

## BAB II PEMBAHASAN

### A. Teori-Teori Terkait

#### 1. Pengertian Strategi Dakwah

Kata "agen" awalnya berarti "memimpin", dan kata "strategi" berasal dari kata Yunani klasik "stratos", yang berarti "tentara".<sup>1</sup> Yang dimaksud dengan strategi ialah memimpin tentara. Menurut Sills, yang dikutip Kustadi Suhandang. Strategi adalah perencanaan kegiatan taktik. Sedangkan dari segi psikologis, strategi dianggap sebagai cara mengumpulkan dan mengorganisasikan informasi sehingga dapat memperkirakan suatu dugaan. Menurut Johnson, seperti dikutip Kustadi Suhandang, proses penetapan strategi adalah proses berpikir, termasuk yang disebut pemindaian simultan dan fokus konservatif. Strategi dilaksanakan dengan konsentrasi dan melakukan pemantauan, seperti memilih tindakan terbaik untuk mencapai tujuan. Sebuah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang adalah penting. Di dunia pendidikan, masyarakat, dan khususnya dalam dunia politik, istilah strategi sesekali kita mendengar dalam kehidupan sehari-hari. Sebab istilah strategi sendiri memiliki arti metode, metode, taktik, atau taktik yang digunakan.<sup>2</sup>

Dari penjelasan beberapa di atas penulis menyimpulkan strategi mengacu pada proses menentukan cara (taktik) dan upaya untuk mencapai tujuan dakwah dengan mengatasi situasi dan kondisi tertentu untuk mencapainya dengan cara baik. Strategi dakwah adalah perpaduan dari perencanaan (planning), Strategi dakwah harus mampu menunjukkan bagaimana metode operasional (taktik) perlu dilaksanakan dalam arti pendekatan (approach) bisa berbeda setiap saat tergantung keadaan.

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi Edisi Revisi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 64.

<sup>2</sup> Tuti Munfaridah, "Strategi Pengembangan Dakwah Kontemporer," *Al-munqidz Jurnal Kajian Keislaman* 2, no. 2 (2013): 84.

## 2. Pengertian Dakwah

Dakwah yang juga disebut dengan nama *tabligh*, *amar ma'ruf nahi munkar*, *mau'idho hasanah*, dan *khutbah* berasal dari bahasa arab yang artinya mengajak atau menyerukan permintaan atau permintaan. orang untuk melakukan suatu perbuatan yang diperintahkan dalam dakwah dapat juga diartikan sebagai dakwah.

Jika dilihat dari segi bahasa, dakwah memiliki arti yang luas, artinya dapat digunakan untuk mengartikan baik dan buruk. Dakwah dulunya adalah sesuatu yang dilakukan sesuai dengan perintah tertentu. Nah, dakwah adalah sesuatu yang dijadikan bahan kajian, dirumuskan, dipelajari, disusun, dan dibuat secara sistematis, akhirnya menjadi kajian tersendiri.

Dakwah merupakan proses berkelanjutan yang harus terus berkembang sesuai dengan cita-cita yang diinginkan atau kebutuhan situasi saat ini. Cara penyampaian dakwah yang dalam hal ini disebut sebagai strategi dakwah tidak dapat dipisahkan dari dakwah. Proses mencari tahu bagaimana menghadapi sasaran dakwah dalam kondisi dan situasi tertentu untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri dikenal dengan strategi dakwah.

Subjek dakwah atau pelaku dakwah, yang merupakan kewajiban bagi seseorang, objek dakwah atau sasaran dakwah, yaitu manusia, baik individu maupun kelompok, atau masyarakat luas, dan Materi dakwah yang pada dasarnya berpedoman pada Al-Qur'an merupakan komponen dakwah yang semuanya saling berhubungan. Media dakwah merupakan alat yang digunakan oleh subjek dakwah dalam menyampaikannya sebagai penghubung antara pesan-pesan dakwah dan objeknya. Dalam hal ini, media dakwah dapat berbentuk lisan, audio visual, dan juga melalui media *entrepreneur*. Al-Qur'an dan Al-Hadits adalah sumber utama dakwah. Metode dakwah adalah tata cara penyampaian pesan dakwah yang mudah diterima, diyakini, dan diamalkan oleh objek dakwah.<sup>3</sup>

Dalam berdakwah, seseorang tidak hanya harus unggul dari segi materi yang disampaikan oleh da'i, tetapi juga dari segi cara penyampaian Al-Qur'an sebagai dakwah yang telah

---

<sup>3</sup> Fathul Amin Aziz, "Manajemen Kewirausahaan Sebagai Manajemen Dakwah" *El-jizya Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 2, (2015) : 30-31.

banyak memberikan informasi. tentang cara berdakwah yang benar dengan cara yang dapat menyentuh mad'unya. Al-Qur'an mengajarkan bahwa ketika berkomunikasi, suatu pesan harus disusun sedemikian rupa sehingga dapat sampai ke telinga bagian dalam. Pilihan kata-kata Al-Qur'an untuk komunikasi dianggap sangat efektif dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku manusia, baik sebagai mubaligh maupun sebagai mad'u. Oleh karena itu, seorang muslim harus berdakwah, yang merupakan tugas yang sulit. Nabi sendiri, sebagai pembawa risalah dan utusan wahyu, awalnya melakukan tugas ini secara mandiri sepanjang sejarah sebelum banyak pengikut akhirnya bergandengan tangan untuk melakukan tugas dakwah ini. Lalu, apa yang dilakukan nabi dan pengikutnya sendiri-sendiri tetapi berhasil dalam suatu lembaga.<sup>4</sup>

a. Unsur-unsur Dakwah

1. *Da'i* (Subjek Dakwah)

*Da'i* ialah seseorang yang mengerjakan peran dakwah. Peran dakwah ini bisa dilaksanakan sendiri atau berkelompok. Pribadi atau subjek adalah sosok manusia yang mempunyai keteladanan yang baik dalam segala hal.<sup>5</sup>

Seorang *da'i* harus mempunyai keahlian, untuk mengangkat keberhasilan dakwah. Adapun keahlian yang dimiliki seorang *da'i* ialah:

- a. mempunyai pemahaman agama Islam yang tepat dan benar
- b. mempunyai pemahaman hakekat gerakan atau tujuan dakwah
- c. mempunyai akhlakul karimah
- d. mengetahui bagaimana perkembangan ilmu pengetahuan yang luas
- e. mencintai audience atau mad'u dengan tulus
- f. mengenali keadaan lingkungan dengan baik.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Ahmad Atabik, "Manajemen Dakwah Perspektif Al-Qur'an" *Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 1 (2016) : 136.

<sup>5</sup> Rafiuddin, Maman Abdul Jalil., *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), cet. ke-1, h. 47.

<sup>6</sup> Abdul Munir Mulkam., *Ideologi Gerakan dakwah*, (Yogyakarta: Sipress, 1996), cet. Ke-1, h.238-239.

2. *Mad'u* (Objek Dakwah)

Wardi Bachtiar mengatakan bahwa dakwah adalah tentang gagasan bahwa manusia membentuk masyarakat, baik satu orang atau lebih. Lingkaran, lapisan, lembaga, norma, nilai, kekuasaan, dan proses perubahan ada dalam masyarakat. atau diajak, yang dimaksud adalah orang yang diajak masuk Islam sebagai penerima dakwah”, disebut juga dengan “obyek mad'u”

3. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan sarana penyampaian pesan dakwah kepada individu, kelompok, dan masyarakat luas sehingga masyarakat dapat dengan mudah menerimanya. keluar dengan benar dan sesuai dengan syarat mad'u. Dakwah dengan *Hikmah*, *Mau'idzah Hasanah* dan *Mujadalah* adalah semua bentuk dakwah.

4. Media Dakwah

Berasal dari bahasa latin yaitu *median* yang memiliki arti alat perantara, sedangkan menurut istilah media merupakan semua yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>7</sup> Oleh karena itu, media dakwah adalah lisan, cetak, dan elektronik yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah untuk mencapai tujuan dakwah.

5. Materi Dakwah

Isi pesan dakwah inilah yang disebut materi dakwah. Isi pesan atau dakwah harus disampaikan dengan cara yang menarik dan tidak menjadi repetitif agar menarik penerima dakwah untuk lebih jauh lagi. pendidikan mereka pada mata pelajaran Islam. Tentu saja, hal ini harus didasarkan pada situasi Mad'u, serta karakter dan cara berpikirkannya.<sup>8</sup>

**3. Pengertian Komunitas Subulussalam**

Komunitas merupakan dari bahasa latin *communitas* yang memiliki sesuatu untuk semua maksud dan tujuan.

---

<sup>7</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: al-ikhlas, 1983), 168.

<sup>8</sup> Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah dari Dakwah Konvensional menuju Dakwah Profesional* (Jakarta : Amzah, 2007) , 49-57.

Kelompok sosial organisme yang hidup di lingkungan yang sama dan memiliki hubungan yang sama disebut komunitas. Komunitas manusia terdiri dari orang-orang dengan kepercayaan, niat, kebutuhan risiko, dan kondisi serupa lainnya.

Kelompok sosial yang dikenal sebagai komunitas terdiri dari sejumlah orang yang memiliki banyak kesamaan satu sama lain. Kebutuhan, kepercayaan, tujuan, niat, bakat, hobi, dan kesamaan lainnya. Misalnya, komunitas dibagi menjadi dua kelompok, komunitas offline dan komunitas online. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat merasa nyaman saat menyatukan diri karena merasa memiliki teman yang senasib, meskipun menurut orang lain itu unik atau bahkan aneh. Komunitas online terdiri dari orang-orang yang memiliki pekerjaan, minat, dan kesamaan lainnya mirip satu sama lain. Tujuan di balik pembentukan komunitas jelas. Bisa tujuan jangka pendek, menengah, atau panjang.<sup>9</sup>

Komunitas Subulussalam adalah komunitas wirausaha atau bisnis yang berada di kota kudus salah satunya. M. Agung Jauhari beliau adalah pendiri Komunitas Subulussalam beliau asal dari Jogjakarta yang dulunya berbisnis sebagai penjual aksesoris keliling. Beliau mendirikan komunitas subulussalam ini bertujuan mengajarkan ke semua orang arti penting berbisnis tanpa riba. Komunitas Subulussalam ini merupakan komunitas wirausaha atau bisnis secara aturan islam. Komunitas Subulusslam yang berdiri sejak tahun 2014 ini berasal dari berbagai macam latar belakang usaha, antara lain di industri kuliner, retail online, dan masih banyak bidang usaha lainnya. Selain jenis dan latar belakang usaha yang beragam, anggota Komunitas Subulussalam berasal dari berbagai tingkatan usaha (berdasarkan omset). Banyak juga anggota Komunitas Subulussalam yang baru memulai bisnisnya, atau bahkan baru berniat memulai usaha sendiri. Sebagai komunitas bisnis atau wirausaha, komunitas subulussalam memiliki beberapa program baik berupa seminar bisnis, workshop, kajian islam, sedekah jum'at, mentoring bisnis

---

<sup>9</sup> Saifuddin Zuhri, "Penggunaan Media Sosial Dalam Membangun Komunitas Bisnis Tangan di Atas (TDA) Even Organizer di Surabaya" *Jurnal Dinamika Governance FISIP UPN "Veteran"Jatim* 7, no. 2 (2017) : 171.

yang bertujuan untuk menambah skill bisnis anggota Komunitas Subulussalam.

#### 4. Meningkatkan Kemampuan

Anggota Komunitas Subulussalam akan mulai mendirikan usaha baru dan selanjutnya mengembangkan keterampilan usaha mereka sebagai hasil dari kegiatan yang mereka ikuti. Ketika sebuah usaha sedang dibangun, seringkali dibiarkan mengalir begitu saja tanpa jalur yang jelas. Inilah salah satu alasan terbesar mengapa bisnis gagal. Kemudian kompetensi pebisnis masih rendah, yang masih di bawah standar. Konon, para pebisnis pemula ini akan gagal jika mencoba menyelenggarakan berbagai acara sharing dan networking sendiri. Kurangnya faktor pengalaman akan menghambat proses penyelesaian masalah. Begitu pula dengan acara seminar dan *business coach* yang ditawarkan belum tentu bisa menyelesaikan masalah bagi pemula.<sup>10</sup>

Kegiatan Komunitas Subulussalam dimana pada intinya anggota yang telah berhasil membimbing dalam bentuk kelompok untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Komunitas Subulussalam ini sendiri merupakan wadah bagi para pembisnis untuk meembangkan dan meningkatkan wirausaha dengan meningkatkan kemampuan berbisnis mad'u. Istilah mad'u mengacu pada individu yang menerima dakwah atau sekelompok individu yang menerima dakwah, khususnya umat Islam.

#### 5. Bisnis

Kata "Bisnis" dalam bahasa Indonesia dari kata "*Business*" dari kata bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Jadi makna dari kata "Bisnis" adalah kesibukan yang berorientasi pada keuntungan. Menurut Satria A. Nonaputra, bisnis adalah sebuah kegiatan berorientasi keuntungan yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dunia bisnis juga sudah dikenal oleh masyarakat Islam karena sudah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Jagat bisnis atau pertukaran telah digeluti oleh umat Islam, dan sejak zaman Rasulullah SAW dunia menjadi satu. dari pilar-pilar umat Islam sebagai pekerjaan untuk mengatasi setiap masalah masyarakat. Keberhasilan Nabi Muhammad

---

<sup>10</sup> Data Hasil Observasi Komunitas Subulussalam.



menunjukkan bahwa sejarah perkembangan bisnis umat Islam sangat positif. Para sahabatnya juga mengikuti dan melakukannya kemudian.<sup>11</sup>

Dalam bisnis, Islam sangat mengenal passion. Islam berbeda dengan agama lain, tidak melarang bisnis atau pengejaran duniawi lainnya. Islam mengatakan bahwa perdagangan yang adil dan pelayanan yang baik tidak buruk. sesuai dengan perintah Allah akan mendapat balasan yang setimpal. Gerakan bisnis bisa menjadi salah satu bentuk cinta jika dilakukan sesuai dengan perintah Allah dan sesuai pelajaran tata cara Islami. Selama haji, bentuk tertinggi Islam ibadah, orang bahkan dapat melakukan kegiatan bisnis. Oleh karena itu, Islam dan bisnis yang adil tidak bertentangan. Menurut Islam, mencari sumber pendapatan melalui bisnis yang jujur dianalogikan dengan mencari rahmat Tuhan. Islam "mencela" kecenderungan pemeluknya untuk mengemis makanan karena sangat menghargai kerja keras dalam mencari sumber kehidupan.<sup>12</sup>

Dakwah Komunitas Subulussalam dalam meningkatkan berbisnis dengan mengetahui cara dan sistem berbisnis yang di ajarkan oleh Nabi Muhammad SAW contoh nya dengan berbisnis jujur, tidak memberikan harga yang tinggi, sehingga kita bisa menerapkan bisnis yang benar dan baik, sehingga bisnis yang di jalankan oleh umat islam itu mendapat berkah oleh Allah dan di berikan kelancaran dalam bisnis kita.

Kewirausahaan dan transaksi diajarkan Nabi Muhammad SAW untuk jujur, adil, dan tidak mengecewakan pelanggan. Kewirausahaan Islam disebut sebagai tjarah, yang berarti "perdagangan atau transaksi". Komunitas Subulussalam juga mengajarkan konsep kewirausahaan Islam, yang didasarkan pada gagasan bahwa Nabi Muhammad adalah seorang pengusaha dan umat Islam harus mengikuti jejaknya. Komunitas Subulussalam juga mengajarkan konsep berwirausaha dalam islam yang mengacu pada konsep wirausaha Nabi Muhammad yang perlu ditiru dan diterapkan umat muslim sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Johan Arifin, "Dialektika Etika dan Etika Barat dalam Dunia Berbisnis" *Jurnal Studi Agama Millah* 8, no. 1 (2008): 157-158.

<sup>12</sup> Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ak Group, 2005), 33-34.

1. *Siddiq* (Benar dan Jujur)

*Siddiq* artinya berkata benar dan jujur, seorang wirausahawan Islami dapat benar-benar meneladani Nabi Muhammad dengan berbicara kebenaran. Artinya, pimpinan dan karyawan pengusaha harus dapat berperilaku dengan tepat dan jujur dalam semua keputusan dan tindakan, serta dengan pelanggan dan pesaing, untuk memastikan bahwa bisnis dikelola sesuai dengan prinsip kebenaran dan kejujuran. Jujur dalam melakukan berbisnis dengan pelanggan, mengutamakan ketelitian, dan mengutamakan keunggulan produk. Apabila terdapat kekurangan atau ketidaksempurnaan pada barang maka diteruskan kepada pembeli yang akan datang.

2. *Amanah* (Dapat dipercaya)

*Amanah* merupakan sifat Kepercayaan internal dan eksternal. Kesuksesan sebagai wirausahawan membutuhkan kepercayaan dan akuntabilitas. Setiap muslim akan mengembangkan sikap yang berkualitas dan bertanggung jawab jika memiliki sifat tidak dapat dipercaya karena kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur tanpa kredibilitas dan akuntabilitas, kepercayaan memainkan peran mendasar dalam ekonomi dan bisnis.

3. *Tabligh* (Menyampaikan)

*Tabligh* yaitu kemampuan menyampaikan, kapasitas untuk komunikasi yang efektif, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif sangat penting untuk keberhasilan wirausaha. Semua Nabi wajib mengkomunikasikan kepada manusia apa yang telah mereka terima dari Allah dalam bentuk wahyu yang melibatkan hukum agama. Dari sudut pandang bisnis berbasis syariah, Tuhan telah diberikan manusia kemampuan khusus; akibatnya, manusia harus memilih cara hidup yang khusus.

4. *Fathonah* (Cerdas dan Bijaksana)

Sifat *Fathonah* memiliki kecerdasan bisnis. Karena memenuhi kebutuhan masyarakat, wirausaha yang cerdas adalah pengusaha yang mampu memahami, menghargai, dan mengenal masyarakat sebagai pembeli.



6. **Mad'u** (penerima dakwah)

Mad'u itu sendiri termasuk objek dakwah atau sasaran dakwah dalam bahasa dakwah bisa juga disebut dengan mad'u. Kata mad'u ini secara etimologi berasal dari Bahasa Arab, diambil dari bentuk *isim maf'ul* (istilah yang merujuk pada objek atau sasaran) Menurut terminologi, mad'u adalah orang atau kelompok yang disebut Jamaah yang menuntut ajaran agama dari seorang da'i, baik yang dekat maupun yang jauh, muslim atau non- Muslim, laki-laki atau perempuan.

Subyek dakwah atau mad'u adalah orang-orang atau sekelompok orang dengan kepribadian yang berbeda-beda. Pengetahuan tentang mad'u dan segala ciri-cirinya sangat menentukan keberhasilan materi dakwah yang disampaikan. Orang dapat dibedakan secara psikologis sebagai Objek dakwah dengan berbagai karakteristik, antara lain sifat kepribadian dan aspek kecerdasan, seperti kewaspadaan, pengetahuan, dan keterampilan.<sup>13</sup>

**B. Penelitian Terdahulu**

Pada penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan awal guna mencari informasi tentang permasalahan yang akan dibahas oleh penelitian. Supaya tidak terjadi kesamaan dalam proses penulisan terdapat judul maupun penulisan skripsi yang terdahulu, adanya penelitian terdahulu ini guna menghindari adanya bentuk kesamaan penelitian ataupun tindak plagiat, maka penulis akan menyajikan beberapa penelitian skripsi yang terdahulu untuk membandingkan dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Muhammad Hidayat NIM 161220174 dengan judul *Implementasi manajemen Dakwah dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dan Nilai Spiritual Terhadap Karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'su*. Jurusan Manajemen Dakwah, Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an Jakarta.<sup>14</sup> Letak Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang penerapan dakwah bisnis islam. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian sebelumnya

---

<sup>13</sup> Rahmatullah, "Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u Dalam Aktivitas Dakwah", *Jurnal Mimbar Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani* 2, no.1 (2016): 58.

<sup>14</sup> Muhammad Hidayat, *Implementasi manajemen Dakwah dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dan Nilai Spiritual Terhadap Karyawan Kedai Ayam Penyet Ka'su* (Skripsi PTIQ Jakarta, 2020) : 3

tidak membicarakan tentang prinsip-prinsip spiritual yang dianut di rumah makan ayam penyet ka'su yang mengusung label halal tayyiban dan hanya menjual barang-barang berkualitas tinggi serta mengutamakan layanan konsumen kualitas produk.

2. Skripsi Fatiroh NIM 1102068 dengan judul *Manajemen Dakwah Nu dalam Meningkatkan Mutu Kewirausahaan di Desa Dawar Manggis Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali*. Fakultas Dakwah, Institut agama Islam Negeri Walisongo Semarang. Bentuk penelitian ini kualitatif. Menurut temuan penelitian ini, upaya Nahdlatul Ulama Dawar Manggis dalam memasyarakatkan kewirausahaan telah berhasil meningkatkan perekonomian masyarakat. Di Desa Dawar, peran dan kontribusi pengurus dalam kegiatan dakwah sangat berperan dalam mengembalikan semangat bekerja.<sup>15</sup> Studi ini dan yang sebelumnya berbagi satu kesamaan: keduanya berbicara tentang bagaimana dakwah dapat membantu orang menjadi lebih berwirausaha. Letak perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti terdahulu membahas tentang pengembangan kewirausahaan yang dilaksanakan oleh ranting Nu untuk dapat membantu perekonomian terhadap masyarakat. Sedangkan penelitian sekarang membahas tentang komunitas yang mengajarkan kemampuan berbisnis mad'u secara ajaran islam.
3. Skripsi Nur Said Rahmatullah NIM 1111051000087 dengan judul *Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya dalam Meningkatkan Pemuda sosial Entrepreneur yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Bentuk penelitian ini adalah kualitatif. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang komunitas Kelompok sahabat muda ini mendukung keyakinan agama para relawan dan mendorong kaum muda untuk menjadi wirausaha sosial.<sup>16</sup> Letak persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang komunitas bisnis islam dalam meningkatkan *Entrepreneur*.

---

<sup>15</sup> Fatiroh, *Manajemen Bisnis Makanan Bakso Qolbu Berbasis Syariat Islam Dalam Perspektif Dakwah di Pasar Segar Kota Makasar* (Skripsi IAIN Walisongo, 2008) : vii.

<sup>16</sup> Nur Said Rahmatullah, *Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya dalam Meningkatkan Pemuda sosial Entrepreneur yang Islami Berdasarkan Teori Sayyid Muhammad Nuh* (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017) : i.

Letak perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti terdahulu membahas tentang komunitas entrepreneur islam berdasarkan teori Sayyid Muhammad Nuh. Sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dakwah terhadap komunitas dengan meningkatkan kemampuan berbisnis mad'u.

4. Skripsi Gutama Aldo Pangestu NIM 1641030123 yang berjudul. *Manajemen Dakwah Bil-Hal Forum Bisnis (FORBIS) Ikatan Keluarga Pondok Modern (IKPM) Lampung dalam Pengembangan Kemampuan Berbisnis Bagi Anggotanya*. Jurusan Manajemen Dakwah. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang konsep pelaksanaan, perencanaan pengorganisasian dalam badan pengelolaan yang dilakukan secara objektif sebelum pelaksanaan program dan kegiatan yang telah ditetapkan oleh manajemen dakwah bil-hal pada forum bisnis (FORBIS).<sup>17</sup> Letak Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang kemampuan berbisnis terhadap anggotanya. Letak perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti terdahulu membahas tentang manajemen dakwah bil-hal forum bisnis di pondok modern. Sedangkan penelitian sekarang yaitu membahas tentang komunitas yang meningkatkan kemampuan berbisnis terhadap mad'u.
5. Skripsi Taufiqurrahman Rasyid NIM 50400112006 yang berjudul. *Manajemen Bisnis Makanan Bakso Qolbu Berbasis Syariat Islam dalam Perspektif Dakwah di Pasar Segar Kota Makasar*. Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makasar. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang kuliner yang di minati oleh masyarakat, Namun, karena tidak semua bakso khas diolah sesuai syariat Islam, maka makanan yang kita konsumsi sangat berbahaya bagi kesehatan kita. Selain itu, pemasaran Bakso Qolbu juga kreatif dan inovatif dalam menjual produknya ke masyarakat luas. Ini merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan bersama mengembangkan nilai-nilai syariah, mendakwahkan dakwah dalam proses

---

<sup>17</sup> Gutama Aldo Pangestu, *Manajemen Dakwah Bil-Hal Forum Bisnis (FORBIS) Ikatan Keluarga Pondok Modern (IKPM) Lampung dalam Pengembangan Kemampuan Berbisnis Bagi Anggotanya* (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2016) : 3.

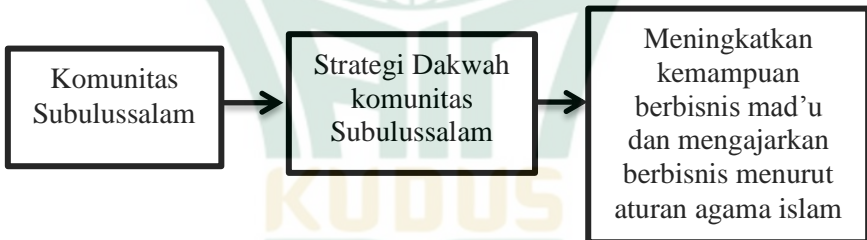
pemasaran, dan memberikan nilai-nilai yang masuk sesuai dengan harapan untuk berwirausaha.<sup>18</sup> Letak Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang bisnis islam. Letak perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti terdahulu membahas tentang bisnis makanan bakso berbasis syariat islam. Sedangkan perbedaanya dengan penelitian sekarang membahas tentang komunitas yang mengajarkan kemampuan berbisnis secara islam.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti Strategi dakwah dalam meningkatkan berbisnis. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis ini adalah mengenai tentang Strategi Dakwah Komunitas Subulussalam dalam Meningkatkan Kemampuan Berbisnis Mad'u. Sehingga menghasilkan pembisnis yang paham tentang berbisnis secara islami.

**C. Kerangka Berfikir**

**Gambar 2.1**

**Bagan Kerangka Berfikir**



Komunitas Subulussalam merupakan komunitas yang mengatasnamakan “Berbisnis secara islam”. Didalam kegiatannya akan penanaman nilai-nilai pendidikan karakter religius kepada para generasi muda Islam. Komunitas Subulussalam datang ditengah masyarakat muslim pantura sebagai bentuk keprihatinan terhadap fenomena perkembangan karakter para pembisnis jaman sekarang, dapat mengalami degradasi akhlak dan moral. Subulussalam lebih memfokuskan kegiatan kepada para pengusaha dan yang lagi memulai usahanya

<sup>18</sup> Taufiqurrahman Rasyid, *Manajemen Bisnis Makanan Bakso Qolbu Berbasis Syariat Islam dalam Perspektif Dakwah di Pasar Segar Kota Makasar* (Skripsi, UIN Alauddin Makasar, 2016) : 7

dikarenakan kurangnya motivasi dan kesadaran diri untuk mempelajari ajaran agama Islam, dan para pembisnis yang belum mampu menerapkan karakter religius dalam kesehariannya.

Strategi pengembangan dakwah yang tepat untuk beradaptasi dengan situasi dan kondisi *ma'unya* dapat menjadikan peminat dan mau mengikuti kajian-kajian serta pembelajaran yang diberikan oleh komunitas Subulussalam untuk para pembisnis dan para pemuda agar mau mengikuti komunitas Subulussalam. Keberhasilan sebuah dakwah akan tercapai ketika pesan dakwah pembelajaran dakwah dapat tersampaikan dengan baik serta mendapatkan dari *mad'unya*. Kemampuan untuk memperluas jangkauan dan pengelolaan serta pembelajaran yang diberikan oleh komunitas Subulussalam agar diterima dan dipahami dengan mudah oleh jamaah dan para pemuda di Kabupaten Kudus ini. Peneliti disini memfokuskan penelitian pada Strategi Dakwah Komunitas Subulussalam dalam meningkatkan kemampuan berbisnis mad'u.

