

Gerakan Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah: Kajian Praktik Manajemen Strategi

Zahrotur Roifah[✉]

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia

ABSTRACT

Purpose – Strategic management is basically a management of decisions that are fundamental and comprehensive in nature, by determining how to implement programs that have been created and implemented in organizations or companies. This study aims to describe the strategic management carried out by Majelis Tabligh of PWM DIY.

Design/methods/approach – The research method used is descriptive qualitative, using primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Data validity techniques use triangulation of data sources and triangulation of data collection. Data analysis methods used include data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.

Findings – The findings of this study describe the internal and external environment of the Muhammadiyah Tabligh Council, the strategy of the Muhammadiyah Tabligh Council in developing programs, preparing budgets, and implementing procedures, including evaluating strategies for continuous improvement.

 OPEN ACCESS

ARTICLE HISTORY

Received: 15-04-2024

Accepted: 21-06-2024

KEYWORDS

Strategic Management,
Majelis Tabligh PWM
DIY, SWOT Analysis

Pendahuluan

Stabilitas merupakan suatu kondisi yang menjadi salah satu tujuan organisasi. Untuk mencapai stabilitas, organisasi membutuhkan pengelolaan yang efektif dan efisien. Efektifitas dan efisiensi pengelolaan organisasi dapat terlaksana jika organisasi mampu mengidentifikasi kondisi internal serta eksternal yang berpengaruh terhadap aktifitas organisasi. Dalam hal ini, manajemen strategi menjadi langkah penting yang tak bisa dihindarkan.

Pada dasarnya, setiap organisasi membutuhkan pengelolaan strategi yang baik, tak terkecuali pada lembaga dakwah. Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama merupakan dua

CONTACT: ✉ zahroturroigah8@gmail.com

© 2025 The Author(s). Published by Yayasan Ilmu, Yogyakarta, IDE.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

organisasi massa keagamaan terbesar di Indonesia yang masing-masing memiliki lembaga dakwah. Muhammadiyah memiliki lembaga dakwah yang disebut Majelis Tabligh Muhammadiyah, sedangkan Nahdlatul Ulama memiliki lembaga dakwah yang disebut Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama (LDNU).

Muhammadiyah dan NU memiliki sistem pengorganisasian yang hampir serupa, namun dari segi dakwah, Muhammadiyah memiliki karakteristik yang berbeda dari NU. Hal tersebut tergambar pada tabel berikut (Mathar, 2008).

Tabel Studi Komparatif Karakteristik Dakwah Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama

No.	Muhammadiyah	Nahdlatul Ulama
1	Siapa saja dapat menjadi dai asal memahami apa yang disampaikan	Dai biasanya dari kalangan kiai atau ulama
2	Materi dakwah bersumber Al-Qur'an dan Hadis	Materi dakwah bersumber dari Al-Quran, hadis, ijma'dan qiyas
3	Menitikberatkan pada pemanfaatan lembaga-lembaga pendidikan, dan lebih condong menggunakan sistem modern	Menitikberatkan pada penyebaran melalui mimbar-mimbar atau pengajian, dan lebih condong menggunakan sistem tradisional
4	Memfokuskan dakwah pada upaya mencegah dan menghapus budaya tradisional yang tidak ada tuntunannya dalam agama Islam	Mempertahankan ajaran yang telah mengakar di masyarakat dan mengisinya dengan nilai-nilai aqidah

Perbedaan karakteristik dakwah di atas, membuat Muhammadiyah dan NU memiliki strategi dakwah yang juga berbeda. Telah banyak penelitian dilakukan terkait strategi dakwah. Penelitian terkait perumusan strategi pada Pimpinan Daerah 'Aisyiyah Surabaya misalnya, secara umum menerapkan strategi dakwah dengan mengoptimalkan sumber daya dan memanfaatkan peluang yang ada. (Rizkianto, 2018).

Penelitian lain dilakukan (Andriansyah, 2022) terkait strategi dakwah Masjid Al-Muslimin Pahoman. Hasil penelitian menyatakan bahwa implementasi kegiatan dakwah telah sesuai dengan perencanaan yang sudah ditetapkan. Pengelola masjid Al-Muslimin juga telah melakukan pengawasan, pencatatan surat, pencatatan jadwal, dan laporan keuangan di setiap kegiatannya.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan (Istikomah, Romadlon, & Hariyanto, 2020). Penelitian ini menggunakan analisa SWOT dalam menentukan strategi dakwah Muhammadiyah pada FKMMS (Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo). Implementasi strategi dakwah tersebut diwujudkan dengan melakukan pembinaan ideologi Muhammadiyah dan pembinaan manajemen masjid untuk takmir masjid, melakukan pendataan masjid, mendorong penggunaan teknologi dalam mengelola informasi dakwah di masjid-masjid, penggunaan mubaligh Muhammadiyah yang lebih maju

secara keilmuan, kegiatan remaja masjid yang lebih inovatif, serta pembentukan jaringan dakwah secara berkesinambungan.

Hasil penelitian lain terkait strategi dakwah disusun oleh (Tullah, 2021). Penelitian ini menemukan bahwa strategi dakwah Jamaah Tabligh diimplementasikan lewat lima amal sempurna sebagai asas dakwahnya, yakni dengan musyawarah, silaturahmi, bersikap lemah lembut, berpegang teguh terhadap Sunnah dan menghidupkan majelis taklim atau kegiatan kajian pendidikan keagamaan.

Beberapa penelitian di atas lebih memfokuskan pembahasan pada strategi dakwah secara umum. Belum terdapat pembahasan secara spesifik terkait manajemen strategi terhadap objek dan subjek dakwah. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji praktik manajemen strategi yang diterapkan oleh Majelis Tabligh Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Manajemen strategi, mengutip dari Fred R. David dalam Yatminiwati, merupakan seni sekaligus ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang dapat memungkinkan suatu organisasi maupun perusahaan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, manajemen strategi merupakan sederet keputusan dan beberapa tindakan manajerial yang dapat memberi keputusan perusahaan kedepannya dalam jangka panjang. (Yatminiwati, 2019).

Manajemen strategi menurut David Hunger dan Thomas Wheelen mencakup empat tahap, yaitu pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi. (Hunger & Wheelen, Manajemen Strategi, 2003)

Gambar Proses Manajemen Strategi Menurut Hunger dan Wheelen



Sumber: David Hunger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategis*

Tahap pertama, yakni pengamatan lingkungan, merupakan sebuah pemantauan dan juga evaluasi terhadap organisasi atau perusahaan yang berguna untuk mengetahui bagaimana kondisi lingkungan organisasi maupun perusahaan sehingga dapat bertindak secara tepat terhadap perubahan. Pengamatan lingkungan ini dilakukan dengan menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness Opportunity, Threats*) yang terdiri dari dua variabel yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Analisis SWOT merupakan cara untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam sebuah organisasi. Analisis SWOT ini menjadi sarana untuk mempertahankan kekuatan dan mendapatkan keuntungan dari peluang yang tersedia dan memiliki kekuatan untuk menghindari ancaman, sehingga analisis SWOT dapat membantu dalam melihat hal-hal yang terlewatkan. Meski demikian, analisis SWOT memiliki output yang berbentuk arahan dan tidak memberikan solusi secara langsung. (Nyoman Mariantha, 2018).

Tahap kedua, yakni perumusan strategi, merupakan sebuah unsur untuk mengembangkan suatu rencana yang berjangka panjang agar lebih efektif melalui peluang dan ancaman yang ada di lingkungan, yang juga dapat dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi maupun perusahaan. Formulasi dari strategi ini berupa pengembangan visi, misi, dan strategi yang akan diterapkan pada organisasi maupun perusahaan.

Tahap selanjutnya, yakni implementasi strategi merupakan sebuah pilihan untuk menjalankan strategi. Dalam pengimplementasian strategi diperlukan sebuah program, anggaran, dan prosedur dalam mencapai tujuan organisasi ataupun perusahaan.

Tahap terakhir yakni evaluasi strategi, merupakan proses pengecekan terhadap hasil kerja yang menjadi tahap akhir dalam kinerja. Adanya evaluasi dapat membantu penilaian hasil kerja dan mengetahui umpan balik terhadap organisasi maupun perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti berperan sebagai instrumen untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam terhadap permasalahan yang diteliti. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik pengumpulan data, serta metode induktif dalam analisa data. (Sugiyono, 2009)

Subjek penelitian meliputi ketua, pengurus harian serta ketua Majelis Tabligh demisioner. Objek penelitian adalah praktik manajemen strategi di Majelis Tabligh Muhammadiyah D.I. Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu model interaktif yang meliputi 4 tahap, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, 2019)

Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi sumber pengumpulan data. Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data yang didapatkan dari hasil wawancara diuji kebenarannya dengan teknik observasi dan dokumentasi, maupun dari hasil observasi dan dokumentasi dapat diuji kebenarannya dengan teknik wawancara.

Hasil

Lingkungan Majelis Tabligh Muhammadiyah

1. Pengamatan Lingkungan Internal
 - a. Kekuatan (*Strengths*)
 - 1) Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas
 - 2) Banyaknya mubaligh yang terlatih
 - 3) Terstrukturness kepengurusan dengan baik
 - 4) Program yang tersusun dengan baik
 - b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Keaktifan atau fokus Sumber Daya Manusia (SDM) di Majelis Tabligh masih kurang.
 - 2) Pemanfaatan media sosial kurang menyeluruh.
 - 3) Sumber pendanaan belum kuat dan masih menggunakan dana internal.
2. Pengamatan Lingkungan Eksternal
- a. Peluang (*Opportunities*)
 - 1) Majelis Tabligh PWM DIY memiliki banyak mitra dan jaringan yang potensial dalam mendukung program-program yang sudah direncanakan.
 - 2) Banyaknya sekolah dan universitas serta lembaga pendidikan lain sebagai objek potensial sasaran dakwah..
 - 3) Banyaknya kalangan yang haus untuk memenuhi kebutuhan ruhani.
 - b. Ancaman (*Threats*)
 - 1) Banyaknya organisasi Islam dengan paham berbeda-beda di Yogyakarta.
 - 2) Masyarakat yang majemuk baik dari segi usia, ekonomi, dan sosial budaya.
 - 3) Daerah desa yang menjadi target kristenisasi.

Strategi Majelis Tabligh Muhammadiyah

1. Pengembangan Visi Misi
 - a. Visi

Berkembangnya fungsi tabligh dan kualitas mubaligh dalam penyebaran paham Muhammadiyah dan pembinaan kelslaman yang holistik dan berkemajuan kepada semua sasaran dakwah yang berbasis pada spirit tajdid (purifikasi dan dinamisasi) yang bersifat inklusif, wasathiyah, inovatif, kolaboratif, dan adaptif disertai kemampuan dan wawasan digital.
 - b. Misi
 - 1) Peneguhan paham Islam dan Ideologi Muhammadiyah di seluruh tingkatan persyarikatan, orton, Majelis dan Lembaga, AUM, serta anggota Muhammadiyah.
 - 2) Penguatan dan penyebarluasan Risalah Islam Berkemajuan dan Strategi Pemahaman Islam Berkemajuan, baik di lingkungan internal maupun eksternal Muhammadiyah.
 - 3) Memperkuat dan memperluas basis umat di akar-rumput dalam kesatuan Langkah Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ), Dakwah Kultural, dan Dakwah Komunitas sehingga keberadaan dan peran Muhammadiyah semakin kokoh dan luas.
 - 4) Mengembangkan Amal Usaha Unggulan dan Gerakan Ekonomi Muhammadiyah secara lebih intensif dan massif sehingga Muhammadiyah semakin kuat, mandiri dan berperan optimal, dalam memajukan umat dan bangsa.
 - 5) Mengintensifkan dan memperluas dakwah di kalangan generasi milenial (generasi Y, generazi Z, dan generasi Alpa) dalam usaha menanamkan nilai-nilai keagamaan, moral dan etika, serta orientasi sosial dalam kehidupan

keumatan, kemanusiaan, kebangsaan, dan keistimewaan D. I. Yogyakarta yang berperadaban mulia.

- 6) Reformasi kaderisasi dan pendiasporaan kader Muhammadiyah ke berbagai struktur dan lingkungan persyarikatan, umat, bangsa, dan 75 level daerah dalam membawa misi dakwah dan tajdid menuju tercapainya tujuan Muhammadiyah.
- 7) Reformasi organisasi dan digitalisasi system organisasi yang tersistem sehingga keberadaan dan gerak Muhammadiyah semakin profesional, maju, dan modern.
- 8) Memperluas dan melembagakan Muhammadiyah berbasis komunitas secara lebih terprogram dan terstruktur dalam usaha menyebarluaskan dan memajukan misi dakwah dan tajdid yang rahmatan lil'alamin.

2. Pengembangan Strategi

Tabel Matriks Analisis SWOT Majelis Tabligh PWM DIY

<p>Internal Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki SDM yang berkualitas. 2. Banyaknya Mubaligh yang terlatih. 3. Terstrukturnya kepengurusan dengan baik. 4. Program tersusun dengan baik. 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keaktifan SDM yang kurang 2. Pemanfaatan media sosial yang kurang menyeluruh. 3. Kurangnya sumber pendanaan
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya mitra dan jaringan yang berpotensi. 2. Banyak lembaga Pendidikan di Yogyakarta. 3. Masyarakat yang membutuhkan kebutuhan Rohani. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelatihan terhadap mubaligh muda baik pelajar maupun mahasiswa. 2. Mengorganisir mubaligh ke setiap sisi Yogyakarta baik di kota sampai ke desa dan berdakwah secara inklusif. 3. Menyusun program bekerjasama dengan instansi terkait. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat komitmen dan memotivasi dalam mengembangkan Amanah. 2. Meningkatkan media sosial dan menjangkau masyarakat luas melalui seluruh media sosial yang ada. 3. Meningkatkan mitra dan jaringan dalam meminimalisir pendanaan

		dalam program kerja.
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya paham Islam yang ada di Yogyakarta. 2. Masyarakat yang majemuk. 3. Daerah desa yang menjadi target kritisasi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengirimkan mubaligh secara menyeluruh di wilayah Yogyakarta dengan tanpa tumpang tindih. 2. Menyesuaikan isi dakwah dengan tempat dakwah. 3. Memperkuat akidah bagi daerah yang minoritas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyetarakan fokus pada dua proses dakwah baik secara langsung maupun secara tidak langsung. 2. Melakukan dakwah sesuai dengan kondisi masyarakatnya. 3. Membuat SOP terhadap SDM yang ada.

Diskusi

Implementasi Strategi Majelis Tabligh Muhammadiyah

1. Program

- a. Tersusun dan berkembangnya model penyebaran dan pembinaan keagamaan yang holistic berdasarkan paham keagamaan dan manhaj Gerakan Muhammadiyah yang bermisi dakwah dan tajdid serta berpandangan Islam berkemajuan.

Terdapat 5 (lima) kegiatan dalam program pembinaan keagamaan yang berdasar paham keagamaan sesuai dengan gerakan Muhammadiyah, yaitu:

- 1) Penyusunan model pengajian di tingkat Ranting dan Cabang
 - 2) Penyusunan model pengajian di AUM (Amal Usaha Muhammadiyah)
 - 3) Penyusunan model pengajian untuk keluarga
 - 4) Penyusunan model pengajian di sekolah
 - 5) Penyusunan buku panduan pengelolaan kajian dan pendamping anak.
- b. Tersusunnya pedoman/panduan keislaman hasil tarjih untuk disebarluaskan dan dijadikan model pembinaan keagamaan bagi umat dan masyarakat luas.

Program penyusunan panduan keislaman dari hasil tarjih terdapat 5 (lima) indikator kegiatan, sebagai berikut:

- 1) Penyusunan buku tafsir ringkasan ayat-ayat ideologis dan dakwah
- 2) Buku panduan materi dakwah keluarga dan remaja
- 3) Kumpulan doa dan pembuka ceramah
- 4) Buku Kumpulan materi dakwah
- 5) Buku pengelolaan masjid dan mushala Muhammadiyah DIY

- c. Standarisasi manajemen tabligh, masjid dan mushalla, dan integrasi lembaga korps mubaligh Muhammadiyah dalam penyebaran paham keagamaan Muhammadiyah dan pembinaan jamaah.
 - 1) Penyelenggaraan mubaligh hijrah
 - 2) Penyelenggaraan mubaligh mukim
 - 3) Koordinasi dan konsolidasi korps mubaligh mubalighat Muhammadiyah dan takmir masjid dan mushala Muhammadiyah
 - 4) Pengelolaan masjid haiban hajid
 - 5) Perintisan pengelolaan mubaligh muda
- d. Meningkatkan kualitas organisasi Majelis Tabligh di seluruh tingkatan yang mampu bersaing dengan lembaga-lembaga tabligh di luar yang berwawasan Islam berkemajuan.
 - 1) Rakerwil/rakorwil MT PWM DIY
 - 2) Pelantikan Manajemen Dakwah dan Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ) bagi pengurus MT
 - 3) Penelitian dan penyusunan peta dakwah
 - 4) Seminar pengembangan dakwah
- e. Meningkatnya kerjasama dan kolaborasi dakwah, baik internal maupun eksternal Persyarikatan, untuk intensifikasi dan ekstensifikasi kinerja tabligh.
 - 1) Intensifikasi komunikasi dan kerjasama dengan Pemprov/Pemerintah DIY
 - 2) Komunikasi dengan penyuluh dan penghulu Kemenag se-DIY dari Muhammadiyah
 - 3) Intensifikasi kerjasama dengan PTMA di DIY
 - 4) Komunikasi dengan Organisasi Islam/Profesi di DIY
 - 5) Intensifikasi komunikasi dan kerjasama tabligh dengan Ortom tingkat Wilayah
- f. Meningkatkan kualitas anggota pimpinan dan kader mubaligh yang berwawasan Islam berkemajuan dan memiliki kapasitas keilmuan luas, washatiyah, inklusif, dan kompetitif menghadapi berbagai perkembangan paham dan dinamika keagamaan, kemasyarakatan, dan dunia kontemporer.
 - 1) Baitul Arqam/ refreshing Al Islam dan Kemuhammadiyah (AIK) bagi Pimpinan MT
 - 2) Pengajian sabtu pagi PWM
 - 3) Rihlah dakwah dan studi banding Pimpinan MT
 - 4) Pelatihan mubaligh Muhammadiyah
- g. Meningkatkan kuantitas dan kualitas kader mubaligh berwawasan digital untuk menghadapi tantangan disrupsi keagamaan.
 - 1) Pelatihan pengelolaan dakwah digital dan media sosial
 - 2) Jurnalisme dakwah
 - 3) Pelatihan dakwah di televisi dan radio
- h. Mengintensifkan dan meluaskan program tabligh yang makin maju, unggul, dan kompetitif berwawasan Islam berkemajuan melalui berbagai media atau sarana

tabligh tatap muka dan media sosial, sehingga paham Islam dan gerakan Muhammadiyah semakin mengakar dan meluas di lingkungan umat, masyarakat, bangsa.

- 1) Dakwah di televisi (TV-Mu, ADiTV, TVRI) dan radio (RRI, Radio Mu)
 - 2) Database dakwah media MT PWM DIY
 - 3) Kolom dakwah di MediaMu
 - 4) Pengelolaan dakwah di media sosial (YT, IG, Tiktok, Twitter, FB)
- i. Mengintensifkan produk-produk materi dan layanan tabligh yang bersifat panduan, bimbingan, dan pencerahan, baik langsung maupun melalui berbagai media, dalam format tulisan dan audio visual, termasuk hasil riset dan inovasi dakwah.
- 1) Pembuatan risalah jumat
 - 2) Pembuatan kalender hijriah
 - 3) Pembuatan konten dakwah video atau pesan pendek
- j. Mengintensifkan pembinaan dan penyediaan mubaligh-mubaligh Muhammadiyah multiperan dan multiaspek untuk memenuhi tuntutan Persyarikatan, umat, dan masyarakat luas akan berbagai kebutuhan ruhani dan moral serta bimbingan beragama yang meneguhkan dan mencerahkan kehidupan.
- 1) Pelatihan kader mujahid dakwah
 - 2) Pelatihan mubaligh pegawai AUM (Guru, Dokter, Dosen, dan lain lain)
 - 3) Pelatihan mubaligh pelajar dan mahasiswa
 - 4) Pelatihan kristologi
 - 5) Pendampingan kemampuan menulis materi dakwah bagi para mubaligh
 - 6) Pelatihan retorika dan komunikasi dakwah

2. Anggaran

Anggaran Majelis Tabligh PWM DIY didapatkan melalui anggaran dari PWM DIY, iuran rutin dari pengurus Majelis Tabligh, kerjasama dengan lembaga pemerintahan, donatur, Lembaga Amal Usaha Muhammadiyah (AUM), dan dari mitra kerja Muhammadiyah lainnya.

Pengurus Majelis Tabligh PWM DIY periode 2022-2027 juga telah merancang anggaran bersamaan dengan penyusunan program kerja periode 2022-2027. Sebagaimana dalam dokumen rancangan program kerja pengurus Majelis Tabligh PWM DIY periode 2022-2027 tertera Jumlah anggaran pada periode ini adalah sebesar Rp.1.852.500.000.

3. Prosedur

Dalam menjalankan program-program pada periode 2022-2027, Majelis Tabligh PWM DIY membentuk pimpinan harian yang meliputi ketua, wakil ketua, sekretaris, wakil sekretaris, bendahara, wakil bendahara. Selain membentuk pimpinan harian, Majelis Tabligh PWM DIY membentuk delapan divisi yang mana setiap divisi menjalankan fungsinya.

Majelis Tabligh kemudian membuat program selama satu periode 2022-2027 yang kemudian diturunkan menjadi program kerja tahunan. Dalam menjalankan program kerja ini melibatkan beberapa pihak sampai di luar PWM DIY. Setelah dilakukannya program tersebut, Majelis Tabligh melaksanakan evaluasi secara berkala dimulai dari evaluasi mingguan, persemester dan evaluasi akhir tahun.

Implementasi Evaluasi Strategi Majelis Tabligh Muhammadiyah

Evaluasi Majelis Tabligh PWM DIY dilaksanakan dalam mingguan, per semester, dan kondisional. Setiap seminggu sekali pada hari senin dilakukan rapat rutin Majelis Tabligh PWM DIY dengan setiap divisi sekaligus dilakukannya evaluasi pada tiap program yang ditentukan, serta evaluasi juga dilakukan persemester atau tiga bulan sekali pada setiap Majelis di PWM DIY dan melibatkan Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM).

Peneliti melihat hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh Majelis Tabligh PWM DIY terkait dengan prosedur sudah tercapai dengan baik. Sebagaimana dapat dilihat dari hasil evaluasi pada periode tahun 2016-2022. Adapun hasil evaluasi dari sisi pengurus harian terkait SK struktur pengurus yang kemudian dirombak dengan struktur baru pada periode tahun 2022-2027 dan diadakannya delapan divisi yang terkait program Majelis Tabligh. Selain itu, evaluasi yang dilakukan oleh Majelis Tabligh PWM DIY adalah terkait media dakwah secara online.

Pada periode sebelumnya dakwah secara online masih berfokus pada media Youtube saja dengan memberikan ceramah panjang, tetapi untuk media sosial yang lain seperti Instagram, Tiktok, dan konten-konten pendek masih diawali pada periode tahun 2022-2027 sehingga dapat menjangkau kaum muda mudi sebagai target dakwah Majelis Tabligh PWM DIY dan konten dakwah sekarang dilakukan dengan ceramah singkat berdurasi tiga menit setiap pekan.

Penutup

Berdasarkan data yang diperoleh setelah melakukan penelitian serta melihat permasalahan serta pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Majelis Tabligh PWM DIY telah menerapkan manajemen strategi dengan baik. Kriteria baik ini dihasilkan dari indikator manajemen strategi yang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Berdasarkan Analisis SWOT yang dilakukan pada Majelis Tabligh PWM DIY. diperoleh hasil bahwa lembaga tersebut berada pada kuadran 1, sehingga Majelis Tabligh PWM DIY menggunakan strategi SO dengan melakukan pelatihan terhadap mubaligh muda baik pelajar maupun mahasiswa, mengorganisir mubaligh ke setiap sisi Yogyakarta baik di kota sampai ke desa, berdakwah secara inklusif serta menyusun program kerjasama dengan instansi terkait.

Bagi seluruh organisasi dapat diperhatikan dan meninjau kelemahan yang ada dan menambah kekuatan serta mempertahankan kualitas lembaga. Memaksimalkan segala peluang yang ada di eksternal lembaga dan mengantisipasi ancaman serta siap dalam menghadapi ancaman maupun masalah yang ada dengan dinilai melalui analisis SWOT. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai strategi manajemen sebuah

Lembaga khususnya dalam dunia dakwah dengan mengkolaborasikan terkait Sumber Daya Manusia yang bersangkutan.

References

- Andriansyah, Zjulpi. (2022). *Manajemen Strategis Pengembangan Kegiatan Dakwah di Masjid Al-Muslimin Pahoman Kota Bandar Lampung*. Skripsi, Lampung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
- Desritayanti. (2008). *Kajian Strategi Pengembangan FWA Indosat*. Tesis, Jakarta: Teknik Elektri Universitas Indonesia.
- Erisman, A & Azhar, A. (2008) *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Deepublish.
- Gunawan, Imam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik (4th ed)*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasim, M. (2009). "Peta Potensi Keagamaan Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Analisa*, vol XVI(01).
- Hunger, David dan Thomas Wheelen. (2003). *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Andi.
- Istikomah. (2020). "Strategi Dakwah Muhammadiyah Melalui FKMMS (Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo)", *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, vol 14.
- Kurniasih, Dewi & Rusfiana, Yudi. (2021). *Teknik Analisa*. Bandung: Alfabeta.
- Mariantha. (2018). *Manajemen Biaya (Cost Management)*, Makassar: Celebes Media Prakarsa.
- Mathar, Jamilah. (2008). *Perbandingan Strategi Dakwah Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama Ranting Sawangan Baru*, Skripsi, Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah.
- Nisa', Maghfirotn. (2022). *Perencanaan Strategi Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama Daerah Istimewa Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, Freddy, (2009) *Analisi SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Ikrar Mandiriabadi.
- Rizkianto, Anggit. (2018). *Manajemen Strategis Organisasi Dakwah (Studi pada Pimpinan Daerah Aisyiyah Surabaya)*. Tesis, Surabaya: Dirasah Islamiyah UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sugiyono. (2019). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Tajaria. (2019). *Manajemen Strategis Dakwah Pengurus Cabang Nahdatul Ulama (PCNU) di Kabupaten Pinrang*. Skripsi, Pare-pare:Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah IAIN Pare-pare.
- Tullah, Wahyu Hidaya. (2021). "Strategi Dakwah Jamaah Tabligh di Kecamatan Simuelue Tengah Kabupaten Simuelue". *Jurnal Al-Idarah*, vol 5.
- Waryono, Musthafa dkk. (2014). *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah

dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi*. Lumajang: Widyagama.