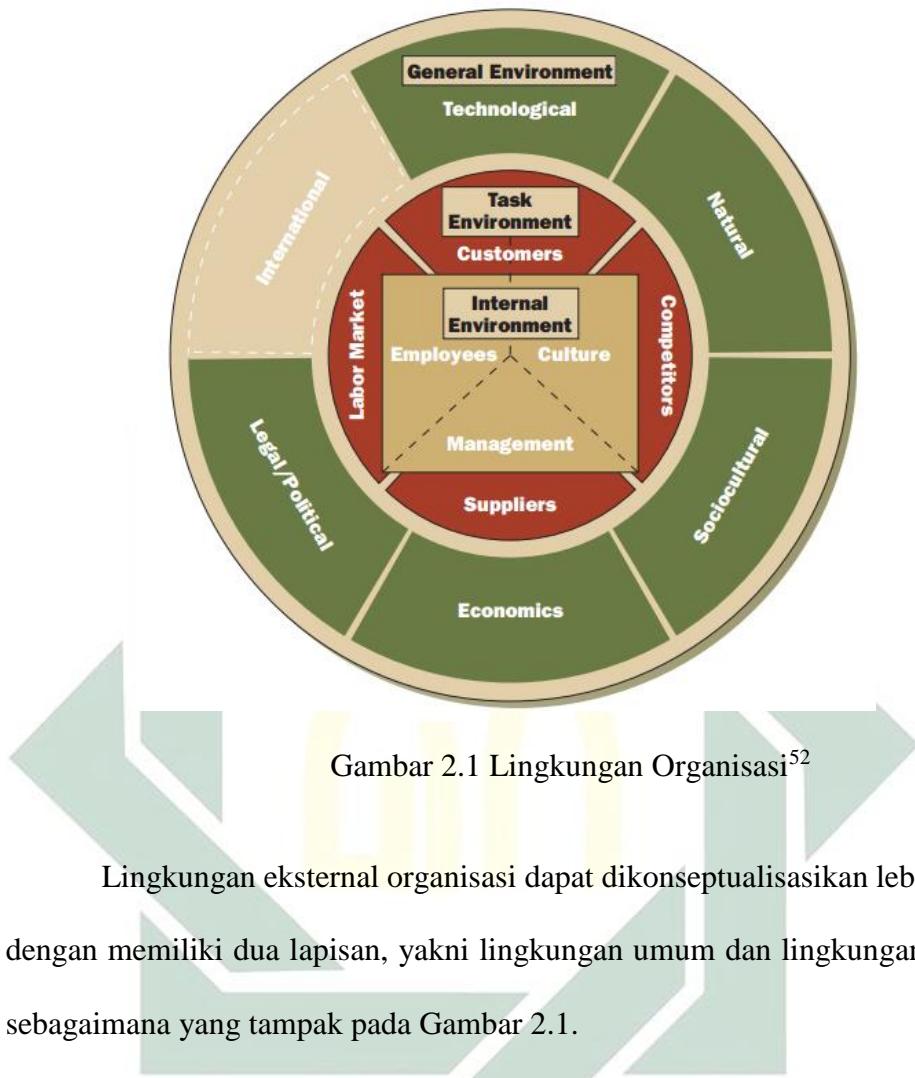
<sup>50</sup> Ibid., 120.

dimiliki dan dihubungkan dengan kebutuhan yang muncul dari lingkungan masyarakat. Dari situ kita bisa mengetahui kemungkinan-kemungkinan untuk memanfaatkan sarana yang dimiliki dengan kebutuhan tersebut dan mengusahakan keseimbangan antara saran yang dimiliki dan kebutuhan lingkungan masyarakat. Apabila terjadi perkembangan terus-menerus yang menjadikan keadaan bergeser dan menimbulkan ketidakseimbangan maka kita harus mencari jalan agar selalu terjadi keseimbangan karena kondisi itulah yang akan menguntungkan perusahaan.<sup>51</sup>

Proses perencanaan dengan pendekatan SWOT dilakukan dengan mempertimbangkan dan menganalisa faktor-faktor ekstern maupun intern. Lingkungan organisasi eksternal mencakup semua elemen yang ada di luar batas organisasi yang memiliki potensi untuk mempengaruhi organisasi, meliputi pesaing, sumber daya, teknologi, dan kondisi ekonomi yang memengaruhi organisasi. Dalam hal ini tidak termasuk kejadian-kejadian yang begitu jauh dari organisasi yang dampaknya tidak dirasakan oleh organisasi. Sedangkan lingkungan internal meliputi hal-hal yang mencakup unsur-unsur dalam batas-batas organisasi.

---

<sup>51</sup> Lihat Indriyo Gitosudarmo, 121.



Lingkungan eksternal organisasi dapat dikonseptualisasikan lebih jauh dengan memiliki dua lapisan, yakni lingkungan umum dan lingkungan tugas sebagaimana yang tampak pada Gambar 2.1.

Lingkungan umum adalah lapisan luar yang tersebar luas dan memengaruhi organisasi secara tidak langsung. Diantaranya mencakup sosial, ekonomi, hukum / politik, internasional, alam, dan faktor teknologi yang mempengaruhi semua organisasi secara sama. Dimensi internasional merupakan bagian dari lingkungan eksternal yang merepresentasikan kejadian-kejadian yang berasal dari luar negeri yang bisa menjadi peluang bagi organisasi untuk mendirikan perusahaannya di luar negeri. Dimensi teknologi

<sup>52</sup> Diambil dari Richard L Dhaft, *Management, Ninth Edition*, (Mason : South-Western Cengage Learning, 2010), 64.

adalah dimensi umum yang meliputi ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi dalam industri dan masyarakat luas. Dimensi sosiokultural adalah dimensi umum yang mewakili karakteristik demografi, norma, adat istiadat, dan nilai masyarakat dimana organisasi beroperasi. Dimensi ekonomi mewakili kesehatan ekonomi negara atau wilayah dimana organisasi beroperasi. Dimensi hukum atau politik mencakup peraturan pemerintah federal, negara bagian, dan pemerintah daerah dan kegiatan politik yang didesain untuk mempengaruhi perilaku perusahaan. Dimensi alam adalah dimensi yang mencakup semua elemen yang terjadi secara alami di bumi, termasuk didalamnya tanaman, hewan, batu, sumber daya seperti udara, air, dan iklim.

Lingkungan tugas merupakan lingkungan yang lebih dekat dengan organisasi dan termasuk sektor yang melakukan transaksi sehari-hari dengan organisasi dan secara langsung berpengaruh terhadap operasi dan kinerja organisasi. Diantaranya yang termasuk lingkungan ini adalah pesaing, pemasok, pelanggan, dan pasar tenaga kerja. Pelanggan adalah orang yang mendapatkan barang atau jasa dari organisasi. Pesaing adalah organisasi lain yang memiliki industri sama atau jenis usaha yang sama yang disediakan untuk pelanggan. Pemasok adalah orang atau organisasi yang menyediakan barang mentah yang diperlukan organisasi untuk menghasilkan output produksinya. Pasar tenaga kerja adalah masyarakat yang tersedia untuk disewa organisasi.

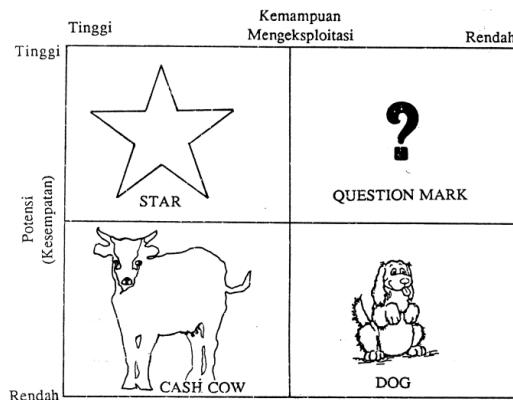
Lingkungan internal organisasi diantaranya adalah karyawan saat ini, manajemen, dan budaya karyawan yang menggambarkan perilaku karyawan

di lingkungan internal organisasi dan seberapa baik organisasi akan beradaptasi dengan lingkungan eksternal.

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal, berikutnya adalah melakukan analisis terhadap faktor-faktor tersebut. Analisa faktor-faktor haruslah dapat menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta dapat mengetahui kelemahan yang terdapat pada organisasi itu (*weaknesses*). Sedangkan analisa terhadap faktor ekstern harus dapat mengetahui *opportunity* atau kesempatan yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula tekanan yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan (*treath*). Setelah diketahui kekuatan, kelemahan, kesempatan serta tekanan-tekanan yang dihadapi maka kita bisa menyusun rencana strategis untuk mencapai tujuan organisasi. Rencana strategis tersebut kemudian diterjemahkan dalam rencana operasional yang mencantumkan adanya target-target yang akan dicapai dan kemudian diterjemahkan menjadi anggaran operasional.<sup>53</sup>

Proses perencanaan dengan pendekatan portofolio dan kesenjangan perencanaan dilakukan pada konteks perusahaan dengan berbagai jenis usaha dan produk. Kondisi itu akan menimbulkan adanya perbedaan-perbedaan dalam masa umur (siklus) kehidupan produk yang diusahakannya. Analisa portofolio produk dapat digambarkan sebagai berikut:

<sup>53</sup> Lihat Indriyo Gitosudarmo, 124 – 126.



Gambar 2.2 Analisis Portofolio Produk<sup>54</sup>

Pada kuadran ke-I disebut bintang (*star*) melambangkan produk yang sedang mengalami masa kejayaan di mana produk itu memiliki potensi pasar yang tinggi dengan kemampuan perusahaan yang tinggi pula dalam mengusahakan atau mengeksplorasi kesempatan pasar tersebut.<sup>55</sup>

Pada kuadran ke-II yang disebut tanda tanya (*Question mark*) melambangkan suatu produk yang penuh tantangan untuk dikembangkan dimana potensi pasar cukup tinggi akan tetapi perusahaan belum mampu untuk mengeksplorasikannya. Produk ini sering juga disebut dalam keadaan perscalan anak-anak (*problem children*).<sup>56</sup>

Kuadran ke-III disebut sapi perah (*cash cow*). Produk ini merupakan sumber pemasukan uang yang cukup besar bagi perusahaan. Hal ini

<sup>54</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Prinsip Dasar Manajemen* (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1990), 127.

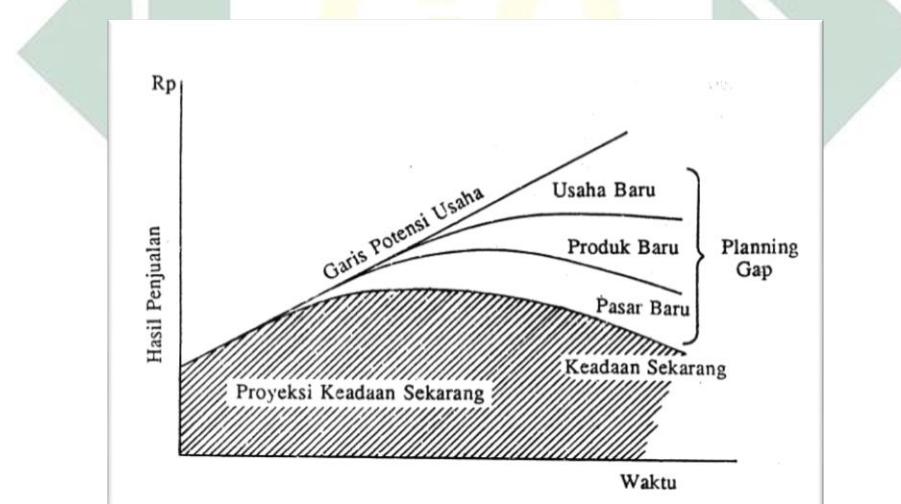
55 *Ibid.*

56 Ibid.

disebabkan karena perusahaan telah mampu menguasai pasar dengan baik sehingga dapat mengalahkan pesaing-pesaingnya.<sup>57</sup>

Kuadran ke-IV disebut anjing (*dog*), tau lebih tepat apabila disebut "*under dog*" yaitu produk yang belum punya reputasi apa-apa di mana potensi pasarnya rendah sedangkan kemampuan perusahaan untuk mengusahakannya juga rendah.<sup>58</sup>

Dari analisa Portofolio Produk itulah kemudian maka berkembang suatu proses perencanaan yang disebut dengan Kesenjangan Perencanaan atau *Planning Gap*. Perencanaan ini yang pada hakekatnya adalah merupakan perencanaan strategis jangka panjang dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.3 Analisis Kesenjangan Perencanaan<sup>59</sup>

<sup>57</sup> Ibid.

58 Ibid.

<sup>59</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Prinsip Dasar Manajemen*, 129.

*Planning Gap* adalah potensi-potensi baru yang mungkin diusahakan, dikembangkan, dan dieksploritasikan. Potensi baru tersebut dimulai dari yang paling mudah dan sederhana yaitu mengembangkan pasar baru. Berikutnya yang lebih sulit dan megandung resiko adalah mengembangkan produk baru karena upaya ini memerlukan pemikiran dan pembahasan yang lebih terperinci. Sedangkan strategi yang paling sulit adalah mencari bentuk-bentuk usaha baru yang sama sekali berbeda dari usaha yang dilakukan sebelumnya.<sup>60</sup>

## F. Program

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, program didefinisikan sebagai rancangan mengenai asas – asas serta usaha – usaha yang akan dijalankan.<sup>61</sup> Program adalah rangkaian dari tujuan, kebijakan, prosedur, pembagian tugas, langkah-langkah yang harus diambil, sumber-sumber yang harus dimanfaatkan, dan unsur-unsur yang diperlukan untuk mencapai arah tindakan yang ditentukan. Suatu program pokok juga dimungkinkan memiliki program-program turunan.<sup>62</sup> Isi dari program pada umumnya memuat berbagai hal, diantaranya:<sup>63</sup>

1. Nama program
  2. Unit atau departemen yang terkait program
  3. Penjelasan tentang maksud dan tujuan program
  4. Sasaran-sasaran program

<sup>60</sup> Lihat Indriyo Gitosudarmo, 129-130.

<sup>61</sup> W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2007), 911.

<sup>62</sup> Lihat Harold Koontz, Cyril O'Donnell, dan Heinz Weihrich, *Manajemen* (Jakarta : Erlangga, 1994), 132-133.

<sup>63</sup> Heidjachman Ranupandojo, *Dasar-dasar Manajemen* ( Yogyakarta : UPPAMPY ,1996), 75.

5. Pengorganisasian program
  6. Prosedur-prosedurnya
  7. Jadual kegiatan
  8. Anggaran masing-masing kegiatan
  9. Kewenangan pengecekan yaitu siapa yang ditunjuk untuk melakukan pengecekan dan menandatangi berita acara

## G. Organisasi Dakwah

- ## 1. Pengertian organisasi dakwah

Menurut Edgar H. Schein dalam Sutarto, organisasi adalah: “*An Organization is the rational coordination of the activities of a number of people for the achievement of some common explicit purpose or goal, through division of labour and function, and through a hierarchy of authority and responsibility.*”<sup>64</sup>

Sedangkan menurut Richard A. Jhonson, dkk dalam Sutarto, Organisasi adalah : *"The Organization is an assemble of people, materials, machines, and other resources geared to task accomplishment through a series of interaction and integrated into a social system."*<sup>65</sup>

Dua pendapat di atas menunjukkan bahwa organisasi adalah kordinasi rasional dari aktivitas-aktivitas sejumlah orang untuk mencapai tujuan bersama melalui pembagian kerja yang jelas dan jenjang wewenang dan tanggung

<sup>64</sup> Edgar Schein, dalam Sutarto, *Dasar-dasar Organisasi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993), 35.

<sup>65</sup> Richard A. Johnson, dkk dalam Sutarto, *Dasar-dasar Organisasi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1993), 35.

jawab. Didalam sebuah organisasi juga terdapat barang, mesin, dan sumber-sumber lain yang menghubungkan penyempurnaan tugas organisasi dalam mewujudkan perwujudan tujuan bersama.

Dakwah secara etimologis (kebahasaan) merupakan bentuk *mashdar* (*verbal noun*) berasal dari kata kerja *da'a* (*madli pasttense*), *yad'u* (*mudlari', presenttense*), *da'watan* (*mashdar, verbalnoun*) yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong (*to call, to invite, to summon, to propagate and to urge*).<sup>66</sup>

Secara terminologis (istilah) dakwah berarti mengajak dan menyeru umat manusia baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam, pedoman hidup yang diridhai oleh Allah dalam bentuk amar ma'ruf, nahi mungkar dan amal sholeh dengan cara lisan (*lisanul maqal*) maupun perbuatan (*lisanul hal*) guna mencapai kebahagiaan hidup kini di dunia dan nanti di akhirat.<sup>67</sup>

Dari pendekatan kebahasaan dan istilah tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa tujuan dakwah adalah untuk mengajak perorangan maupun kelompok pada ajaran Islam sehingga bisa mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akherat.

Organisasi dakwah berarti kordinasi rasional dari aktivitas-aktivitas sejumlah orang untuk mencapai tujuan dakwah mengajak perorangan maupun

<sup>66</sup> Zaini Muchtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah* (Yogyakarta: AL Amin Press, 1996), 14.

67 Ibid.

kelompok pada ajaran Islam melalui pembagian kerja yang jelas dan jenjang wewenang dan tanggung jawab.

## 2. Unsur organisasi dakwah

Menurut Muhtarom, unsur-unsur organisasi dakwah diantaranya sebagai berikut:

- a. Terdapat sejumlah orang untuk melakukan kegiatan dakwah.
  - b. Ada kehendak saling bekerjasama melakukan amar ma'ruf, nahi mungkar dan amal shaleh.
  - c. Pembagian pekerjaan berdasarkan kemampuan dan keahlian menurut ketentuan yang disepakati.
  - d. Terdapat tujuan bersama yang ingin dicapai, yaitu terwujudnya umat yang baik, sejahtera dan bahagia.
  - e. Kadar umat yang disebut baik adalah berdasarkan nilai-nilai dan ajaran Islam.
  - f. Arah yang dituju setiap usaha adalah aktualisasi nilai dan ajaran Islam.
  - g. Tujuan mudah dipahami oleh semua pihak didalam dan diluar organisasi.

Sedangkan jika unsur organisasi dilihat secara lengkap terdiri dari *Man* (orang-orang), kerjasama, tujuan bersama, peralatan, lingkungan, kekayaan alam, dan kerangka atau konstruksi mental organisasi.<sup>68</sup>

<sup>68</sup> Lihat Ig. Wursanto dalam *Dasar-dasar Ilmu Organisasi* (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002), 54-57.

*Man* (orang-orang) adalah seluruh anggota atau warga organisasi yang menurut tingkatannya terdiri dari unsur pimpinan tertinggi organisasi (administrator), manager yang memimpin satuan kerja sesuai fungsinya masing-masing, dan pekerja. Administrator dan para manajer merupakan unsur pimpinan yang diserahi tugas untuk mengelola, menjalankan dan menggerakkan organisasi guna mencapai tujuan yang ditetapkan.<sup>69</sup>

Kerjasama adalah perbuatan bantu-membantu untuk mencapai tujuan bersama organisasi. Tujuan bersama ini menggambarkan apa yang ditentang apa yang akan dicapai dan merupakan titik akhir tentang apa yang harus dikerjakan. Tujuan juga menggambarkan tentang apa yang harus dicapai melalui prosedur, program, pola, kebijaksanaan, strategi, anggaran, dan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan.<sup>70</sup>

Unsur keempat, peralatan dari organisasi adalah peralatan yang terdiri atas semua sarana/ tool, berupa materi, mesin-mesin, uang, dan barang modal lainnya (tanah/gedung/bangunan/kantor).

Berikutnya adalah unsur lingkungan. Yang termasuk dalam unsur ini diantaranya adalah:<sup>71</sup>

- a. Kondisi yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh pada daya gerak dan kehidupan organisasi.
  - b. Tempat atau lokasi, erat kaitannya dengan komunikasi dan transportasi yang dilakukan organisasi.

<sup>69</sup> Ibid., 55.

<sup>70</sup> Ibid., 55-56.

<sup>71</sup> Ibid., 56.

- c. Wilayah operasi yang dijadikan sasaran kegiatan organisasi. Wilayah operasi dibedakan menjadi:

  - i. Wilayah kegiatan, menyangkut jenis kegiatan apa yang boleh dilakukan sesuai dengan tujuan organisasi.
  - ii. Wilayah jangkauan, wilayah teritorial dimana organisasi beroperasi.
  - iii. Wilayah personil, menyangkut pihak baik orang maupun lembaga yang mempunyai hubungan dan kepentingan dengan organisasi.
  - iv. Wilayah kewenangan atau kekuasaan, menyangkut semua persoalan, kewajiban, tugas, tanggung jawab dan kebijaksanaan yang harus dilakukan dalam batas-batas tertentu yang tidak boleh dilampaui sesuai dengan aturan main yang ditetapkan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Unsur kelima yakni kekayaan alam, misalnya keadaan iklim, udara, cuaca (geografi, hidrologi, geologi, klimatologi), flora dan fauna. Unsur terakhir yakni kerangka atau konstruksi mental organisasi yang berisikan prinsip-prinsip organisasi, diantaranya:

- a. Pembagian tugas
  - b. Pendeklegasian wewenang
  - c. Disiplin
  - d. Kesatuan perintah

- e. Kesatuan arah
- f. Rentang pengawasan
- g. Koordinasi
- h. Jenjang organisasi
- i. Sentralisasi
- j. Inisiatif, dan
- k. Kesatuan jiwa

