

# STRATEGI DAKWAH DALAM PENGUATAN EKONOMI UMAT OLEH GERAKAN PEMUDA (GP) ANSOR KABUPATEN BANYUMAS

**Agung Drajat Sucipto**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: [masagungdrajat@gmail.com](mailto:masagungdrajat@gmail.com)

## Abstract

*Da'wah is an invitation to change the situation of society from previously unfavorable to be better based on the values taught by religion. While the da'wah strategy is the planning steps designed by the preacher in conveying his da'wah material. The choice of da'wah method must be appropriate so that it can be effective. Da'wah bil hal is the most effective method used by researchers in this research. Da'wah bil hal is oriented towards community development through mad'u movements or actions. The preachers in this study were the Gerakan Pemuda (GP) Ansor Banyumas Regency, which is a youth social organization under the auspices of the Nahdlatul Ulama. This study aims to find out what strategies are used by GP Ansor Banyumas to contribute to building the economy of the people. This research is a field, where the data that the authors get by observation and interviews. The collected data were then analyzed using qualitative descriptive analysis method. The result, shows the contribution of GP Ansor Banyumas in strengthening the economy of the people through the tilapia fish cultivation work program, waste bank management, Kietapay. Strong economic development is an alternative to strengthening religious ideology.*

**Keywords:** *Dakwah bilhal, Ansor, Ekonomi Umat, GP Ansor Banyumas, Kietapay*

*Dakwah merupakan ajakan kepada perubahan situasi masyarakat yang sebelumnya kurang baik menjadi lebih baik berdasarkan nilai-nilai yang diajarkan oleh agama. Pemilihan metode dakwah harus tepat agar dakwah bisa efektif. Dakwah bil hal merupakan metode paling efektif yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Dakwah bil hal berorientasi pada pengembangan masyarakat lewat gerakan atau tindakan mad'u. Juru dakwah dalam penelitian ini ialah*

*Gerakan Pemuda (GP) Ansor Kabupaten Banyumas yang merupakan organisasi kemasyarakatan pemuda dibawah naungan Nahdlatul Ulama. Penelitian ini bertujuan mengetahui apa saja strategi yang digunakan GP Ansor Banyumas untuk ikut berkontribusi membangun perekonomian umat. Penelitian ini bersifat lapangan, dimana data-data yang penulis dapatkan dengan observasi dan wawancara. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasilnya, menunjukkan kontribusi GP Ansor dalam menguatkan ekonomi umat lewat program kerja budidaya ikan, madu sorban, pengelolaan bank sampah, ternak kambing dan bebek, budidaya pisang, air minum kemasan, hingga Kietapay mampu menghasilkan lapangan kerja baru sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat. Dimulai dari sistem permodalan yang kuat, pemilihan potensi wilayah yang strategis, hingga menjalin kerjasama dengan beberapa pengusaha, dan controlling kader menjadikan efektifitas program. Pembangunan ekonomi yang kuat menjadi alternatif penguatan ideologi agama.*

**Kata Kunci:** Dakwah, GP Ansor Banyumas, Ekonomi Umat, Ansor, Kietapa.

## A. Pendahuluan

Dakwah merupakan ajakan kepada perubahan situasi masyarakat yang sebelumnya kurang baik menjadi lebih baik berdasarkan nilai-nilai yang diajarkan oleh agama. Dakwah seringkali dipersempit maknanya dengan sebatas ceramah baik antar individu sampai skala publik. Bagi penulis sendiri, dakwah jika dilakukan sebatas orasi tidak jauh beda dengan halnya kampanye seorang politisi dimusim pilkada.

Dakwah *bil hal* merupakan upaya nyata untuk mengajak umat melalui penekanan dalam hal sikap dan perilaku afektif.<sup>1</sup> Term dakwah *bil hal* merupakan suatu upaya menyampaikan pesan (ajaran Islam) dengan wujud amaliah nyata.<sup>2</sup> Dengan kata lain, suatu upaya

---

<sup>1</sup> Akhmad Sagir, "Dakwah Bil-Hal: Prospek dan Tantangan Da'i", *Jurnal Ilmu Dakwah*14, no. 1 (2015): 18.

<sup>2</sup> Mas'udi Masdar F, "Mukaddimah: Dakwah, Membela Kepentingan Siapa?", *Majalah Pesantren*4, no. 4 (Jakarta: P3M, 1987), 2.

yang dilakukan oleh *da'i* atau lembaga tertentu untuk menumbuhkan kesadaran dan mengembangkan kemampuan dalam mengatasi segala permasalahan umat.

Dakwah *bil hal* erat kaitannya dengan dakwah *bi lisan*. Jika dakwah *bi lisan* berupa “ucapan”, sedangkan dakwah *bil hal* berupa “perbuatan atau tindakan nyata”. Baik dakwah *bi lisan* ataupun dakwah *bil hal*, tidak seharusnya beririsan satu sama lain. Sebab, pendukung paling nyata dalam hal suksesnya dakwah *bi lisan* adalah dakwah *bil hal*. Begitu juga sebaliknya, suksesnya dakwah *bil hal*, tidak akan terlepas dari dakwah *bi lisan*. Maka dari itu, perlu adanya penyeimbangan dari kedua jalan dakwah tersebut.<sup>3</sup> Dakwah *bil hal* merupakan jalan dakwah yang memiliki kecenderungan dalam mengatasi persoalan kebutuhan pokok (*basic needs*) umat. Terutama yang berkaitan dengan kebutuhan fisik material ekonomis. Sehingga, keberhasilan dakwah *bil hal* akan terwujud apabila peningkatan taraf hidup umat semakin membaik dari waktu ke waktu.<sup>4</sup>

Dakwah dengan tindakan nyata akan lebih efektif dan mengena dalam masyarakat dibanding hanya sekedar ceramah. Dakwah seperti ini juga menjadi metode yang dipakai Rasulullah SAW dalam berdakwah, seperti saat Rasulullah memerintahkan sholat, beliau sendiri yang pertamakali mencontohkan lalu para sahabat mengikutinya. Begitupula saat mengajarkan ibadah haji, Rasulullah tidak memakai banyak retorika, beliau hanya memerintahkan *Ud'unii Manasikan*, para sahabat disuruh mengikuti gerakan-gerakan Rasulullah saat berhaji.

Dakwah *bil hal* merupakan wujud implementasi melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan cara membangun daya, mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran masyarakat akan potensi dirinya, yang kemudian dikembangkan dan berada

---

<sup>3</sup> Wirosardjono Soetjipto, “Dakwah: Potensi dalam Kesenjangan”, *Majalah Pesantren*4, no. 4 (Jakarta: P3M, 1987), 5.

<sup>4</sup> Harun Al-Rasyid, dkk, *Pedoman Pmehinaan Dakwah Bil-Hal*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1989), 10.

pada titik proses kemandirian.<sup>5</sup> Wujud dari pemberdayaan masyarakat tersebut, terbagi pada tiga bagian penting, yaitu: (1) *enabling* “membuat iklim”; (2) *empowering* “meningkatkan kapasitas”; dan (3) *protecting* “melindungi kepentingan”.<sup>6</sup>

Dari ketiga hal pemberdayaan masyarakat tersebut, tidak lain hanya sebagai bentuk upaya untuk mengatasi persoalan dalam sektor ekonomi dan urgensinya ekonomi itu sendiri dalam kehidupan beragama. Maka dari itu, salah satu tokoh bernama Sahal Mahfudh memaparkan bahwasanya dakwah dengan model pemberdayaan masyarakat dipandang paling efektif, mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia hidup dalam kondisi kekuarangan. Keterbelakangan di bidang ekonomi salah satu penyebabnya adalah rendahnya tingkat pendidikan di suatu wilayah tertentu. Maka dari itu, sektor pendidikan dan ekonomi benar-benar menjadi sasaran utama dakwah *bil hal*.<sup>7</sup>

Salah satu organisasi kepemudaan yang concern dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah Gerakan Pemuda Ansor. Organisasi dibawah naungan Nahdlatul Ulama yang memiliki misi; Internalisasi nilai ASWAJA dan Sifatur Rasul, membangun disiplin organisasi dan kaderisasi berbasis profesi, menjadi sentrum lalu lintas informasi dan peluang usaha antar kader dengan stakeholder, dan mempercepat kemandirian ekonomi kader dan organisasi. Dari sinilah pemberdayaan ekonomi menjadi salah satu *concern* GP Ansor dalam melaksanakan kegiatan dan pergerakannya.

GP Ansor Banyumas dipimpin oleh Sahabat Ahmad Zaenudin Masdar. Istilah “sahabat” adalah panggilan khas untuk setiap kader Ansor itu sendiri. Sedangkan wakil ketua bagian perkonomian adalah Sahabat Muhammad Ulin Nuha, dan wakil ketua bagian organisasi adalah Sahabat Mohammad Luqman. Penulis sengaja membatasi

---

<sup>5</sup> Aliyudin, “Dakwah *Bi Al-Hal* Melalui Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat”, *Jurnal ANIDA: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*15, no. 2, (2016), 188.

<sup>6</sup> Adi Fahrudin, *Perberdayaan, Partisipasi & Penguatan Kapasitas Masyarakat*, (Bandung: Humaniora, 2009), 96.

<sup>7</sup> Syafi'i, Agus Ahmad dan Nani Machendrawaty, *Pengembangan Masyarakat Islam*, (Jakarta: Rosdakarya, 2001), 156.

pengumpulan informasi hanya dari tiga kader tersebut, dikarenakan mereka yang paling berkompeten dan terlibat langsung dengan bebarap kasus yang penulis sedang teliti.

## **B. Kerangka Teori**

Bila dibanding dengan daerah-daerah timur Indonesia, seperti Maluku dan Ternate,<sup>8</sup> dapat dinyatakan, bahwa kedatangan Islam di Buton atau secara lebih umum di Sulawesi-Tenggara agak telat atau terlambat. Hal ini karena kerajaan Buton barulah dikenal sebagai kerajaan Islam dan berubah nama menjadi Kesultanan Buton pada awal abad ke-16.<sup>9</sup>

Konsep Penguatan ekonomi umat tidak terlepas dari sikap dan nilai-nilai sosial masyarakat dan ditunjang dengan pemahaman strata akan kapasitas masyarakat atau umat. Terdapat tiga tingkat dalam pendekatan teori penguatan ekonomi yaitu: *mikro*, *mezzo* dan *makro*. Adanya ketiga pendekatan tersebut bisa dijadikan sebagai suatu acuan dalam pemecahan masalah ekonomi yang disesuaikan dengan kapasitas masyarakat. Lebih jauh mengenai tiga pendekatan penguatan ekonomi tersebut dijelaskan sebagai berikut.

*Pertama*, Aras *mikro*. Penguatan sekaligus pemberdayaan dilakukan kepada klien secara individu melalui bimbingan, konseling, *stress management*, *crisis intervention*. Tujuan utamanya adalah membimbing atau melatih *klien* menjadikan tugas-tugas kehidupannya sehingga model ini sering disebut sebagai Pendekatan yang Berpusat pada Tugas (*Task-Centred Approach*).

*Kedua*, Aras *mezzo*. Penguatan dan pemberdayaan dilakukan terhadap sekelompok *klien*. Pemberdayaan dilakukan dengan

---

<sup>8</sup> BPS, *Buton dalam Angka* (Bau-Bau : BPS, 2002), hlm. 109/ Kecuali para imigran yang datang dan berasal dari luar wilayah Buton, hampir dapat dipastikan tidak ada penduduk asli negeri ini yang beragama selain agama Islam. A. Gani Ali, wawancara, 2003.

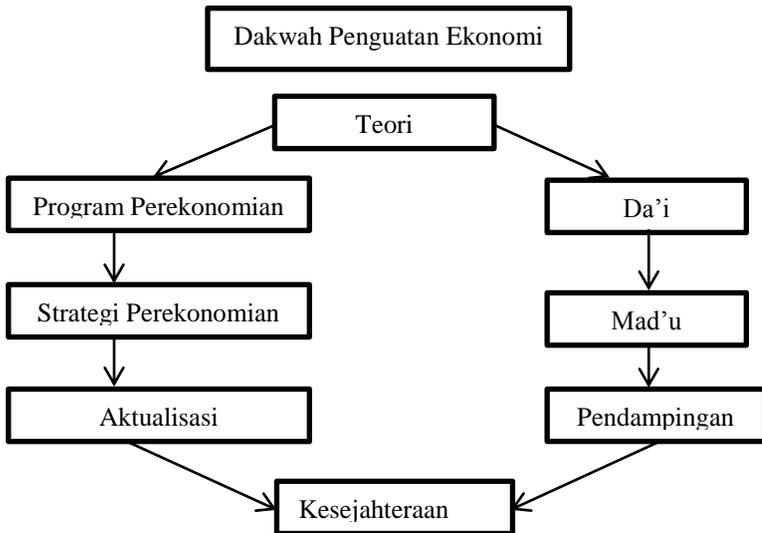
<sup>9</sup> Konversi sistem kerajaan menjadi sistem kesultanan di Buton terjadi bersamaan dengan resminya La Kilaponto atau Raja Buton ke-6 menjadi penganut Islam, yang terjadi pada tahun 948 H.

menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok, biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan dan sikap-sikap *klien* agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapinya.

*Ketiga, Aras makro.* Penguatan dan pendekatan ini disebut juga sebagai Strategi Sistem Besar (*Large-System Strategy*), karena sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang lebih luas, perumusan kebijakan, perencanaan sosial, kampanye, aksi sosial, *lobbying*, pengorganisasian masyarakat, manajemen politik, adalah beberapa model dalam pemberdayaan dan penguatan ini. Sistem strategi besar memandang *klien* sebagai orang yang memiliki kompetensi untuk memahami situasi-situasi mereka sendiri dan untuk memilih serta menentukan strategi yang tepat untuk bertindak.<sup>10</sup> Garis besar dari pendekatan tersebut adalah adanya perubahan situasi dan kondisi sosial, baik secara makro, mezzo, dan mikro. Hal ini selaras dengan tujuan dakwah yang menginginkan adanya perubahan dari hal yang buruk menjadi kebaikan dalam diri mad'u. Artinya, baik dakwah dan penguatan ekonomi sama-sama bertujuan adanya perubahan sosial dan situasi kearah yang lebih baik. Lebih kongkritnya, gambaran korelasi dakwah dan penguatan ekonomi sebagaimana Gambar 1.

---

<sup>10</sup> Asep Iwan Setiawan, "Dakwah Berbasis Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Mad'u", Bandung: Academic Journal for Homiletic Studies 2012 Vol 6. No.2, 351-352.



Gambar 1. Korelasi Dakwah dan Penguatan Ekonomi

### C. Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang tekanannya lebih menitikberatkan pada penelusuran dan pemberian gambaran mengenai gejala-gejala yang terjadi di masyarakat yang paling aktual. Penggunaan metode ini berkaitan dengan alasan sasaran utama dari penelitian ini adalah dapat diperolehnya gambaran objektif mengenai fakta-fakta spesifik yang terkait dengan realitas latar historis dakwah berbasis penguatan ekonomi umat yang dilakukan oleh GP Ansor Banyumas. Pengumpulan data primer dari responden dilakukan dengan kuesioner, wawancara mendalam (*in depth interview*) dan observasi. Selain itu, untuk kepentingan pengumpulan data sekunder, baik teori, pandangan-pandangan, hasil penelitian, buku dan catatan-catatan, juga digunakan studi dokumentasi dan kepustakaan.

Data yang dihasilkan kemudian diolah melalui beberapa tahapan, antara lain: *Pertama*, data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang merupakan opini, penuturan

pengalaman, suasana kehidupan, dan perilaku teramati lainnya, dicatat dilakukan reduksi data, sehingga diperoleh pokok-pokok yang sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. *Kedua*, data hasil wawancara dan observasi yang telah direduksi dan disusun merupakan materi untuk diinterpretasikan sesuai dengan fakta yang ada pada sampel penelitian. *Ketiga*, adalah memberikan makna terhadap apa yang diperoleh dari tahap interpretasi terhadap fakta hasil penelitian. *Keempat*, setelah catatan pada tahap ketiga tersusun secara sistematis, dilakukan pengelompokan data berdasarkan konsep, dan dicari hubungan antarkonsep yang ada, sehingga merupakan eksplanasi, baik dalam bentuk pemahaman maupun prediksi terhadap fenomena yang diteliti.

#### **D. Gambaran Umum GP Ansor Kabupaten Banyumas**

Lahirnya Gerakan Pemuda Ansor tidak bisa lepas dari organisasi Nahdlatul Ulama (NU). Nahdlatul Ulama adalah organisasi Islam yang besar di Indonesia. Sejarah lahirnya NU dapat diruntut dari munculnya kelompok kajian Tashwirul Afkar (1914) yang berkembang menjadi Nadlatut Tujjar (1916), Syubbanul Wathon (1918), Nahdlatul Wathon (1924), dan akhirnya menjadi Nahdlatul Ulama pada tanggal 16 rajab 1344 H bertepatan pada tanggal 31 januari 1926.<sup>11</sup> Faktor yang melatar belakangi lahirnya NU adalah reaksi terhadap paham nasionalisme yang menguat menjelang kemerdekaan Indonesia, Khususnya pasca berdirinya Budi Utomo.<sup>12</sup>

Sedangkan Gerakan Pemuda Ansor sendiri dilahirkan dari situasi konflik intrnal dan tuntutan kebutuhan alamiah. Hal ini berawal dari perbedaan antara tokoh tradisional dan tokoh modernis yang muncul di tubuh Nahdlatul Wathan, organisasi keagamaan yang bergerak dibidang pndidikan Islam, pembinaan

---

<sup>11</sup> Yusuf Arsy, *Gerakan Dakwah Islam Dalam Perspektif Kerukunan Umat Beragama*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2012), 234.

<sup>12</sup> Acep Aripudin, Mudhofir Abdullah, *Perbandingan Dakwah*, (Bandung: Remaja Roshdakarya, 2014), 106-107.

mubaligh, dan pembinaan kader. Dua ulama yang berbeda haluan, KH Wahab Hasbullah dari tokoh tradisional dengan KH Mas Mansur yang berhaluan modernis akhirnya mnempuh arus gerakan masing-masing, yang diiringi dengan semangat mendirikan organisasi kepemudaan Islam.

Tepatnya pada tanggal 24 april 1934 (10 Muharram 1353 H) di Banyuwangi, Jawa Timur, lahirlah Ansor. Nama Ansor sendiri merupakan usulan dari KH. Wahab Hasbullah. Sebenarnya pada tahun 1931 sudah ada organisasi kepemudaan NU yang diberi nama PNO (Pemuda Nahdlatul Ulama), namu pada tanggal 24 April 1934 PNO melebur dan berubah menjadi ANO (Ansuru Nahdlatul Oelama). Organisasi inilah yang menjadi cikal bakal berdirinya Gerakan Pemuda (GP) Ansor yang setelah mengalami berbagai perubahan nama.

Dengan dipakainya nama Ansor dimaksudkan oleh KH Wahab Hasbullah agar dapat mengambil hikmah serta tauladan terhadap sikap, perilaku, dan semangat perjuangan para sahabat Ansor di zaman Nabi, sebagai pejuang, penolong, dan pelopor dalam menyiarkan, menegakkan, dan mmbntengi ajaran Islam. Ini juga sebagai komitmen awal semua kader Ansor yang harus dipegang teguh dan menjadi landasan pergerakannya.

Penelitian ini mengambil sampel Gerakan Pemuda Ansor di Kabupaten Banyumas periode 2016-2020. Visi Gerakan Pemuda Ansor Banyumas adalah revitalisasi nilai dan tradisi, penguatan sistem kaderisasi, pemberdayaan potensi kader, dan kemandirian organisasi. Sedangkan misinya ialah Internalisasi nilai ASWAJA dan sifatur rasul, membangun disiplin organisasi dan kaderisasi bwrbasis profesi, menjadi sentrum lalu lintas informasi dan peluang usaha antar kader dengan stakeholder, dan mempercepat kemandirian ekonomi kader dan organisasi. Dari sini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi kader tidak bisa dihilangkan dari organisasi Ansor itu sendiri.

Gerakan pemuda Ansor Banyumas di ketuai oleh Sahabat Ahmad Zainudin Masdar, alumni pesantren sekaligus seorang

pebisnis warung sate dan sablonan kaos di Purwokerto. Dalam menjalankan roda dan manajemen organisasinya (khususnya terkait perekonomian), beliau dibantu oleh dua wakil ketua pada bidang yang terkait. Pertama, wakil ketua bidang organisasi, yaitu sahabat Muhammad Luqman, seorang da'i muda sekaligus pebisnis yang memiliki beberapa toko material. Kedua, wakil ketua bidang perekonomian, yaitu sahabat Muhammad Ulin Nuha, seorang pengajar sekaligus wirausaha dalam bidang pertanian. Tanpa mengesampingkan kader Ansor di bidang lain, tetapi peneliti berfikir akan lebih relevan untuk mengambil data sekaligus wawancara hanya dengan ketiga kader Ansor Banyumas tersebut, dikarenakan mereka bertiga selaku pengampu kebijakan yang tahu betul kondisi organisasi dan program ekonomi yang sedang dijalankan. Sedangkan usia kader Ansor Banyumas mulai dari 27 tahun hingga 40 tahun, dengan rata-rata pendidikan lulusan SLTA dan Sarjana.

### **E. Dakwah Penguatan Ekonomi Umat oleh GP Ansor Kabupaten Banyumas**

Dakwah yang bersifat kualitatif diyakini menghendaki adanya suatu perubahan baik nilai, sistem perilaku, maupun perubahan sosial budaya. Dakwah dalam arti ini dikenal dengan istilah dakwah bil hal. Dakwah dengan tindakan nyata dapat lebih efektif dan mengena dalam masyarakat dibanding hanya sekedar ceramah. Dakwah seperti ini juga menjadi metode yang dipakai Rasulullah SAW dalam berdakwah, seperti saat Rasulullah memerintahkan sholat, beliau sendiri yang pertamakali mencontohkan lalu para sahabat mengikutinya. Begitupula saat mengajarkan ibadah haji, Rasulullah tidak memakai banyak retorika, beliau hanya memerintahkan *Ud'unii Manasikan*, para sahabat disuruh mengikuti gerakan-gerakan Rasulullah saat berhaji. Salah satu dakwah dengan aksi nyata adalah dakwah lewat penguatan ekonomi masyarakat guna mampu mengentaskan kemiskinan.

## **1. Konsep dan Metode Ekonomi Umat**

Islam pada dasarnya adalah agama yang memberikan keselamatan dan kedamaian kepada pemeluknya, termasuk dalam hal kebutuhan fisik. Ekonomi dalam pandangan Islam hanyalah sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi di sisi Tuhan-Nya. Dalam pencapaian tersebut, nantinya akan diperoleh sebuah kemajuan dan kebahagiaan yang bersifat materi. Islam selalu mengarkan kepada umatnya untuk menjalankan perekonomian secara baik dan teratur. Konsep ekonomi Islam jauh dari sisi keserakahan dan merugikan orang lain. Justru dengan adanya sarana ekonomi, umat akan menjadi lebih bermoral dan saling menguntungkan satu sama lain.<sup>13</sup> Ekonomi menjadi salah satu faktor terpenting dalam pembangunan umat, tinggi rendahnya moral dan maju tidaknya sebuah wilayah tergantung pada kemajuan dari segi ekonomi. Setidaknya ada lima hal yang menjadi pedoman untuk membangun umat, yaitu:

### *a) Sistem Ekonomi Islam*

Seperti halnya yang telah dipaparkan oleh salah satu tokoh ekonomi Jaques Auestervi dalam bukunya yang berjudul *Economic Development* bahwa, sistem ekonomi Barat atau Eropa sejalan dengan kesadaran berfikir Islam. Hal itu terdapat pada sisi sistem ekonomi Islam yang menjunjung tinggi nilai aqidah dan moral. Sehingga mampu mendongkrak dan mendorong umat dari keterbelakangan ekonomi.<sup>14</sup>

### *b) Membangun Semangat Wirausaha*

Dalam membangun ekonomi umat, salah satu jalan yang dapat ditempuh adalah dengan cara berwirausaha. Dengan berwirausaha umat akan sadar dan menyadari bahwasanya, wujud dari usaha adalah ketekunan, kesabaran, dan kesungguhan. Sehingga ketika umat diajarkan untuk berwira-usaha, diharapkan nantinya akan

---

<sup>13</sup> Jamaluddin, "Islam dan Pembangunan Ekonomi Umat", *Jurnal Islam Futura* 6, no. 2, (2007), 3-4.

<sup>14</sup> Ash Shadr Syahid Muhammad Baqir, *Keunggulan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Zahra, 2002), 33.

mampu berdiri sendiri dan mandiri dalam memenuhi kebutuhannya.<sup>15</sup>

*c) Persatuan Umat*

Persatuan umat dalam hal ini, lebih terfokus pada saling kerjasama di bidang bisnis, istilah lain dari persatuan umat adalah jaringan (*net-working*). Ketika jaringan (*net-working*) sudah terbangun dengan baik, maka kekhawatiran akan mengalami stagnasi dalam bisnis juga akan berkurang. Dengan kata lain, mengembangkan jaringan (*networking*) seluas-luasnya akan berdampak pada majunya suatu bisnis atau usaha.<sup>16</sup>

*d) Kebijakan Penguasa atau Pemerintah*

Salah satu faktor yang terpenting dalam membangun ekonomi umat adalah kebijakan yang dibuat oleh penguasa atau pemerintah. Karena penguasa atau pemerintah lah yang mempunyai kekuatan politis dan ekonomis. Dari kekuatan tersebut, kebijakan apapun yang dikeluarkan penguasa atau pemerintah harus sesuai dengan syari'at Islam dan untuk kepentingan umat, bukan untuk kepentingan pribadi.<sup>17</sup>

*e) Penyadaran dan Pengelolaanya*

Dalam hal pembangunan ekonomi umat, penyadaran dan pengelolaanya termasuk dalam faktor terpenting. Misalnya saja dalam hal Zakat. Dengan adanya kesadaran bersama untuk menyisihkan sebagian harta untuk berzakat, diiringi dengan pengelolaan yang baik dan teratur oleh pengelola zakat, persoalan mengenai ekonomi umat yang kekurangan akan mudah teratasi. Begitu juga apabila kesadaran akan petingnya zakat dan pengelolaan oleh pemerintah atau organisasi tertentu sudah terjadi, manfaat yang

---

<sup>15</sup> Jamaluddin, "Islam dan Pembangunan Ekonomi Umat", *Jurnal Islam Futura*6, no. 2, (2007), 7.

<sup>16</sup> Adi Sasono, *Solusi Atas Problematika Umat*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 74-75.

<sup>17</sup> Adi Sasono, *Solusi.....*, 73.

akan kentara adalah berkurangnya masyarakat yang termasuk dalam kategori “miskin/kekurangan”.<sup>18</sup>

Secara oprasional, dakwah dan wawasan tentang perekonomian Islam harus dilaksanakan dengan visi yang jelas. Tidakkan konkret dalam menyelesaikan problem-problem masyarakat harus menjadi prioritas. Istilah yang populer *Lisanul hal afshahu min lisanil maqal* (serangkaian aksi yang secara langsung membawa perbaikan kualitas akan jauh lebih baik dibanding sebatas ucapan atau wejangan).<sup>19</sup> Namun demikian, bukan berarti nasehat dan wejangan tidak berarti dalam dakwah. Secara kultural, model seperti ini sangat sesuai dengan kondisi masyarakat, tetapi harus diingat jika pemanfaatannya berlebihan tanpa dibarengi dengan tindakan atau aksi nyata, maka pemecahan problem masyarakat tidak akan pernah bisa tercapai.

## **2. Peran GP Ansor Banyumas dalam penguatan ekonomi umat**

Perlu diketahui, di kabupaten Banyumas sendiri mempunyai jumlah sumber daya yang besar dalam faktor produksi. Jumlah penduduk yang besar jika diimbangi dengan kualitas yang tinggi akan menjadi modal dasar dalam pembangunan perekonomian masyarakat. Keberadaan Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat di Banyumas. Membangun ekonomi umat melalui UMK merupakan strategi nyata untuk meningkatkan kesejahteraan sekaligus pemerataan pendapatan. Analisis Hasil Listing terakhir sensus ekonomi (SE) Banyumas oleh Badan Pusat Statistik (BPS) terkait potensi ekonomi kabupaten Banyumas, menunjukkan bahwa mayoritas pekerja di Banyumas berpendidikan rendah yang didominasi oleh lulusan SD. Dan pengangguran tertinggi justru berada pada kelompok pendidikan menengah, yaitu SLTP dan SLTA. Kondisi ini sangat rentan terhadap meningkatnya angka

---

<sup>18</sup> Jamaluddin, “Islam dan Pembangunan Ekonomi Umat”, *Jurnal Islam Futura*6, no. 2, (2007), 9.

<sup>19</sup> Soetandyo Wignyosubroto, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Askara, 2005), 30.

kemiskinan dan jumlah pengangguran sebagai akibat dari tidak tertampungnya tenaga kerja yang tersedia.<sup>20</sup>

Sebagai organisasi kepemudaan yang bergerak di penguatan ekonomi mandiri, Gerakan Pemuda Ansor Banyumas melakukan berbagai *concern* terkait pembuatan lapangan kerja lewat UMK di hampir setiap kecamatan. Yang nantinya para kader Ansor Banyumas akan bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk melaksanakan gerakan ekonomi mandiri lewat usaha-usaha mikro yang dikelola agar pengangguran dan kesenjangan ekonomi di Banyumas bisa teratasi.

Sahabat M. Ulin Nuha selaku Wakil Ketua Bidang Perekonomian dalam wawancaranya mengatakan bahwa, *“GP Ansor Banyumas selaku organisasi sosial keagamaan, dimana keberlanjutan aktifitas keagamaan akan berlangsung baik jika kualitas sosial masyarakatnya terpenuhi dengan baik. Sebab dalam organisasi, para anggota tidak hanya dibutuhkan secara fisik saja, tapi adakalanya dibutuhkan kesiapan materi. Gerakan dakwah bil hal GP Ansor Banyumas akan sering terhambat jika para kadernya masih kesulitan dalam hal perekonomian kader itu sendiri.”* Bahkan ia juga menambahkan bahwa segala aktifitas perekonomian yang dirintis oleh Ansor Banyumas tidak semata-mata untuk kepentingan organisasi dan anggota semata, tetapi Ansor Banyumas juga menampung masyarakat umum untuk ikut berpartisipasi bahkan bisa menjadi mata pencaharian mereka. Sahabat Ulin Nuha juga tidak mempermasalahkan jika organisasi hanya mendapatkan keuntungan sedikit, justru peningkatan perekonomian kader dan terlebih masyarakat adalah esensi dari berbagai gerakan yang dilakukan oleh Ansor Banyumas itu sendiri. Bentuk Dakwah bil Hal yang sudah dilakukan oleh Gerakan Pemuda Ansor dalam penguatan perekonomian umat adalah:

---

<sup>20</sup> Badan Pusat Statistik (BPS) Banyumas, *Potensi ekonomi Kabupaten Banyumas*, (Banyumas: Sensus Ekonomi (SE), 2016)

*a) Kietapay*

Kietapay adalah aplikasi jual beli dan pembayaran online. Ini adalah rintisan dari GP Ansor untuk mempermudah masyarakat dalam jual beli dan pembayaran, mulai dari pembayaran listrik, PDAM, jual beli pulsa, top up game, hingga e-tol. Program ini di kordinir oleh dua hingga lima orang kader Ansor dalam setiap satu kecamatan. Sahabat Ulin Nuha mengatakan, *“aplikasi ini sudah memiliki 58 titik pembayaran. Yang pada awalnya kita menawarkan door to door, dari rumah ke rumah, hingga promosi disetiap kegiatan Ansor baik di kecamatan hingga ranting atau desa. Hingga sampai sekarang banyak masyarakat bahkan diluar Ansor yang ikut mengembangkan perekonomiannya lewat Kietapay.”* Sasaran mulai Kietapay bukan hanya pembayaran urusan terkait rumah tangga, seperti tagihan listrik, air, pulsa. Tetapi juga menyasar kalangan milenial atau anak-anak muda yang hobby bermain game online, dengan menyediakan fasilitas Top Up Game atau seperti pembayaran diamond bulanan terkait game online.

Manfaat Kietapay pada masyarakat yaitu: (1) Pelanggan dapat membayar rekening tagihannya dimana saja, dikarenakan banyak outlet pembayaran di setiap kecamatan di Banyumas, tanpa harus datang antre seperti yang dilakukan dalam pembayaran bank-bank pada umumnya, (2) Pembayaran dapat dengan cara apapun, hanya modal konektivitas internet, bahkan jika kesulitan bisa lewat kader-kader Ansor di desanya masing-masing, (3) Pembayaran tagihan bisa dilakukan kapan saja selama 24 jam non stop, yang artinya tidak ada keharusan hanya bisa membayar di jam kerja saja, (4) Masyarakat disetiap desa-desa di Banyumas, bisa membuka peluang bisnis baru melalui aplikasi kietapay. Setiap warga masyarakat memiliki kesempatan yang sama (bukan hanya untuk kader Ansor saja) membuka usaha ini dirumah masing-masing.

Jelas sekali hadirnya Kietapay telah membuka lapangan kerja baru dan menggerakkan ekonomi masyarakat, juga sekaligus memanfaatkan teknologi dan insfrastuktur telekomunikasi hingga ke pelosok desa. Dan yang menarik, untuk pendaftaran awal membuat

akun Kietapay hanya bermodal e-mail, alias gratis tanpa biaya sepeserpun.

*b) Madu Sorban*

Bentuk usaha produksi mandiri dari Ansor Banyumas dalam bentuk prodak madu yang diberi nama Madu Sorban. Usaha ini mulai dirintis oleh GP Ansor Banyumas pada tahun 2019. Sorban sendiri adalah istilah singkatan dari Ansor-Banser. Banser (Barisan Ansor Serbaguna) adalah badan semi otonom dari Ansor itu sendiri. Sahabat Muhammad Luqman mengatakan, “Madu Sorban awalnya usaha pribadi milik kader Ansor. Seiring berjalannya waktu, mulai tergugah untuk bekerjasama dengan organisasi Ansor dikarenakan melihat beberapa kader Ansor di Banyumas yang loyalitas pada organisasinya sangat militan, tetapi sering terkendala dengan perekonomiannya. Ini sangat sangat disayangkan, jika para kader yg loyalis memilih vakum dari organisasi hanya dikarenakan faktor ekonomi. Disinilah rasa kekeluargaan dalam organisasi Ansor dihadirkan, untuk saling bergandengan tangan membantu para kader yang ekonominya lemah. Program ini lalu kita tawarkan disetiap acara Ansor baik di tingkat kecamatan hingga ranting atau desa.”

Pada proses promosi, awalnya hanya segelintir kader Ansor yang tertarik. Wajar saja karena banyak yang belum mengetahui jelas keuntungan atau profit yang nanti akan mereka dapatkan. Tetapi dari Pimpinan Cabang terus bergerilya mewarkan produk ini, hingga sekarang mencapai 60 orang yang mau bergabung dengan Madu Sorban. Meyoritas diantara mereka adalah kader yang tidak memiliki pekerjaan dan buruh harian yang tidak tentu penghasilannya. Jumlah ini juga diprediski akan naik drastis di awal tahun depan dikarenakan meningkatnya lagi pandemi covid di Banyummas, atau sering disebut Covid gelombang dua, yang mengakibatkan banyak kader Ansor yang kerjanya harian dirumahkan kembali.

Sistem kerjanya, adalah para kader Ansor sebagai distributor madu, artinya mereka tidak dibebani modal awal. Mereka hanya dibebai tenaga untuk berkeliling ke kios-kios dan apotek untuk

mendistribusikan madu sorban ini. Harga jual mereka kisaran 150.000 sampai 250.000 per botol menyesuaikan kualitas madu. Terkait harga asli dari produsen, penulis tidak elok menjabarkan ditulisan ini, dikarenakan ini adalah *urusan dapur* mereka, ditakutkan nanti para pembaca malah membeli langsung dari produsen dan meninggalkan distributor-distributor yang sudah berjalan. Tetapi untuk ukuran pekerja harian, keuntungan yang didapat dari penjualan perbotol sudah lumayan tinggi. Sahabat Muhammad Luqman mengatakan, omset penjualan rata-rata perbulan total mencapai 500-1000 botol. Dengan jumlah distributor 60 orang saja, sudah bisa dihitung keuntungan yang mereka dapat tiap bulannya.

Sahabat Muhammad Luqman mengatakan, “Penguatan ideologi aswaja tidak bisa hanya mengandalkan doktrin agama semata. Banyak ahli agama yang memilih menjual agamanya untuk kepentingan perut. Untuk itu, GP Ansor Banyumas melalui berbagai program perekonomian umat ini adalah sebagai bentuk alternatif penguatan ideologi. Ketika perekonomian kader kuat, maka loyalitas dan militansi ideologinya akan tidak mudah digoyahkan, apalagi untuk kepentingan ‘perut’ semata.

### *c) Peternakan Kambing, Bebek, dan Ikan*

GP Ansor Banyumas memiliki unit usaha kader berupa peternakan yang dikelola para kader Ansor mulai dari peternakan bebek di kecamatan Tambak, peternakan kambing di kecamatan Kedungbanteng, hingga peternakan ikan lele dan mujair dikecamatan Karanglewas. Namun peneliti hanya ingin mencantumkan salah satu dari usaha-usaha tersebut yang sangat berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat.

Peternakan bebek di kecamatan Tambak dirintis oleh GP Ansor di kecamatan tambak mulai tahun 2018. Berawal dari hanya puluhan ekor bebek, hingga sekarang mencapai jumlah 5000 ekor. Hal ini dimotivasi oleh kondisi wilayah di kecamatan tambak yang menjadi jalur lintas provinsi dan memiliki beberapa rest area atau tempat transit para pengendara motor, mobil hingga bus pariwisata yang

melintas 24 jam penuh. Di wilayah tersebut juga memiliki stasiun kereta api yang meskipun kecil tetapi menjadi stasiun transit pemberangkatan kereta api bisnis dan eksekutif seperti Argo dwipangga dan kereta lainnya, khususnya untuk jurusan Bandung dan Jakarta.

Untuk itu kader GP Ansor Banyumas berinisiatif membuat unit usaha ini yang menysasar pada warung-warung makan di sepanjang jalan area kecamatan tambak untuk menyediakan makanan khas berupa sate bebek. Modal awal dari organsisasi, berupa biaya awal pembelian minthi hingga sarana prasarana yang dibutuhkan dalam berternak bebek. Hal ini selaras dengan prinsip teguh ketua GP Ansor Banyumas, A. Zaenudin Masdar yang mengatakan, *“GP Ansor Banyumas jangan suka membebani materi kepada kader-kadernya, mereka sudah cukup berkorban tenaga dan pikirannya. Justru Ansor sebisa mungkin hadir untuk membantu perekonomian kader-kadernya yang masih lemah.”*

Kenapa memilih budidaya ternak bebek, Sahabat Ulin Nuha mengatakan setidaknya karena beberapa hal sebagai berikut: (1) Budidaya ternak bebek pedaging lebih mudah tahapannya dibanding bebek petelur, (2) Masa pertumbuhan bebek yang cepat, hanya butuh sekitar 40 hari, (3) Modal awal usaha tidak membutuhkan dana yang besar, (4) Bagian lain dari daging bebek pun masih bisa dijual

Penggarapan awal dilakukan oleh kader-kader Ansor sendiri, hingga terus berkembang sampai hampir mampu mendistribusikan di warung-warung makan sepanjang jalan kecamatan Tambak. Per tahun 2020 lebih dari 40 titik warung makan yang menyediakan makanan khas sate bebek di sepanjang jalan lintas provinsi tersebut. Sampai bulan terakhir peneliti mewawancara para pelaku usaha, mereka mengatakan omset yang didapatkan dari usaha ini sudah mencapai 60 juta tiap bulannya. Bagi Sahabat Ulin Nuha, pemilihan wilayah yang potensial dan strategis menjadi landasan yang kuat berjalannya usaha budidaya sekaligus distribusi daging bebek ini. Tetapi *controlling* rutin dari pengurus cabang ke bawah (PC ke PAC)

juga sangat berdampak pada efektifitas sekaligus *problem solving* terlaksananya program ini.

*d) Air Minum You and Me*

Penulis tidak mencantumkan banyak point di program ini, dikarenakan Air minum You and Me baru dirintis di tahun 2020 ini. Tetapi meskipun baru, tetapi apabila program ini diseriusi khususnya bagi kader Ansor yang memiliki banyak komunitas di daerahnya, maka keuntungan yang lumayan akan didapatnya. Ini juga sebagai bentuk media promosi untuk semua masyarakat khususnya kader Ansor Banyumas yang membaca penelitian ini.

Sistem kerjanya adalah para kader yang mau bergabung akan menjadi distributor dengan sistem upah. Nantinya, para distributor mendapatkan keuntungan 20-25 persen dari setiap dus penjualan. Sahabat Ulin Nuha dalam wawancaranya mengatakan, "Kita sudah menempatkan kordinator distributor di 20 titik kecamatan di Banyumas. Yang nantinya para kader Ansor yang berkeinginan menjadi distributor, tidak perlu jauh-jauh mengambil barang dagangan tersebut. Para kader Ansor hanya tinggal mencari event-event seperti hajatan, pernikahan, atau pengajian-pengajian di desa masing-masing. Selanjutnya menghubungi kordinator di kecamatannya untuk mengirimkan jumlah dus yang dibutuhkan. Dengan nilai jual Rp 20.000 per dusnya. Hal ini selain memudahkan cara kerjanya, juga tidak terlalu mengganggu aktifitas para kadernya dalam menjalankan roda organisasi." Sementara dikesempatan lain, sahabat Ulin Nuha juga mengatakan omset diawal rintisan program ini mencapai lebih dari 500 dus setiap bulannya. Untuk itu berbagai macam promosi juga semakin digencarkan. Sasaran selajutnya, bukan hanya event insidental, tetapi harus masuk ke instansi-instansi pemerintahan secara reguler. Ini juga terbuka untuk masyarakat umum yang ingin menjadi distributor air minum kemasan ini, juga secara tidak langsung saat masyarakat umum ikut bekerjasama, maka lahan pengkaderan Ansor juga semakin luas.

Program pemberdayaan ekonomi ini senada dengan yang disampaikan oleh Wakil ketua bidang Organisasi GP Ansor

Banyumas, yaitu Sahabat Muhammad Luqman. Beliau mengatakan, *“Kemajuan peradaban Islam tidak hanya ditentukan dengan literasi dakwah saja, tetapi juga kemajuan dan kemandirian ekonomi masyarakatnya. Dan disinilah Ansor mengambil sikap untuk mengembangkan organisasi lewat roda ekonomi.”* Sahabat Muhammad Luqman juga mengutip pendapatnya Syekh Abil Hasan Asy-syadzili bahwa *“Zuhud bukan meninggalkan dunia, tetapi tetap mencari harta di dunia untuk bisa mentasyarufkannya untuk kepentingan agama dan menopang jalannya nilai-nilai keislaman dalam masyarakat.”*

### **3. Manajemen Program Ekonomi GP Ansor Banyumas**

Dari beberapa pemilihan program diatas, ada setidaknya tiga hal yang bisa diperoleh manfaat dari GP Ansor Banyumas, ketika hendak melakukan program ekonomi melalui roda organisasi: *Pertama*, Permodalan awal kuat dan dimulai dari organisasi itu sendiri. *Kedua*, pemilihan potensi wilayah yang strategis. *Ketiga*, menjalin kerjasama dengan pengusaha yang sudah berkompeten. Semakin ringan modal awal masyarakat dalam memulai wirausaha, semakin mudah masyarakat bisa diajak ikut terlibat dalam program penguatan ekonomi oleh organisasi.

Sedangkan dalam memajemen berjalannya program ini, setidaknya ada 4 *point entry* strategi besar yang dilakukan oleh pimpinan GP Ansor Banyumas:

#### *a) Planning*

Aktifitas baik besar ataupun kecil sangat diharuskan adanya perencanaan. Dalam kaitannya dengan perekonomian, bila perencanaannya dilakukan dengan matang maka kegiatan ekonomi organisasi yang dilaksanakan akan berjalan secara teratur, terarah, serta memungkinkan tindakan-tindakan yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi. Dengan perencanaan yang matang, biasanya aktivitas tidak berjalan dengan baik, tidak jelas kemana arah dan target yang akan dicapai dari kegiatan tersebut.

*b) Organizing*

Tugas terlaksananya program ekonomi dalam organisasi tidak bisa dilakukan seorang diri, oleh karenanya diperlukan pembagian porsi tugas yang jelas. Perlu adanya pendelegasian wewenang dan penetapan serta penyusunan jalinan antar pimpinan dan anggota. Metode organizing sangat penting guna menghindari terjadinya penumpukan kerja, tumpang tindih porsi, apalagi kevakuman personil atau anggota dalam menjalankan aktivitasnya. Bila prinsip manajemen tidak dijalankan, maka akan terjadi mismanajemen yang diantaranya disebabkan karena belum ada struktur organisasi yang baik, tidak sesuai rencana dengan kemampuan, belum adanya keseragaman metode kerja yang baik dan belum adanya kesesuaian antara pemimpin dengan bawahan.<sup>21</sup> Oleh karena penempatan kordinator di beberapa titik kecamatan di Banyumas sangat mempengaruhi efektifitas program tersebut.

*c) Actualing*

Fungsi ini merupakan penentu manajemen kegiatan organisasi. Keberhasilan fungsi ini sangat ditentukan oleh kemampuan pimpinan GP Ansor Banyumas dalam menggerakkan para kadernya terkait perekonomian umat. Adapun langkah-langkah yang dilakukan Sahabat Ahmad Zaenudin Masdar selaku ketua GP Ansor Banyumas adalah memberikan motivasi, bimbingan, mengkoordinir, dan menjalin pengertian diantara anggota, serta selalu meningkatkan kemampuan dan keahlian anggotanya. Hal ini juga dicontohkan sendiri oleh Sahabat ketua, dengan dia berwirausaha sendiri di tempatnya, dengan membuka bisnis sate dan percetakan kaos.

*d) Controlling*

Controlling merupakan pengaman sekaligus pendinamis jalannya kegiatan perekonomian organisasi. Dengan fungsi ini, seseorang pemimpin bisa melakukan tindakan-tindakan antara lain: pertama, mencegah penyimpangan dalam pengelolaan program

---

<sup>21</sup> Awaludin Pimay, "Manajemen Dakwah", Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013, 11

perekonomian. Kedua, menghentikan kekeliruan dan penyimpangan yang berlangsung. Ketiga, mengusahakan pendekatan dan penyempurnaan. Secara psikologis kinerja, juga ada kegembiraan dan kebanggaan tersendiri saat kader-kader di bawah, dalam artian di kecamatan atau di desa, ketika kedatangan pimpinan organisasinya sendiri.

Prinsip dan Strategi tersebut menuntut kepemimpinan yang bervisi, tanggungjawab, dan penuh kejujuran sehingga planing dan aturan organisasi terkait perekonomian bisa tercapai sesuai rencana. Sahabat Ahmad Zaenudin Masdar mengatakan, "*seringkali pemimpin hanya sebatas pandai merumuskan rencana, tujuan dan target, tetapi lemah dalam pengimplementasiannya.*" Hal ini yang pelajari oleh beliau agar tidak terjadi kegagalan dalam mengatur roda organisasi Gerakan Pemuda Ansor Banyumas

## **F. Kesimpulan**

Dakwah merupakan ajakan kepada perubahan situasi masyarakat yang sebelumnya kurang baik menjadi lebih baik berdasarkan nilai-nilai yang diajarkan oleh agama. Dakwah bil hal merupakan bagian dari model dakwah yang menekankan pada wujud aksi nyata. Gerakan Pemuda Ansor Banyumas yang merupakan organisasi kepemudaan dibawah naungan Nahdlatul Ulama adalah salah satu juru dakwah dalam masyarakat, khususnya dalam pemberdayaan ekonomi umat. Ekonomi menjadi salah satu faktor terpenting dalam pembangunan umat, tinggi rendahnya moral dan maju tidaknya sebuah wilayah salah satunya tergantung pada kemajuan dari segi ekonomi. "Kemajuan peradaban islam tidak hanya ditentukan dengan literasi dakwah saja, tetapi juga kemajuan dan kemandirian ekonomi masyarakatnya. Urgensi dakwah dan penguatan ekonomi umat adalah sama, yaitu mampu melahirkan perubahan situasi atau keadaan sosial yang lebih baik dari sebelumnya. Dan disinilah GP Ansor mengambil sikap untuk ikut berkontribusi mengurangi kesenjangan ekonomi dan angka pengangguran di Banyumas, melalui gerakan pembuatan UKM di setiap kecamatan. Ada 4

program besar perekonomian GP Ansor Banyumas, yaitu Kietapay, Madu Sorban, Peternakan, Air Minum You and Me. Pengelolaan program ini diserahkan kepada kader Ansor di setiap kecamatan masing-masing dan berkolaborasi dengan masyarakat setempat, dengan memakai sistem profit dan gaji. Kemudian strategi yang dilakukan oleh GP Ansor Banyumas agar pelaksanaan program penguatan ekonomi umat tetap efektif adalah dengan 4 tahap, yaitu *Planning, Organizing, Actualing, dan Controlling*. Penguatan ideologi tidak hanya dengan doktrin agama semata, tetapi bisa juga melalui perekonomian yang kuat. Saat ekonomi para kader GP Ansor Kuat, maka tidak mudah digoyahkan ideologi aswajanya dan tidak mudah terprovokasi hanya untuk pemenuhan kebutuhan hidup.

## **Daftar Pustaka**

- Acep Aripudin, Mudhofir Abdullah. 2014. *Perbandingan Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Adi Fahrudin, 2009. *"Perberdayaan, Partisipasi & Penguatan Kapasitas Masyarakat"*, Bandung: Humaniora
- Aliyudin. 2016. *"Dakwah Bi Al-Hal Melalui Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat"*, *Jurnal ANIDA: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*15, no. 2
- Arsy, Yusuf. 2012. *"Gerakan Dakwah Islam Dalam Perspektif Kerukunan Umat Beragama"*, Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2016. *Potensi ekonomi Kabupaten Banyumas*, Banyumas: Sensus Ekonomi (SE)
- Harun Al-Rasyid, dkk, 1989. *Pedoman Pemebinaan Dakwah Bil-Hal*, Jakarta: Departemen Agama RI
- Iwan Setiawan, Asep, 2012. *"Dakwah Berbasis Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Mad'u"*, Bandung: Academic Journal for Homiletic Studies Vol 6. No.2
- Jamaluddin, 2007. *"Islam dan Pembangunan Ekonomi Umat"*, *Jurnal Islam Futura*6, no. 2

- Masdar, Mas'udi, 1987. *"Mukaddimah: Dakwah, Membela Kepentingan Siapa?"*, *Majalah Pesantren*4, no. 4 Jakarta: P3M
- Pimay, Awaludin. 2013. *"Manajemen Dakwah"*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sagir, Akhmad. 2015. *"Dakwah Bil-Hal: Prospek dan Tantangan Da'i"*, *Jurnal Ilmu Dakwah*14, no. 1
- Sasono, Adi, 1988, *Solusi Atas Problematika Umat*, Jakarta: Gema Insani Press
- Soetjipto, Wirosardjono. 1987. *"Dakwah: Potensi dalam Kesenjangan"*, *Majalah Pesantren*4, no. 4. Jakarta: P3M
- Syafi'i, Agus Ahmad dan Nani Machendrawati. 2001. *"Pengembangan Masyarakat Islam"*, Jakarta: Rosdakarya
- Syahid, Muhammad Baqir, 2002. *Keunggulan Ekonomi Islam*, Jakarta: Pustaka Zahra
- Wignyosubroto, Soetandyo. 2005. *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Askara