

Analisis SWOT dalam Penelitian Manajemen Dakwah Suatu Pengantar

Dosen Fakultas Dakwah IAIN Padangsidempuan, Sumut

Oleh Ichwansyah Tampubolon

(E-mail: ichwansyahtampubolon@gmail.com)

Abstract

Qualitative research on the reality of da'wa management can use one of models of analysis named SWOT analysis. SWOT analysis aims not only to identify both of internal and external factors that can support or inhibit the course of da'wa activities but also to know and measure the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the da'wa activities. These preliminary data of da'wa activities are most important to stakeholders who want to provide a scientific recommendation for planning the goals, developments and targets of da'wa or to applicate da'wa strategies in order to make a positive change of socio-religious life of ummah for the better.

Key Words: Qualitative Research, SWOT Analysis, Da'wa Management

Abstrak

Penelitian kualitatif tentang realitas manajemen dakwah dapat menggunakan salah satu model analisis bernama analisis SWOT. Analisis SWOT bertujuan tidak hanya untuk mengidentifikasi kedua faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung atau menghambat jalannya kegiatan dakwah tetapi juga untuk mengetahui dan mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh kegiatan dakwah. Data awal dari kegiatan dakwah ini sangat penting bagi para pemangku kepentingan yang ingin memberikan rekomendasi ilmiah untuk merencanakan tujuan, pengembangan dan target dakwah atau untuk menerapkan strategi dakwah untuk membuat perubahan positif sosial-religius. kehidupan ummah menjadi lebih baik.

Kata Kunci: Penelitian Kualitatif, Analisis SWOT, Manajemen Dakwah

A. Pendahuluan

Analisis SWOT telah digunakan oleh dunia penelitian sejak 1960-an sebagai salah satu model analisis dalam penelitian kualitatif. Analisis SWOT dipakai untuk meneliti faktor-faktor internal dan eksternal yang dipandang dapat mendukung atau menghambat pelaksanaan suatu kegiatan. Analisis SWOT, idealnya, paling tepat digunakan oleh pelaku pelayanan sosial dan/ atau anggota organisasi masyarakat sebelum mengembangkan tujuan dan target suatu program atau sebelum menerapkan strategi organisasi. Tujuannya untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dipandang memiliki peran penting dalam mendukung atau menghalangi pencapaian suatu tujuan tertentu. Manfaatnya adalah sebagai sumber awal untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu organisasi dalam upaya memberikan pelayanan sosial atau melahirkan perubahan kehidupan sosial. Jadi, tanpa didasarkan atas analisis SWOT, besar kemungkinan suatu perencanaan tidak dapat dilahirkan oleh suatu organisasi secara cermat, tepat, dan strategis. Artinya, analisis SWOT dapat menjadi dasar tumpuan untuk melahirkan rekomendasi yang kuat dan tepat bagi perencanaan strategi dan pengembangan tujuan suatu organisasi.

Dalam kaitannya dengan kegiatan penelitian manajemen dakwah, model analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung atau menghambat kegiatan dakwah suatu organisasi atau individu. Dalam hal ini, peneliti dapat menggunakan metode wawancara secara mendalam tentang kegiatan dakwah yang ada menurut sudut pandang ilmu manajemen. Peneliti harus mampu mengumpulkan data tentangnya sebanyak mungkin untuk menghasilkan informasi tentangnya secara bermakna. Hasilnya kemudian dapat digunakan untuk mengidentifikasi secara tepat dan cermat keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh pelaksana kegiatan dakwah itu secara individual atau institusional. Namun, sekalipun analisis SWOT sering digambarkan sebagai alat analisis strategis “coba dan benar”, akan tetapi ia juga memiliki sejumlah keterbatasan sebagaimana diuraikan dalam tulisan ini.

B. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT atau SWOT matriks, pada dasarnya, merupakan suatu bentuk/teknik analisis perencanaan strategis untuk mengetahui secara terperinci

kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh seseorang atau organisasi berkaitan dengan persaingan bisnis atau perencanaan proyek. Oleh karena itu, analisis SWOT biasanya digunakan sebagai bagian awal dari proses pengambilan suatu keputusan dan sekaligus sebagai alat untuk pengevaluasian posisi strategis sebuah kota atau organisasi. Tujuannya adalah untuk menentukan tujuan dan usaha bisnis/proyek agar memperoleh keuntungan dan kesuksesan berdasarkan atas hasil identifikasi terhadap faktor-faktor yang menguntungkan atau faktor-faktor yang dapat merugikan secara internal (berupa kekuatan dan kelemahan) dan secara eksternal (berupa peluang dan tantangan).¹

Istilah SWOT merupakan akronim dari sejumlah kata berbahasa Inggris, yaitu: *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*, dengan maksud sebagai berikut:

1. *Strengths* (kekuatan), yaitu sejumlah karakteristik bisnis/proyek yang memberikan keuntungan.
2. *Weaknesses* (kelemahan), yaitu sejumlah karakteristik bisnis/proyek yang memberikan kerugian.
3. *Opportunities* (peluang), yaitu sejumlah elemen yang berada pada lingkungan tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan bisnis atau proyek.
4. *Threats* (ancaman), yaitu sejumlah elemen yang berada dalam lingkungan tertentu yang dapat menyebabkan masalah/kerugian bagi kepentingan bisnis atau proyek.

Dimensi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) sering berhubungan dengan aspek-aspek tertentu yang dimiliki oleh individu atau suatu lembaga secara internal. Sedangkan dimensi peluang (*opportunities*) dan dimensi ancaman (*threats*), pada umumnya, berasal dari lingkungan sosial/alam secara eksternal. Berdasarkan analisis terhadap faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal itu kemudian dapat ditemukan sejumlah informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk menentukan perencanaan tentang sesuatu dan memilih langkah-langkah dalam melaksanakannya guna mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Dalam konteks ini, ada satu prinsip yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan. Yaitu, jika tujuan tidak dapat

¹ Christian Osita, Idoko Onyebuchi, dan Nzekwe Justina, *International Journal of Innovative and Applied Research*. 2 (9) (2014): 23-32.

dicapai, maka harus dipilih tujuan yang lain dan proses pencapaiannya harus diulangi.²

C. Karakteristik Analisis SWOT: Kekuatan dan Kelemahan

Analisis SWOT mengelompokkan sejumlah informasi yang diperoleh dari pengumpulan data penelitian ke dalam dua kategori utama, yaitu:³

1. Faktor-faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan individu/organisasi. Disebut sebagai kekuatan atau kelemahan didasarkan atas dampak yang ditimbulkannya terhadap upaya pencapaian tujuan individu/organisasi. Jika sesuatu berfungsi bagi pencapaian tujuan, sesuatu itu disebut sebagai faktor kekuatan internal, sedangkan jika sesuatu berperan untuk menghambat pencapaian tujuan, sesuatu itu disebut sebagai faktor kelemahan secara internal. Namun, di sisi lain, boleh jadi sesuatu dipandang sebagai faktor kekuatan internal oleh karena berdampak positif bagi pencapaian tujuan, akan tetapi boleh jadi hal itu menjadi pula sebagai faktor kelemahan secara internal untuk pencapaian suatu tujuan yang lain.

Faktor-faktor internal berupa kekuatan atau kelemahan tersebut, boleh jadi dalam satu atau berbagai aspek, seperti: (a) Sumber Daya Manusia (SDM), meliputi: staf, relawan, anggota organisasi, masyarakat; (b) Sumber Daya Fisik (SDF), meliputi: lokasi, bangunan, sarana, dan prasarana; (c) finansial, meliputi: jaminan, donatur, asuransi, dan sumber-sumber pemasukan lainnya; (d) kegiatan dan proses, meliputi: program kerja, sistem yang digunakan, dan lain-lain; (e) pengalaman masa lalu, meliputi: kendala-kendala yang sering muncul, berkas-berkas aktivitas, nama baik dalam masyarakat, dan lain-lain.

2. Faktor-faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman yang disajikan oleh lingkungan sosial alam terhadap individu/organisasi. Faktor-faktor eksternal tersebut dapat berwujud: (a) masalah ekonomi makro secara lokal, nasional, dan internasional; (b) sumber-sumber pendanaan, meliputi: pemerintah, yayasan, bantuan donatur, iuran anggota, dan lain-lain; (c)

² Anne Westhues, Jean Lafrance, dan Glen Schmidt, "A SWOT Analysis of Social Work Education in Canada". *Social Work Education: The International Journal*. 20 (1) 2001: 35-56.

³

unsur demografis, meliputi: usia, ras, jenis kelamin, budaya, dan lain-lain; (d) lingkungan alam, meliputi: desa, kota, pegunungan, pesisir, pemukiman, lautan, hutan, dan lain-lain; (e) perubahan teknologi, (f) perundang-undangan; (g) perubahan peristiwa sosio-kultural secara lokal, nasional, dan internasional, serta (i) perubahan pasar atau posisi kompetisi.

Analisis terhadap faktor-faktor pendukung atau faktor-faktor penghambat suatu kegiatan organisasi secara internal maupun eksternal, misalnya, sangat penting artinya terutama bagi upaya menghasilkan perencanaan dan strategi pencapaian tujuan organisasi. Sebab, berdasarkan pengetahuan yang mendalam terhadap sejumlah faktor yang mendukung dan menghambat pencapaian tujuan organisasi, pelaksana dapat membuat perencanaan, mengkoordinasi atau mengorganisasi pelaksanaan suatu kegiatan secara lebih cermat, efektif, efisien, dan tepat/berhasil guna. Analisis SWOT juga dapat digunakan dalam upaya menetapkan perencanaan pra-krisis dan manajemen krisis preventif serta hasil analisisnya dapat dijadikan sebagai dasar pemikiran untuk menciptakan rekomendasi tertentu tentang perubahan sosial, keadilan sosial, dan lain-lain.⁴

Namun, analisis SWOT hanyalah salah satu metode kategorisasi data dan memiliki kelemahan sendiri. Di antaranya, sikap peneliti lebih cenderung hanya terpaku pada upaya mengumpulkan daftar faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung atau menghambat pelaksanaan sesuatu, tanpa mau memeras pikiran untuk menyelidiki faktor-faktor penyebab utama tercapainya atau tidak terwujudnya suatu tujuan secara lebih dalam. Dalam pada itu, analisis SWOT juga cenderung menyajikan daftar faktor-faktor internal dan eksternal tentang sesuatu namun tanpa prioritas yang jelas, sehingga aspek peluang yang lemah boleh jadi muncul untuk mengimbangi aspek ancaman yang kuat. Atas dasar itu, sejatinya peneliti tidak bersikap tergesa-gesa untuk menghilangkan setiap calon entri unsur-unsur SWOT. Selanjutnya, analisis SWOT posisinya hanyalah sebagai “kata pendahuluan/pengantar untuk sebuah diskusi” atau sebagai batu loncatan untuk memasuki gelanggang pengkajian tentang sesuatu secara lebih serius. Kemudian, analisis SWOT hanya mampu melahirkan sebuah potret dari suatu realitas pada saat dan latar/tempat tertentu, namun tidak mampu menunjukkan bagaimana cara menggali keunggulan kompetitifnya. Analisis SWOT boleh jadi pula dapat

⁴ *Julie Birkenmaier, The Practice of Generalist Social Work. (New York: 2001).*

mengaburkan fakta yang sesungguhnya dari suatu realitas yang secara internal dan eksternal dapat berubah dengan cepat.⁵ Analisis SWOT, bahkan, dapat membahayakan kinerja dan "tidak ada yang dapat diperoleh suatu output pada tahap berikutnya dari analisisnya".⁶ Lalu, analisis SWOT dapat disalahgunakan, oleh karena analisisnya dapat dirancang dengan cepat tanpa sikap kritis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu organisasi secara internal dan eksternal.⁷ Ketika suatu organisasi bangga dengan kekuatannya dalam mengendalikan aspek finansialnya, misalnya, pada saat yang sama, dia akan cenderung abai atas kelemahan kualitas produknya.⁸ Kemudian, analisis SWOT kemampuannya hanya untuk membela dan memutuskan tujuan suatu organisasi tanpa proses brainstorming dan identifikasi masalah secara memadai/riil. Di sisi lain, analisis ini lebih berorientasi pada kepentingan organisasi daripada kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, seharusnya analisis SWOT membutuhkan bantuan/masukan dari anggota organisasi atau masyarakat secara kolaboratif.⁹

Oleh karena itu, dewasa ini diperlukan suatu model analisis alternatif sebagai penguat bagi analisis SWOT. Model analisis alternatif itu biasa dikenal dengan istilah/singkatan SVOR (strengths/kekuatan, vulnerabilities/kerentanan, opportunities, peluang, dan risks/risiko). Analisis SVOR berfungsi untuk menghubungkan dan membandingkan elemen-elemen kegiatan organisasi berkaitan dengan faktor internal dan faktor eksternal, positif dan negatif. Model analisis SVOR ini memperhitungkan hubungan antara berbagai elemen ini secara matematis dan memperhatikan pula peran infrastruktur.

Tabel SVOR memberikan pemahaman yang rumit tentang elemen yang dipakai dalam proyek tertentu:¹⁰

⁵ Gregory Dess, *Strategic Management*, (United States: McGraw-Hill, 2018), hlm. 73.

⁶ A. Menon, et al. "Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making". *Journal of Marketing. American Marketing Association*. 63 (2) (1999): 18-40. T. Hill & R. Westbrook. "SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall". *Long Range Planning*. 30 (1) (1997): 46-52

⁷ Michael Porter, Nicholas Argyres, dan Anita M. McGahan, "An Interview with Michael Porter". *The Academy of Management Executive* (1993-2005). 16 (2) (2002): 43-52.

⁸ Gregory Dess, *loc.cit.*

⁹ Thomas J. Chermack dan Bernadette K. Kasshanna, "The Use of and Misuse of SWOT Analysis and Implications for HRD Professionals". *Human Resource Development International*, 10 (4) (Desember 2007): 383-399.

¹⁰ Olivier Mesly, *Project Feasibility Tools for Uncovering Points of Vulnerability*, (New York, NY: Taylor and Francis, CRC Press, 2017), hlm. 9

Forces	Internal	Mathematical link	External
Positive	Total Forces	Total Forces given constraints = Infrastructures / Opportunities	Opportunities
Mathematical link	Vulnerabilities given constraints = $1 / \text{Total Forces}$	constant k	Opportunities given constraints = $1 / \text{Risks}$
Negative	Vulnerabilities	Risks given constraints = $k / \text{Vulnerabilities}$	Risks

Pembatasan-pembatasan (constraints), meliputi: kalender tugas/kegiatan-kegiatan, biaya, dan ketentuan kualitas. Konstan " k " sangat variatif sesuai dengan objeknya masing-masing.

D. Implementasi Analisis SWOT dalam Penelitian Manajemen Dakwah

Analisis SWOT, pada awalnya, memang digunakan untuk mengkaji kehidupan perusahaan-perusahaan, kepentingan bisnis dan industri, khususnya, berkaitan dengan proses pengambilan keputusan tentang penentuan tujuan, penetapan strategi dan program, pencarian atau peningkatan keuntungan bisnis, dan penetapan target pemasaran atau kinerja industri. Namun, dalam perkembangannya, analisis SWOT juga digunakan di bidang lainnya oleh sejumlah organisasi nirlaba, unit-unit pemerintahan, dan lain-lain misalnya, berkaitan dengan penyebaran gagasan-gagasan, proyek perubahan sosial, penerapan keadilan sosial, acara-acara pertelevisian, dan lain-lain.¹¹

Analisis SWOT dapat pula digunakan dalam penelitian tentang dakwah oleh kalangan akademisi/peneliti dan praktisi dakwah pihak secara individual, komunal, dan institusional untuk memperoleh informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diperoleh oleh suatu organisasi dakwah dari sudut pandang ilmu manajemen. Dalam hal ini, Analisis SWOT dapat dipakai untuk menganalisis faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang mendukung atau menghambat aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengevaluasian kegiatan/aktivitas dakwah sebagaimana yang

¹¹ Julie Birkenmaier, *loc.cit.*

dilakukan oleh suatu organisasi dakwah atau individu penggiat dakwah.¹² Manfaatnya adalah untuk memberikan masukan bagi organisasi dakwah itu perihal perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dakwah itu secara ilmiah. Kajian atau objek analisis SWOT mencakup pula aspek pemahaman masyarakat dakwah tentang kinerja organisasi dakwah tertentu dan termasuk pula aspek kebutuhan terhadap sarana dan prasarana dakwah serta untuk kepentingan evaluasi terhadap status kepemilikan atau ketersediaannya.

Dalam pengkajiannya, sebagai langkah pertama, seorang peneliti melakukan pertemuan terlebih dahulu dengan subjek kajiannya (boleh jadi pelaku/penggiat dakwah alias pendakwah, pelaksana/panitia kegiatan dakwah, masyarakat dakwah, donatur, dan lain-lain) guna menjelaskan maksud dan tujuan pengkajian yang hendak dilakukannya. Lalu, peneliti diharuskan melakukan observasi secara partisipatif tentang subjek kajiannya itu. Artinya, pihak peneliti ikut serta dalam forum-forum dakwah secara kelembagaan, mengikuti tabligh akbar atau kegiatan dakwah mesjid/kampus, majlis taklim, dan lain-lain. Data tentang subjek kajiannya itu, selanjutnya, dapat pula dikumpulkan melalui kegiatan wawancara secara mendalam atau secara terstruktur. Hal ini dapat pula dilakukan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki oleh suatu lembaga dakwah, misalnya, dalam kaitannya dengan program kegiatannya di bidang dakwah. Kemudian, peneliti harus mampu mengidentifikasi makna dari setiap istilah yang ditemukannya dan dikumpulkannya selama penelitiannya tentang kegiatan dakwah itu. Selanjutnya, peneliti menggunakan analisis SWOT termasuk mengembangkan contoh-contohnya terkait dengan fokus kajiannya.

Analisis SWOT sangat cocok digunakan untuk menganalisis realitas masyarakat dakwah dalam jumlah besar, misalnya, untuk mengetahui partisipasi atau kontribusi mereka dalam kegiatan dakwah. Mereka dapat diklasifikasi ke dalam beberapa kelompok. Kelompok-kelompok tersebut kemudian dibagi lagi ke dalam tim-tim kecil. Pembagian secara tim ini bertujuan untuk mengetahui partisipasi atau kontribusi mereka secara individual maupun komunal (kelompok kecil). Dalam hal ini, peneliti dapat mengumpulkan dan mengkategorisasi semua faktor secara internal yang muncul pada setiap kelompok kecil itu dan

¹² Bandingkan, Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 80.

menyimpannya dalam sebuah dokumen utama, seperti: papan poster. Sedangkan terhadap kelompok besar (organisasi maupun kalangan masyarakat dakwah), analisis SWOT digunakan secara kolektif untuk mengeksplorasi pilihan mereka dalam mengatasi kelemahan/ancaman dan memanfaatkan kekuatan/peluang dalam kegiatan dakwah. Dalam hal ini, bahkan, peneliti dapat melakukan brainstorming secara kreatif, mengidentifikasi rintangan, dan mencari strategi solusi/jalan keluar atas keterbatasan mereka dalam melakukan aktivitas dakwah.¹³

Lalu, secara teknis, analisis SWOT dapat menggunakan tabulasi matrix dalam upaya untuk menjelaskan atau menguraikan temuan-temuannya, berupa faktor-faktor internal maupun faktor-faktor eksternal berkaitan dengan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi dakwah, misalnya, sebagaimana dipaparkan berikut ini:

Tabel 1
 ANALISIS SWOT PELAKSANAAN KEGIATAN DAKWAH
 DI MASA PANDEMI VIRUS COVID-19

	Aspek-Aspek Kekuatan	Aspek-Aspek Kelemahan
	1. Memiliki SDM yang banyak dan handal 2. Memiliki sarpras yang cukup 3. Memiliki masyarakat dakwah yang militan dan massif	1. Kurangya finansial 2. Kesempatan yang terbatas 3. Jarak yang berjauhan
Aspek-Aspek Peluang	Peluang-peluang Kekuatan	Peluang-peluang Kelemahan
1. Bantuan Teknologi 2. Bantuan Donatur 3. Hari Libur Bersama	Strategi menggunakan kekuatan yang ada untuk memperoleh keuntungan dari sejumlah peluang yang ada: 1. Dakwah melalui media online 2. Kuliah singkat di rumah 3. Dakwah melalui film 4. Pendistribusian bansos	Strategi untuk mengatasi sejumlah kelemahan guna memperoleh keuntungan dari peluang-peluang: 1. Pengumpulan dana via online 2. Memanfaatkan waktu PSBB 3. Memanfaatkan hp dan berbagai aplikasi komputer/internet
Aspek-aspek Ancaman	Ancaman-ancaman Terkuat	Ancaman-ancaman Terlemah
1. Pandemi virus 2. Cuaca, Iklim,	Strategi menggunakan kekuatan untuk	Strategi minimalisasi kelemahan dan

¹³ Bandingkan, "Community Toolbox: Section 14. SWOT Analysis".

dan Sinyal bermasalah 3. Tidak ada izin bagi dakwah di luar rumah	menghindari ancaman-ancaman 1. Berdiam di rumah 2. Sedia alat penangkap sinyal dan listrik yang terjamin 3. Mohon izin pemakaian mesjid	menghindarkan ancaman 1. Melakukan pencegahan 2. Menjaga jarak fisik/sosial 3. Mematuhi protokol kesehatan dan PSBB
--	--	--

Dalam hal ini, analisis SWOT dapat pula menggunakan model tabulasi matrix berikut ini, yaitu:

Tabel 2
 ANALISIS SWOT

Faktor-faktor Internal		Faktor-faktor Eksternal	
Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4. dst.	4. dst.	4. dst.	4. dst.

Tokoh-tokoh masyarakat desa Matondang juga mengakui keteladanan Siti dalam menjalankan tugas dakwah. Sebagaimana disampaikan oleh Haji Damanhuri berikut ini:

Kami mengakui betapa luar biasa perjuangan dakwah Siti terutama dalam membina anak-anak di desa ini dalam membaca al Qur'an. Perjuangan panjang yang dilakukan oleh Siti seolah tak menganl lelah dan menganal pensiun. Dalam waktu hampir 60 tahun ia tetap konsisten menjadi guru mengaji untuk membina anak-anak di desa ini agar tidak buta hurup al Quran. Walaupun tidak ada gaji ia tetap seamangat ,endidik anak-anak. Sudah banyak anak-anak di dea ini yang sukses menjadi sarjana dan tinggal di berbagai kota di tanah air, dulunya pernah belajar mengaji di rumah Siti. Teladan dakwah yang luar biasa dari Siti adalah pada usianya yang sudah sepuh (83 thn) ia tetap menjalankan tugas dakwah sebagai guru mengaji di desa ini.¹⁴

Siti tidak hanya sukses sebagai guru mengaji yang membimbing anak-anak di desanya mampu membaca al Qur'an. Namun dalam kehidupan umah tangga pun ia bersama suaminya sukses mendidik anak-anaknya meraih pendidiikan pada

¹⁴ Wawancara dengan haji Damanhuri di desa Matondang tgl 22 September 2018

tingkat tertinggi. Empat orang putra putrinya berhasil meraih gelar doktor dan tinggal di berbagai kota. Kesuksesan mendidik anak di tengah ekonomi yang tergolong pas-pasan tentu bukanlah suatu yang mudah. Dalam hal ini Siti sudah membiasakan anak-anaknya sejak kecil hidup sederhana, rajin belajar dan memiliki semangat juang yang tinggi. Berikut ini data putra putri Siti Rajana Hasibuan.

Tabel 1
Daftar Nama Putra-Putri Siti Rajana Hasibuan

NO	NAMA	PEKERJAAN
1	Jamaluddin	PNS
2	Lannahati	PNS
3	Syukri	Dosen
4	Mulhim	PNS

Sumber: wawancara dengan Kepala Desa Matondang tgl 6 Agustus 2018

Keberhasilan Siti mendidik anak-anaknya sampai berhasil meraih pendidikan tertinggi menjadi bukti nyata dari teladan dakwahnya yang cemerlang. Dalam tradisi keluarga Siti, sejak dini anak-anak sudah dibiasakann hidup sederhana dan mau bekerja keras untuk mencapai cita-cita. Selain itu keluarga Siti juga mendidik anak-anaknya dengan suasana yang religius. Sejak kecil anak-anak dibiasakan bangun pagi dan sholat berjamaah di masjid. Siti juga membiasakan anak-anaknya bekerja keras membantu orang tua bekerja di sawah pada masa libur.

Tabel 2
Teladan Dakwah Siti Rajana Hasibuan

NO	TELADAN DAKWAH	PREDIKAT
1	Merintis pengajian pada usia muda	Sangat terpuji
2	Tidak ada gaji sebagai guru mengaji	Sangat terpuji
3	Sabar mendidik anak-anak	Sangat terpuji
4	Rumahnya sebagai tempat pengajian	Sangat terpuji
5	Tidak mengenal pensiun sebagai guru	Sangat terpuji
6	Sukses mendidik anak-anaknya	Sangat terpuji
7	Tetap hidup sederhana	Sangat terpuji

Sumber: Observasi di desa Matondang tgl 22 September 2018

Dengan tempaan pendidikan yang demikian membuat anak-anaknya cepat

hidup mandiri dan memiliki semangat juang yang tinggi. Walaupun keluarga Siti memiliki ekonomi pas-pasan, namun karena anak-anaknya memiliki semangat belajar yang tinggi dan mau hidup sederhana, akhirnya bisa berhasil meraih pendidikan tertinggi dengan meraih gelar doktor dan menjadi PNS di berbagai korta di tanah air.

Tabel di atas menunjukkan gambaran secara umum teladan dakwah yang ditunjukkan Siti Rajana selama ini. Dalam perjuangannya yang tak kenal lelah walaupun tidak aga gaji yang diperoleh sebagai guru mengaji menjadi catatan luar biasa dari teladan dakwah yang ada pada diri Siti, ketika saat ini banyak orang berhitung serba materialis, justru Siti masih bisa menunjukkan keikhlasan dan ketulusan dalam perjuangan. Teladan seperti ini tergolong langka di tengah kehidupan yang serba materialis saat ini. Justru keikhlasan dan ketulusan dalam berjuang sebagai guru mengaji itulah barangkali yang menjadi kunci sukses Siti dalam membimbing anak-anaknya hingga berhasil meraih gelar doktor. Demikian pula dalam kehidupan sehari-hari, Siti tetap menunjukkan kesederhanan dan keegaliteran serta jauh dari sifat sombong walaupun anak-anaknya tergolong sukses.

E. Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT bagi Manajemen Dakwah

Analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian di bidang manajemen dakwah bertujuan untuk mengetahui sejumlah informasi tentang persoalan-persoalan dakwah kekinian, memberikan masukan tentang berbagai hambatan yang mungkin muncul pada saat kegiatan dakwah berlangsung, dan mengidentifikasi kekuatan serta peluang yang tersedia yang dapat diaktifkan untuk mengatasi berbagai hambatan di bidang dakwah. Analisis SWOT dalam penelitian di bidang manajemen dakwah bertujuan untuk mencari solusi baru atas persoalan dalam suatu kegiatan dakwah masalah, mengidentifikasi hambatan yang akan membatasi tercapainya tujuan dakwah, menentukan arah, target, dan cara dakwah yang akan paling efektif, memprediksi berbagai peluang dan hambatan suatu kegiatan dakwah.

Lalu, di samping itu pula, banyak manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan penelitian yang menggunakan analisis SWOT dalam pengkajian tentang kegiatan manajemen dakwah. Di antaranya adalah sebagaimana diuraikan berikut

ini:

1. Pembangunan Strategi Dakwah

Analisis SWOT dapat digunakan untuk membangun strategi organisasi atau pribadi dalam melakukan kegiatan dakwah dengan memaksimalkan seluruh potensi yang dimilikinya. Langkah yang diperlukan untuk menganalisis pembangunan strategi dakwah adalah melalui identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal (biasanya menggunakan pola matriks 2x2), pemilihan dan evaluasi faktor-faktor yang paling penting, dan identifikasi hubungan antara unit faktor internal dan unit faktor eksternal. Misalnya, hubungan antara aspek kekuatan organisasi dakwah dan aspek peluang kondisi sosial-keagamaan suatu kelompok masyarakat dapat memberikan masukan bagi organisasi dakwah tersebut untuk menggunakan strategi dakwah yang agresif. Di sisi lain, interaksi yang kuat antara aspek kelemahan organisasi dakwah dan aspek ancaman dari pihak luar dapat dianalisis sebagai peringatan potensial dan saran agar menggunakan strategi defensif.¹⁵

2. Pencocokan dan Konversi Kegiatan Dakwah.

Berdasarkan analisis SWOT, dapat dilakukan upaya pencocokan kekuatan dengan peluang sehingga dapat ditemukan keunggulan kompetitif suatu organisasi/pelaku dakwah. Hasil dari analisis itu dapat pula digunakan untuk mengubah kelemahan atau ancaman menjadi kekuatan atau peluang. Misalnya, melalui strategi pencocokan dan konversi dapat ditemukan pasar baru (masyarakat dakwah alternatif). Jika ancaman atau kelemahan tidak dapat dikonversi, misalnya, organisasi/pendakwah harus pula mencoba untuk meminimalkan atau menghindarinya.

3. Perencanaan Organisasi Dakwah

Dalam upaya pencapaian tujuannya, organisasi dakwah sejatinya melakukan perencanaan dan pengembangan strategi dakwah secara objektif, efektif, sistematis, dan prosedural. Dalam konteks ini, analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi realitas kegiatan dakwah dari berbagai aspek secara internal maupun eksternal dengan melakukan sejumlah aktivitas, seperti:¹⁶

¹⁵ Bandingkan, *Christian Osita, Idoko Onyebuchi, dan Nzekwe Justina, loc.cit.*,

¹⁶ Bandingkan M. Armstrong, *A Handbook of Human Resource Management Practice*, (London: Kogan Page, 2006), edisi ke-10.

- a) Menetapkan tujuan kegiatan dakwah atau mendefinisikan program yang akan dilakukan organisasi dakwah.
- b) Melakukan pemantauan lingkungan dakwah dan penilaian internal organisasi, meliputi: penilaian situasi terkini, portofolio produk dakwah, dan analisis produk dakwah/siklus kehidupan sosial-keagamaan masyarakat dakwah.
- c) Melakukan analisis terhadap strategi dakwah yang digunakan guna menentukan relevansinya secara internal dan eksternal serta analisis terhadap kesenjangan faktor lingkungan masyarakat dakwah.
- d) Mendefinisikan isu-isu strategis dan faktor-faktor utama yang dapat digunakan dalam pengembangan rencana kegiatan dakwah.
- e) Menginovasi dan merevisi strategi dan tujuan dakwah serta menganalisis masalah-masalah strategis dalam kegiatan dakwah.
- f) Menetapkan faktor utama bagi kesuksesan kegiatan, pencapaian tujuan, dan implementasi strategi dakwah selanjutnya.
- g) Melakukan persiapan tata pelaksanaan, sumber daya, rencana kegiatan dakwah untuk implementasi strategi dakwah
- h) Melakukan pemantauan terhadap semua hasil pemetaan rencana dakwah, mengevaluasi dan mengoreksi, bahkan mengubah tujuan/strategi dakwah jika diperlukan.
- i) Meningkatkan "kredibilitas interpretasi" dan kapasitas keilmuan pendakwah secara individual maupun institusional dalam model presentasi tertentu.
- j) Merencanakan pemilihan komunitas dakwah dalam kaitannya dengan pengembangan kegiatan atau program dakwah.

F. Penutup

Berdasarkan uraian di atas dapat ditegaskan bahwa penggunaan analisis SWOT dapat digunakan dan sangat relevan dalam penelitian tentang manajemen dakwah. Analisis ini dapat digunakan oleh pelaku dakwah, akademisi, dan mahasiswa secara individual, komunal, dan institusional. Khusus, bagi kalangan penggiat dakwah, penggunaan analisis SWOT tampaknya sangat penting dibudayakan sebelum menerapkan strategi, pengembangan tujuan, dan target kegiatan dakwah. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal

dan faktor-faktor eksternal yang dapat mendukung atau menghambat jalannya kegiatan dakwah sehingga diperoleh data awal sebagai dasar untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pelaksana dakwah. Manfaatnya adalah guna memberikan suatu rekomendasi ilmiah bagi upaya pelayanan kegiatan dakwah dan pencapaian tujuan dakwah guna melahirkan perubahan kehidupan sosial keummatan yang lebih baik, benar, maju, dan semarak. Sebaliknya, tanpa didasarkan atas analisis SWOT, besar kemungkinan suatu perencanaan kegiatan dakwah tidak dapat dilahirkan secara cermat, tepat, dan strategis. Analisis SWOT dapat menjadi dasar untuk melahirkan rekomendasi yang kuat dan tepat bagi perencanaan strategi dan pengembangan tujuan kegiatan dakwah secara individual, komunal, dan sosial.

Daftar Pustaka

- “Community Toolbox: Section 14. SWOT Analysis”.
<http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/>
- Armstrong, M. *A Handbook of Human Resource Management Practice*. London: Kogan Page, 2006, edisi ke-10.
- Birkenmaier, Julie. *The Practice of Generalist Social Work*. New York: 2001.
- Chermack, Thomas J. dan Bernadette K. Kasshanna, "The Use of and Misuse of SWOT Analysis and Implications for HRD Professionals". *Human Resource Development International*, 10 (4) (Desember 2007): 383-399.
- Dess, Gregory. *Strategic Management*. United States: McGraw-Hill, 2018.
- Hill T. & R. Westbrook. "SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall". *Long Range Planning*. 30 (1) (1997): 46-52
- Menon, A. et al. "Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making". *Journal of Marketing*. American Marketing Association. 63 (2) (1999): 18-40.
- Mesly, Olivier. *Project Feasibility Tools for Uncovering Points of Vulnerability*. New York, NY: Taylor and Francis, CRC Press, 2017.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Osita, Christian, Idoko Onyebuchi, dan Nzekwe Justina. *International Journal of Innovative and Applied Research*. 2 (9) (2014): 23-32.
- Porter, Michael, Nicholas Argyres, dan Anita M. McGahan, "An Interview with Michael Porter". *The Academy of Management Executive* (1993-2005). 16 (2) (2002): 43-52.
- Westhues, Anne, Jean Lafrance, dan Glen Schmidt, "A SWOT Analysis of Social Work Education in Canada". *Social Work Education: The International Journal*. 20 (1) 2001: 35-56.