

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam ajaran Islam, dakwah Islamiyah merupakan aktifitas atau usaha yang memiliki urgensi sangat penting, disebabkan melalui syi'ar Islam terpancar ke seluruh pelosok tempat dan kepada setiap generasi. Alwirsal Imam Zaidallah (K.H.M. Isa Anshary:1997:223) menjelaskan bahwa:

“Dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan aktifitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT dan Rasulullah SAW.”

Adapun bentuk usaha yang dilakukan tersebut meliputi: Mengajak manusia untuk beriman, bertaqwa serta menta'ati segala perintah Allah dan Rasul, melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar, memperbaiki dan membangun masyarakat yang islami, menegakkan serta menyiarkan agama Islam dan proses penyelenggaraan merupakan usaha untuk mencapai tujuan yakni kebahagiaan dan kesejahteraan hidup dunia dan akhirat.

Allah SWT menjanjikan pahala yang cukup besar bagi para da'i yang berjuang keras dalam medan dakwah walaupun mereka mendapatkan berbagai macam tantangan dan rintangan. Orang yang paling mulia dan basik orang yang mau mengorbankan seluruh hidupnya untuk menyeru dan menegakkan kebenaran di tengah-tengah masyarakat serta menghancurkan kebatilan. Para da'i atau masyarakat yang menjalankan tugas dakwah dengan membimbing umat untuk

melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar dengan tujuan akhir untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Perintah dan pelaksanaan dakwah tersebut dapat dipahami bahwa dalam ajaran Islam terdapat perintah untuk melaksanakan hal dimaksud. Aktifitas dakwah dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk dan dengan menggunakan bermacam media, baik melalui media mimbar, media elektronik dan media cetak. Media mimbar merupakan salah satu media dakwah yang dapat dilakukan setiap waktu. Inti dari pada dakwah melalui media adalah mengajak umat manusia untuk selalu bertaqwa kepada Allah SWT dengan menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

Peringatan-peringatan yang disampaikan da'i kepada jamaah atau pendengar senantiasa selalu menggunakan cara-cara yang mudah dipahami oleh berbagai tingkat intelektual masyarakat supaya pelaksanaan ibadah sehari-hari dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Dinamika masyarakat Islam di Indonesia telah menjadi fenomena tersendiri. Berbagai permasalahan keummatan terjadi silih berganti, datang dan pergi. Masalah-masalah keummatan yang didasarkan dari aspek sosiologis hingga aspek permasalahan akidah mudah didapatkan ditubuh ummat Islam belakangan ini. Ummat saat ini membutuhkan bimbingan yang benar dalam hidup mereka dan mengarahkan kembali untuk dapat mengentaskan solusi permasalahan yang dihadapinya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka perlu adanya lembaga yang secara tugas dan fungsinya adalah menyebarkan syiar-syiar Dakwah. Secara tugas dan fungsinya Pusdai Jawa Barat berperan sebagai lembaga yang bergerak di bidang dakwah dan keagamaan. Maka dari itu peneliti bermaksud meneleki

Pusda'i Jawa Barat karena permasalahan-permasalahan ini adalah salah satu tugas Pusdai Jawa Barat, Maka dari itu perlu adanya Manajemen Strategik yang dilakukan Pusdai Jawa Barat dalam merespon permasalahan yang ada demi tercapainya efektivitas Dakwah. Sehingga penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian tentang Manajemen Strategik dalam penyampaian efektifitas dakwah di lingkungan masyarakat yang dilakukan oleh Pusdai Jawa Barat melalui judul: ***“Manajemen Strategik PUSDAI Jawa Barat dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah.”***

B. Rumusan Masalah

Melihat dari permasalahan diatas maka peneliti bermaksud memfokuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana program kerja dakwah Pusdai Jawa Barat dalam meningkatkan efektivitas dakwah di pusdai Jawa Barat ?
2. Bagaimana strategi pencapaian program kerja Dakwah yang dilakukan Pusdai Jawa Barat ?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Disamping adanya kesesuaian dengan rumusan masalah diatas, peneliti mempunyai tujuan yaitu:

- a. Untuk mengetahui apa saja program kerja dakwah Pusdai Jawa Barat
- b. Untuk mengetahui bagaimana Manajemen Strategik yang dilakukan oleh Pusdai Jawa Barat dalam mengefektivkan penyebaran syiar-syiar dakwah.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Diharapkan menjadi perangsang untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam mengembangkan ilmu manajemen khususnya manajemen strategik, dan menjadi sumbangan pemikiran dan bahan diskusi serta acuan dalam pengembangan ilmu manajemen strategik.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai lembaga, khususnya lembaga Pusdai Jawa Barat, serta memberikan pengetahuan dan motivasi kepada seluruh umat muslim yang berminat dibidang ilmu manajemen strategik.

D. Landasan Teori

1. Pengertian Manajemen Strategik

Manajemen Strategik merupakan keputusan dan tindakan Manajerial (Wheelen dan Hunger, 2004: 2) yang dihasilkan dari proses formulasi dan implementasi rencana (Pearce dan Robinson, 2005: 3) dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Bila definisi ini di kaitkan dengan terminologi “Manajemen”, maka Manajemen Strategi dapat pula didefinisikan sebagai: proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Defini tersebut selanjutnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Strategi

Dalam hal ini strategi di pahami bukan hanya sebagai “berbagai cara untuk mencapai tujuan (ways to achieve ends) melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Sebagaimana dirumuskan oleh Chandler, Strategi merupakan: “*the determination of long-term goals of an enterprise and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals*”. Strategi di pahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan (*Intended Strategy dan deliberate strategy*) maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan (*emerging strategy*) tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan (*realized strategy*).

b. Keputusan Strategis

Manajemen strategik berkenaan dengan pengelolaan berbagai keputusan strategis (*strategic decision*). Keputusan strategis dapat diambil oleh manajemen puncak pada tingkat korporasi maupun pada tingkat unit bisnis (divisi). Keputusan strategis pada tingkat korporasi bagi perusahaan yang memiliki beberapa unit usaha, aka diterjemahkan ke dalam berbagai keputusan strategis di tingkat unit usaha.

c. Tindakan Strategis

Keputusan strategis tidak akan memiliki arti apapun seandainya keputusan strategis tersebut tidak diterjemahkan ke dalam tindakan strategis. Tindakan strategis merupakan implementasi dari berbagai

keputusan strategis yang telah ditetapkan perusahaan. Tindakan strategis (Strategic action) sendiri dapat didefinisikan sebagai berbagai tindakan manajerial yang akan mempengaruhi keberadaan perusahaan dalam jangka panjang.

2. Tujuan Manajemen Strategik

Strategi yang dikembangkan perusahaan melalui proses manajemen strategik bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) bagi perusahaan. Beberapa indikator yang dapat dijadikan acuan untuk menilai keunggulan kompetitif perusahaan antara lain mencakup indikator-indikator kinerja akuntansi dan kinerja ekonomi (Barney dan Hasterly, 2008). Melalui analisis terhadap laporan keuangan sebuah perusahaan, maka akan diperoleh informasi mengenai kinerja akuntansi (*accounting performance*) sebuah perusahaan baik dilihat dari sisi profitabilitas maupun rasio-rasio keuangan. Dengan membandingkan kinerja akuntansi sebuah perusahaan dengan perusahaan-perusahaan lainnya dalam satu industri, maka akan dapat diperoleh gambaran mengenai kinerja perusahaan dibandingkan pesaing, yakni apakah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif atau tidak.

3. Tahapan Manajemen Strategik

Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

Isu-isu perumusan strategi mencakup penentuan bisnis apa yang akan dimasuki, bisnis apa yang tidak akan dijalankan, bagaimana mengalokasikan sumberdaya, perlukah ekspansi atau diversifikasi operasi dilakukan, perlukah perusahaan terjun kepasar internasional, perlukah merger atau penggabungan usaha di buat, dan bagaimana menghindari pengambil alihan yang merugikan.

a. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi (*strategic planning*) adalah suatu perencanaan ke depan yang ditetapkan untuk dijadikan pegangan, mulai dari tingkat korporet sampai pada tingkat unit bisnis, produk, dan situasi pasar. Perencanaan strategi merupakan strategi induk dari manajemen strategi, yaitu visi, misi, tujuan strategi dan kebijakan (Djaslim Saladin, 2003:23).

Dapat disimpulkan bahwa tujuan perencanaan strategi adalah :

- 1) Mengukur dan memanfaatkan kesempatan/peluang sehingga mampu mencapai keberhasilan
- 2) Membantu meringankan beban manajer dalam tugasnya menyusun dan mengimplementasikan manajemen strategi
- 3) Agar lebih terkoordinasikan aktivitas-aktivitas yang dilakukan
- 4) Sebagai landasan untuk memonitor perubahan-perubahan yang terjadi, sehingga dapat segera dilakukan penyesuaian
- 5) Sebagai cermin atau bahan evaluasi perencanaan selanjutnya sehingga bisa menjadi bahan penyempurnaan perencanaan strategi yang akan datang.

Tujuan perencanaan strategi Formal :

- 1) Untuk meringankan tanggung jawab manajemen puncak secara efektif
- 2) Menstimulasikan masa depan di atas kertas, secara lebih murah, akan tetapi tetap memungkinkan lembaga mengambil keputusan dengan lebih baik tentang apa yang harus dilakukan sekarangsehubungan dengan peluang dan ancaman yang akan datang
- 3) Memberikan motivator pada perencanaannya agar dapat mengembangkan tujuan yang tepat dari lembaganya
- 4) Memberikan suatu dasar untuk mengukur dan menilai prestasi lembaga
- 5) Membantu manajer puncak untuk mengatasi masalah-masalah pokok yang di hadapi
- 6) Membantu para manajer untuk meningkatkan kemampuan manjerialnya
- 7) Membantu para manajer untuk meningkatkan kemampuan manajerial

b. Pengimplementasian Strategi

Implementasi (pelaksanaan) strategi merupakan realisasi daripada strategi yang telah dipilih. Strategi yang telaaaaaaah dipilih harus dapat dilaksanakan secara konsisten, dan untuk itu perlu dibangun suatu struktur organisasi yang cocok, anggaran yang memadai, sistem yang jelas dan kemampuan para pengelolanya. (Djaslim Saladin, 2003:107).

c. Pengevaluasian Strategi

Tahap akhir dari proses manajemen strategi adalah melakukan pengendalian aktifitas pekerjaan dan mengevaluasi prestasi pekerjaan. Proses

pengendalian adalah bagaimana caranya pemantauan harus dilakukan dalam mengimplementasikan strategi pilihan, apakah terjadi penyimpangan atau kesengajaan. Sistem pengendalian strategi sangatlah penting untuk menjamin efisiensi dan efektivitas lembaga. Tujuan utama dari pengendalian strategi adalah untuk memastikan bahwa kebijakan dan rencana-rencana ditaati dan agar keputusan yang diambil konsisten dengan strategi. (Djaslim Saladin, 2003:149).

Selanjutnya dilakukan evaluasi sebagai langkah akhir untuk membandingkan apakah hasil yang di capai sesuai dengan standar ukuran yang telah digariskan atau tujuan lembaga. Memanfaatkan kembali umpan balik sebagai suatu masukan untuk perencanaan strategi baru. Untuk mengukur keberhasilan strategi, diperlukan suatu sistem informasi yang efektif agar diperoleh data dan informasi yang akurat.

Disamping itu hendaknya juga terdapat suatu sistem pelaporan yang lengkap, cepat dan akurat, agar manajemen puncak dapat segera beraksi terhadap penyimpangan-penyimpangan yang signifikan antara hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang terjadi. Selanjutnya manajemen mengevaluasi penyimpangan yang merugikan, sehingga dapat segera diambil tindakan-tindakan yang diperlukan. Tindakan yang diambil tidak hanya sekedar melakukan koreksi, akan tetapi juga mencegah agar jangan sampai terjadi lagi penyimpangan tersebut.

A. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis Swot merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. Telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *Streangths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opprotunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

a. Kekuatan

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi, termasuk satuan bisnis tertentu.

Sedangkan peluang dan ancaman merupakan factor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau pun lembaga yang bersangkutan. Jika dikatakan bahwa analisis SWOT dapat merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis stratejik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi lembaga untuk memaksimalkan peranan factor pemanfaatan eluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk minimalisasi kelemahan yang terdaat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi jika para penentu strategi lembaga mampu melakukan kedua hal tersebut dengan tepat, biasanya upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif yang membuahkan hasil yang diharapkan.

Keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Contoh-contoh bidang-bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan ada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan berbagai pihak yang berkepentingan.

b. Kelemahan

Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu lembaga, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

c. Peluang

Faktor peluang, Definisi sederhana tentang peluang ialah “berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu organisasi” yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain, ialah :

- 1) Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk,
- 2) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian,
- 3) Perubahan dalam kondisi persaingan,

- 4) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha,
- 5) Hubungan dengan para pembeli yang “akrab”, dan
- 6) Hubungan dengan pemasok yang “harmonis”

d. Ancaman

Faktor ancaman, pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ancaman “adalah factor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis” jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi “ganjalan” bagi organisasi yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Berbagai contohnya, antara lain, adalah :

- 1) Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis,
- 2) Pertumbuhan pasar yang lamban,
- 3) Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan,
- 4) Menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk diproses lebih lanjut menjadi produk tertentu,
- 5) Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai,
- 6) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

B. Pengertian Efektifitas

Keberhasilan organisasi atau lembaga pada umumnya diukur dengan konsep efektivitas, apa yang dimaksud efektivitas terdapat perbedaan pendapat antara Yng menggunakan, Baik di kalangan akademis maupun di kalangan praktisi. menurut Steers (1977), pada umumnya efektivitas hanya dikaitkan dengan

tujuan organisasi, yaitu laba, yang cenderung mengabaikan aspek terpenting dari keseluruhan prosesnya, yaitu sumberdaya manusia.

Dalam penelitian mengenai efektivitas organisasi sumber daya manusia dan perilaku manusia seharusnya selalu muncul menjadi fokus primer, dan usaha-usaha untuk meningkatkan efektivitas seharusnya selalu dimulai dengan meneliti perilaku manusia di tempat kerja.

Steer (1977), dalam mengatakan bahwa yang terbaik dalam meneliti efektivitas ialah memerhatikan secara serempak tiga buah konsep yang saling berkaitan:

- 1) Optimalisasi tujuan-tujuan
- 2) Perspektif sistem dan
- 3) Tekanan pada segi perilaku manusia dalam susunan organisasi.

Cara seperti ini disebut ancangan saja, misalnya hanya dari segi tujuan.

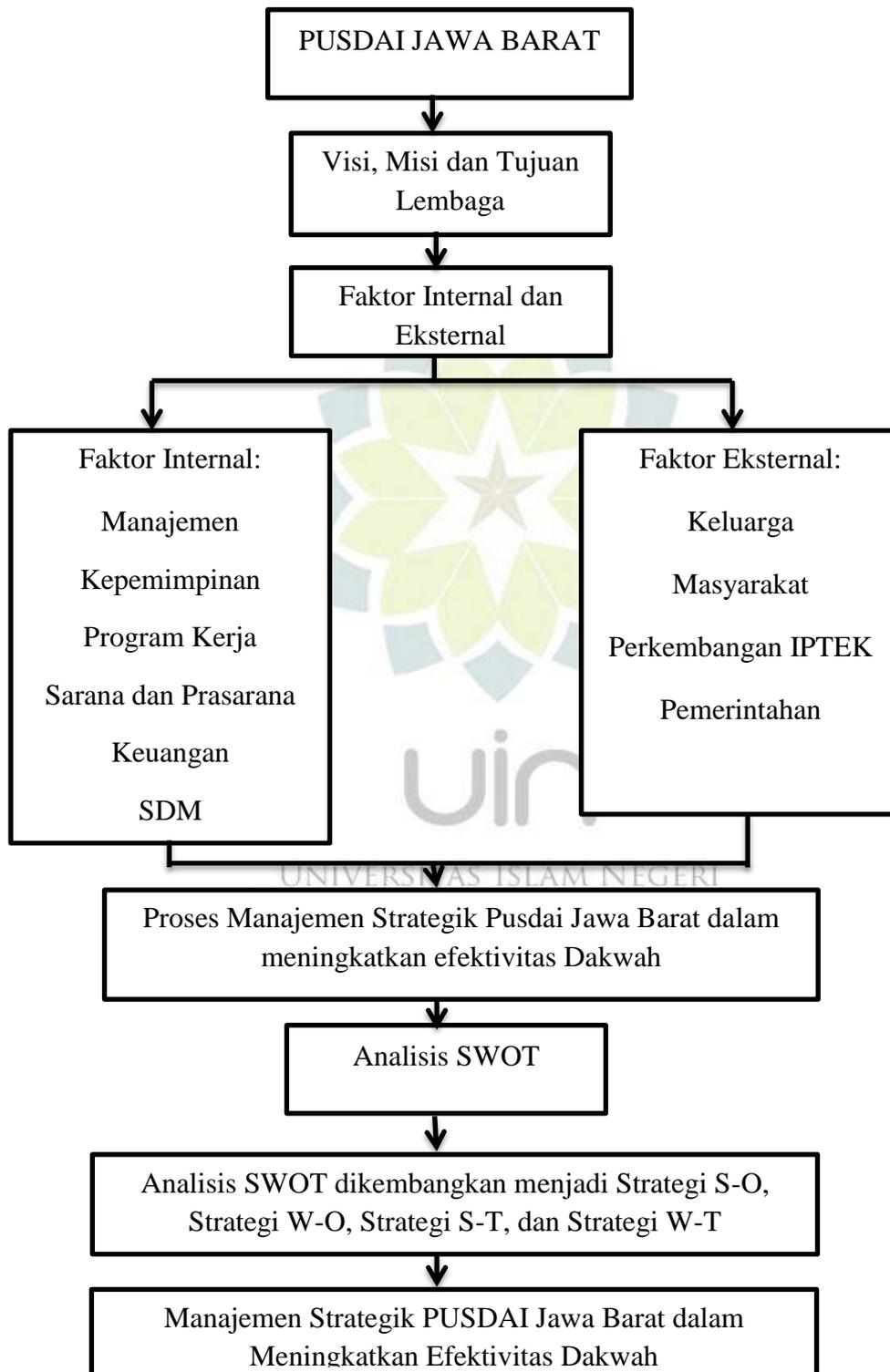
Dengan ancangan optimalisasi tujuan-tujuan memungkinkan dikenali bermacam-macam tujuan, meskipun tampaknya sering saling bertentangan. Dalam kaitannya dengan optimalisasi tujuan efektivitas itu dinilai menurut ukuran seberapa jauh organisasi berhasil mencapai tujuan-tujuan yang layak di capai yang satu sama yang lain saling berkaitan. Pemusatan perhatian pada tujuan-tujuan yang layak dicapai dan optimal menurut Streers (1977) rupa-rupanya lebih realistis untuk maksud evaluasi, dari pada menggunakan tujuan akhir atau suatu tujuan yang diinginkan sebagai dasar ukuran.

Yang dimaksud ancangan sistem ialah menggunakan sistem terbuka. Yaitu pandangan terhadap suatu organisasi yang saling berkaitan dan berhubungan

dengan lingkungannya. dengan ancaman ini perhatian lebih diarahkan pada persoalan-persoalan mengenai saling berhubungan, struktur, dan saling ketergantungan satu sama lain. Sistem ini mencakup tiga komponen ialah input, proses, output. Sebagai sistem suatu organisasi menerima input dari lingkungan organisasinya, kemudian memprosesnya, dan selanjutnya memberikan output kepada lingkungannya. Tanpa adanya input dari lingkungannya, suatu organisasi akan mati. Jadi efektivitas tidak hanya dilihat dari segi tujuan semata-mata, melainkan juga segi sistem.

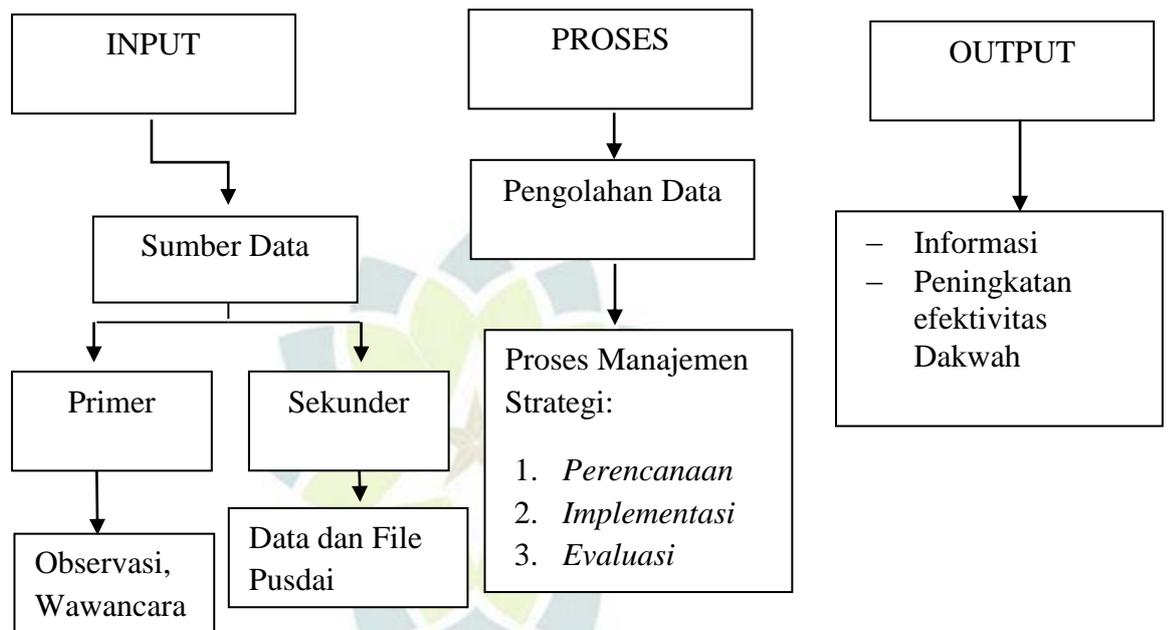
Komponen yang ketiga ialah perilaku manusia dalam organisasi. Ancangan ini digunakan karena atas dasar kenyataan bahwa tiap-tiap organisasi dalam mencapai tujuannya selalu menggunakan perilaku manusia dalam organisasi.





Gambar 1.1

Bagan Kerangka teori



Gambar 1.2

Bagan Proses Penelitian

E. Langkah-langkah Penelitian

Langkah penelitian merupakan tahapan kerja yang dilakukan oleh peneliti, langkah-langkah penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pusat Dakwah Islam Jawa Barat (PUSDAI JABAR). Yang berlokasi Jalan Diponegoro No. 63, Cibeunying Kalr Kota Bandung. Hal ini *dianggap representative* serta sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Peneliti memilih lokasi ini

karena Pusdai Jawa Barat dipandang sesuai dengan ranah kajian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

2. Metode Penelitian

Pada prinsipnya penelitian ini menggunakan metode deskriptif, melalui pendekatan kualitatif. Disebut demikian karena sesuai dengan tujuan penelitiannya yaitu melukiskan secara sistematis dan cermat. Oleh karena itu tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula menguji hipotesis atau membuat prediksi, melainkan lebih menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (FIDKOM 2007:81). Selanjutnya dalam proses keberlangsungannya peneliti terlibat langsung melakukan penelitian dilokasi Pusdai Jawa Barat.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif, melalui metodologi deskriptif, yaitu suatu rumusan masalah yang memadu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam (Moleong 2010:157). Sedangkan sumber data yaitu:

- a. Data primer terdiri dari Pusdai Jawa Barat
- b. Data sekunder berupa bahan pustaka yang mendukung pada penelitian ini, seperti Al-Qur'an, Hadits dan buku-buku bacaan lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang ditempuh oleh peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan antara lain dengan cara:

- a. Observasi, proses pengumpulan data yang dihasilkan melalui partisipasi pendukung yang berhubungan dengan permasalahan peneliti

baik dari internal objek ataupun eksternal. Teknik ini ditempuh penulis dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap permasalahan yang secara langsung penulis melihat situasi dan kondisi sebenarnya di Pusdai Jawa Barat.

- b. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara (*interview*) dan terwawancara (Moleong 2010:186). Melalui kegiatan wawancara ini peneliti sebagai pewawancara memancing pembicara terhadap ketua Pusdai Jawa Barat terkait dengan kebutuhan penelitian. Pada prosesnya penyusun berupaya menggiring pembicaraan secara sistematis guna mengetahui segala hal yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian.
- c. Studi Dokumen, data ini diperoleh melalui pengumpulan dokumentasi dari obyek yang diteliti dengan masalah yang ada (Moleong 2010:216). Pada teknisnya penulis meminta bantuan kepada responden untuk memberikan data dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data yang dimaksud berupa arsip dan lain sebagainya.

5. Analisis Data

Proses penelitian ini dilaksanakan secara terus menerus sejak awal penelitian hingga akhir, sehingga melahirkan induktif permasalahan yang diteliti dan kemudian proses pencarian atau penyesuaian pola, model, tema, sampai pada teori yang dirumuskan secara keseluruhan (Moleong 2010:288). Adapun tahapan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis antara lain:

- a. Seleksi yang telah terkumpul

- b. Klasifikasi data berdasarkan kategori tertentu yang menunjang masalah penelitian
- c. Mencari hubungan antara data yang sudah diklasifikasikan dengan teori ideal tentang Manajemen Strategik terhadap efektivitas Dakwah.
- d. Menafsirkan data yang telah dihubungkan antara masalah dengan teori yang ada
- e. Penarikan kesimpulan, hal ini dilakukan setelah data terkumpul, direduksi dan dikategorisasi, selanjutnya peneliti menarik kesimpulan yang didasarkan pada hasil analisis.

6. Tekni Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif analitik yaitu metode yang digunakan di dalam suatu penelitian dengan cara mengumpulkan, menguraikan dan menjelaskan data yang diperoleh dalam penelitian kemudian dianalisis sehingga berdasarkan data itu dapat ditarik pengertian-pengertian serta kesimpulan.

Dalam penelitian ini, analisa yang akan digunakan penulis adalah analisa kualitatif, dengan maksud setiap data yang telah diperoleh akan dianalisa dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Mengklasifikasikan atau mengelompokan data yang diperoleh dari hasil wawancara serta menyusunnya kedalam satuan-satuan menurut perumusan masalah.
- b. Menafsirkan dan menarik kesimpulan dari data-data yang telah dianalisis yang sesuai dengan topik penelitian.

7. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan pada masa lalu yang berkaitan dengan tema penelitian penulis. Dalam beberapa tinjauan pustaka penulis temukan, belum terdapat tema yang terkait dengan Manajemen Strategik dalam meningkatkan efektivitas dakwah secara umum. Dalam penelusuran tinjauan pustaka yang penulis lakukan, terdapat beberapa skripsi yang terkait dengan meningkatkan efektivitas dakwah yakni:

Skripsi Moh. Abdul Muchlis yang berjudul: “Implementasi Manajemen Strategis Dalam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan Di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso Peterongan Jombang Jawa Timur”. Skripsi ini membahas tentang proses pengelolaan Manajemen Strategis dalam upaya peningkatan Mutu Pendidikan.