

Produk-produk yang ditawarkan berusaha untuk memberikan aktualisasi, penghargaan dan kebebasan memilih mazhab. Dan yang terakhir perspektif pertumbuhan dan pembelajaran lembaga ini memberikan gaji, tunjangan, bonus, hubungan kekeluargaan antar pimpinan, staff dan para pengajar kursus dengan mengadakan kegiatan bersama, dan memberikan siraman rohani dalam rangka menjaga komitmen, integritas dan moralitas.

Lembaga ini juga mengedepankan kepemimpinan dan transparansi anggaran sehingga ini akan menghilangkan hal-hal atau persepsi negatif karena keuangan dikelola berdasarkan prinsip-prinsip laporan keuangan yang transparan di internal lembaga, sehingga ini akan meningkatkan kepercayaan, dan loyalitas terhadap pimpinan dan lembaga. Ini terbukti bahwa pengajar yang terdiri dari ustad/ustadzah kebanyakan dari mereka sudah mengabdikan ada yang diatas 20 tahunan pada lembaga bahkan ada yang usianya sudah lanjut, tetapi mereka tetap mengabdikan di lembaga ini.

Kajian tasawuf yang mereka lakukan bertujuan memberikan spirit agar para ustad/ustadzah juga sadar bahwa mengajar dikursus bukan semata-mata mencari material tetapi juga pahala dan keikhlasan. Juga adanya kode etik ustad/ustadzah dan santri juga merupakan suatu hal yang memberikan nilai tersendiri bagi sebuah lembaga kursus, sehingga terdapat kesepakatan norma yang harus dijaga dalam lingkungan lembaga kursus.

B. Implikasi teoritik

Secara teoritik studi ini akan mendorong lembaga-lembaga sosial keagamaan dan nirlaba lainnya untuk menerapkan sistem-sistem manajemen khususnya BSC dalam melakukan pelayanan kepada jama'ah atau pelanggannya dengan menggunakan empat perspektif yang ada untuk menjamin keberlangsungan organisasi atau lembaga nirlaba tersebut dalam kanchah persaingan global.

Banyak dikalangan umat Islam yang kurang menyadari tentang pengelolaan organisasi sosial kagemaan baik itu masjid atau lembaga kursus yang seharusnya dikelola secara profesional dan menggunakan ilmu-ilmu manajemen yang terkait, sehingga hal ini akan memberikan kekuatan dan kemampuan organisasi tersebut untuk bukan hanya sekedar bertahan melainkan juga tumbuh dan berkembang pesat dalam meraih visi dan misisnya.

Walaupun dalam BSC perspektif finansial tidak menjadi sesuatu yang utama, namun tetap keuntungan yang dikejar oleh perusahaan atau lembaga adalah keuntungan material, sementara didalam dunia dakwah atau organisasi nirlaba tentunya keuntungan finansial tidak menjadi sesuatu yang harus diperoleh secara mati-matian, tetapi bahwa finansial menjadi syarat agar sebuah lembaga mampu mempertahankan siklus hidupnya adalah sesuatu yang pasti.

Maka ketika BSC diterapkan dalam organisasi tentunya tetap harus menggunakan perangkat ilmu-ilmu terkait lainnya, misalnya manajemen

strategi, manajemen SDM, khususnya dalam konteks lembaga ini adalah merencanakan model pelatihan untuk mencapai kompetensi yang ideal. Dan dalam analisa perilaku santri dan calon santri dibutuhkan ilmu-ilmu pemasaran dan juga pembangunan citra lembaga yang sudah menjadi brand image positif dan jaminan kepercayaan.

BSC tidak bisa diterapkan tanpa ilmu-ilmu terkait yang berhubungan dengan manajemen lainnya. Teori yang digunakan mungkin tidak cukup sebab teori tersebut hanya berbasis pemenuhan kebutuhan material dan keuntungan material sementara sebuah lembaga kursus yang notabene dalam dunia dakwah yang bukan saja material tetapi juga spiritual. Dimensi spiritual inilah yang mungkin agak sulit dijangkau dengan teori tersebut.

Maka teori ini barangkali kedepannya bisa disempurnakan dengan memasukkan variabel-variabel non material dalam unit analisisnya agar bisa lebih semakin operable untuk digunakan oleh lembaga-lembaga dakwah.

C. Keterbatasan studi

Keterbatasan studi ini adalah bahwa studi ini akan semakin memberikan gambaran ideal untuk bisa menjadi model penerapan BSC pada sebuah lembaga kursus atau lembaga dakwah jika penelitian ini juga dilakukan dengan dukungan data-data kuantitatif, khususnya mengukur tingkat kepuasan santri terhadap pelayanan dan kinerja pengajar guna

