



Volume 15 No. 1 Juli 2024

Page 129-141

Received: 15-11-2022
Revised Received: 03-12-2023

Accepted: 30-06-2024
Online Available: 31-07-2024

**DAKWAH *BIL HAAL* MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL
PADA ERA GLOBALISASI
(Studi Kasus di Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga)**

***DA'WAH BIL HAAL THROUGH SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP IN THE ERA OF GLOBALIZATION
(A Case Study at Bassmart Hati Beriman Foundation
in Salatiga)***

Sri Rokhmiyati^{1,a)} dan Lulut Rahmawati²⁾

¹ Prodi Manajemen Dakwah, UIN Salatiga

Jl. Lingkar Selatan KM 2 Pulutan, Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah 50721, Indonesia

² Prodi Manajemen Dakwah, UIN Salatiga

Jl. Lingkar Selatan KM 2 Pulutan, Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah 50721, Indonesia

^{a)} *e-mail: rohmyabieta79@gmail.com*

^{b)} *e-mail: lulutrahma181@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep dan metamorfosa dalam pelaksanaan dakwah *bil haal* melalui kewirausahaan sosial pada era globalisasi di Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kualitatif dengan teknik analisis data secara deskriptif. Adapun instrumen data yang digunakan berupa data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data secara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang didapat ialah konsep yang diterapkan dalam Bassmart yaitu 10% laba penjualan untuk keberlangsungan dakwah sehingga konsumen secara tidak langsung telah berpatisipasi dalam dakwah melalui kewirausahaan. Penelitian ini



membuktikan bahwa dakwah bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman dengan mengalami transformasi melalui kewirausahaan sosial. Temuan dari penelitian ini mendukung disiplin keilmuan manajemen dakwah karena aktivitas dakwah di era globalisasi tetap bisa dilaksanakan walaupun tidak hanya secara tradisional konvensional.

Kata Kunci: Dakwah *Bil Haal*; Era Globalisasi; Kewirausahaan Sosial

ABSTRACT

This study aims to determine the concept and metamorphosis in the implementation of da'wah bil haal through social entrepreneurship in the era of globalization at Bassmart Hati Beriman Foundation in Salatiga. The type of research used is qualitative research with descriptive data analysis techniques. The data instruments used are primary and secondary data with data collection methods by interviews, observations, and documentation. The research results obtained are the concept applied in Bassmart, namely 10% of sales profit for the sustainability of da'wah so that consumers indirectly participate in da'wah through entrepreneurship. This research proves that da'wah can adapt to the development of era by experiencing transformation through social entrepreneurship. The findings of this study support the scientific discipline of da'wah management because da'wah activities in the era of globalization can still be carried out although they are not only in conventional ways.

Keywords: Da'wah Bil Haal; Globalization Era; Social Entrepreneurship

1. Pendahuluan

Dakwah merupakan gerakan sosial menuju pada tatanan transformasi global. Kegiatan dakwah dari sebagian orang memiliki persepsi sebagai kegiatan ceramah yang monoton bahkan membosankan. Padahal belum tentu yang lontarkan oleh beberapa pihak itu memiliki unsur kebenaran. Dakwah sering dikaitkan dengan konteks Islam yang bertujuan agar *mad'u* atau penerima pesan dakwah kembali dan mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Dakwah menjadi kegiatan yang mendorong pembaharuan secara kontinu baik dari segi *content*, metode, strategi, ataupun kualifikasi pelakunya (Ghafur

2014). Adanya dinamika sasaran dakwah dan kondisi sosial yang berkembang menuntut variasi perubahan. Pembaharuan sebagai alternatif menggali format dakwah yang kontekstual dan relevan. Perjalanan dakwah pada era globalisasi sejatinya telah memberikan *content*, bukan sekedar secara tradisional konvensional, namun lebih modern melalui pemanfaatan informasi teknologi, sehingga memperoleh jangkauan dakwah lebih luas, melintas batas dengan *content* yang relevan dengan tantangan dan keperluan masyarakat yang penuh kedalaman dan kompleks meskipun memiliki nuansa aplikatif.

Dakwah *bil haal* yang sudah diperoleh masyarakat pada esensinya

merupakan keseluruhan upaya pengembangan masyarakat dalam rangka mewujudkan tatanan sosial ekonomi dan kebudayaan menurut ajaran Islam (AB 2013). Sejalan dengan itu, sasaran dakwah *bil haal* adalah masyarakat dalam arti keseluruhan serta permasalahan yang terstruktur dan sistematis secara sosial (Rokhmiyati 2021).

Generasi abad 20-an yang erat kaitannya dengan globalisasi sudah menghadirkan berbagai implikasi baik positif ataupun negatif disetiap celah kehidupan yang ditandai melalui pertumbuhan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, menjamurnya pasar modern yang dikenal dengan supermarket.

Era globalisasi mampu mengubah gaya kehidupan setiap manusia. Ketergantungan dengan hasil kemajuan IPTEK. Seperti kemajuan alat komunikasi *handphone*, selain untuk berkomunikasi terdapat fitur-fitur tambahan yang digunakan oleh pengguna alat komunikasi tersebut.

Di sisi lain, masih banyak pula orang yang bisa memanfaatkan alat komunikasi secara bijak dengan menggunakan fasilitas untuk dakwah salah satunya melalui *share* nasehat yang diposting pada akun yang bertujuan untuk kepentingan bersama. Sehingga dengan

adanya media sosial tetap bisa belajar keilmuan Islam.

Bagian dari inovasi dalam kegiatan dakwah, yakni dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK di era globalisasi. Dengan banyak orang yang menggunakan *handphone* pesan dakwah dapat disampaikan dan menumbuhkan kreativitas yang mengurangi rasa bosan. Selain hal tersebut dakwah pada era globalisasi bisa diselipkan suatu kegiatan kewirausahaan. Dengan melakukan pendekatan terhadap pasar modern atau supermarket dan sistem *delivery order*. Peluang itu jangan sampai disia-siakan, sebab realita pada masyarakat dakwah di era globalisasi dilakukan dengan ragam cara, salah satunya melalui kegiatan kewirausahaan.

Agama sekarang dibenturkan pada tantangan dan persoalan yang sebelumnya tidak ditemui, baik dari dalam ataupun luar yang memerlukan fokus tersendiri guna merespon. Maka harus merumuskan dakwah baru di tengah masyarakat diantaranya melalui *entrepreneurship* sosial (Rokhmiyati 2018).

Dakwah harus diatur dan dikelola melalui metode yang sesuai. Dakwah harus tampil secara faktual, aktual, dan kontekstual. Aktual bermakna menyelesaikan permasalahan kekinian di pusaran masyarakat. Faktual artinya nyata dan kongkrit, serta kontekstual dalam

makna relevan dan terkait persoalan yang sedang dialami oleh masyarakat (Aliyudin 2010)

Maka dalam penelitian ini dirumuskan bagaimana konsep dakwah *bil haal* melalui kewirausahaan sosial pada era globalisasi dengan objek penelitian di Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga. Dalam Bassmart ini dikategorikan sebagai kegiatan wirausaha bidang sosial yang berada di bawah naungan Yayasan Hati Beriman Salatiga. Selain hal itu kewirausahaan sosial ini memasukkan nilai-nilai dakwah *bil haal* di dalamnya.

2. Metodologi Penelitian

Kajian dalam penelitian ini berjenis kualitatif yang hasil penelitian disajikan secara deskriptif atas susunan kata dari orang dan tingkah laku yang diamati oleh peneliti (Siyoto and Sodik 2015). Populasi penelitian diambil dari lingkungan di Kota Salatiga dan sekitarnya. Adapun penelitian kualitatif menekankan pada kekayaan dan kredibilitas informasi bukan pada keterwakilan (Raco 2010), maka penelitian ini hanya mengambil beberapa partisipan sebagai informan utama yaitu pihak *marketing* dan pelanggan dari Bassmart.

Analisa data adalah usaha menggali dan mengatur secara sistematis pencatatan hasil observasi, wawancara dan lainnya guna menambah pengetahuan peneliti

mengenai kasus yang disajikan dan diteliti menjadi *novelty* untuk orang lainnya (Moleong 1999). Peneliti melakukan observasi terjun langsung ke lapangan dengan mengobservasi dan mencatat informasi secara obyektif. Teknik wawancara dilakukan antara narasumber dengan peneliti secara langsung dari tempat penelitian. Adapun teknik dokumentasi dilakukan oleh peneliti dengan melalui studi kepustakaan ataupun dokumen yang terkait dengan tempat riset (Gulo 2002), yaitu Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga.

Sumber data dalam riset ini mencakup sumber data primer dan sekunder. Sumber data ialah subyek dari mana data dihasilkan atau suatu yang bisa memberi informasi kala diperlukan dalam riset (Arikunto 2002). Setelah memperoleh semua data terkait dengan penelitian, peneliti mengolah data tersebut dengan cara analisis data secara deskriptif. Penulisan data secara deskriptif dalam penelitian ialah peneliti menuliskannya secara untaian atau narasi bukan dalam bentuk angka yang dengan analisis ini diperlukan ketajaman fokus dari peneliti.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan dakwah diungkapkan berproses dengan efisien apabila yang menjadi tujuan benar bisa diraih. Strategi

yang ditunjang dengan cara yang tepat dan implementasi program yang akurat, akan menciptakan kegiatan dakwah menjadi matang dan orientasi terang dengan tujuan yang sudah direncanakan. Maka butuh suatu metode yang sistematis dalam mentransfer pesan ataupun materi dakwah terhadap *mad'u*.

Kegiatan dakwah membangun keadaan umat Islam yang baik dalam bentuk personal ataupun kelompok menjadi komunitas masyarakat. Walaupun tugas dai sekedar untuk menyampaikan sedang hasil akhir dari aktivitas dakwah itu dikembalikan seutuhnya kepada Allah Swt, namun tindakan itu tidak mengabaikan *planing, actuating, dan evaluating* dari kegiatan dakwah yang dilakukan.

Konsep dakwah *bil haal* adalah upaya mentransfer ajaran Islam pada umat baik individu ataupun komunitas melalui metode menyelesaikan persoalan yang dialami umat (Suisyanto 2002). Problem itu sebagai persoalan kehidupan umat, upaya penyelesaian permasalahan itu berawal dari akar persoalan, yang endingnya umat itu sendiri yang menemukan penyelesaian melalui *basic* kesadaran, sumber daya yang dicari, diorganisir dan dimobilisasi guna melengkapi keperluan. Dakwah sebagai upaya membentuk insan sepenuhnya baik jasmani dan rohani. Jasmani melahirkan

perilaku sebenarnya dalam pembangunan dan rohani memunculkan kesadaran untuk membangun. Hal ini menjadikan fasilitator dalam implementasi pembangunan tersebut, pembuka pintu pembangunan yang hendak menimbulkan perubahan yang dilaksanakan umat, sebab dakwah bersifat perubahan (*taghyir*) yang tumbuh dari, oleh, dan untuk umat.

Dakwah dalam Islam sering disampaikan melalui metode dakwah yang kurang sesuai. Islam dianggap menjadi agama yang tidak simpatik, kendala perkembangan, bahkan tidak rasional. Sesuatu yang biasa tetapi dengan sentuhan metode yang tepat menjadi luar biasa. Dakwah membutuhkan cara supaya mudah dipahami oleh mitra dakwah. Cara yang dipilih harus benar, supaya Islam bisa diterima dengan benar dan memperoleh pencitraan yang benar pula (Aziz 2004).

Di era globalisasi, dakwah *bil haal* dapat dilakukan melalui beberapa macam, tidak hanya melalui mimbar saja akan tetapi bisa disesuaikan dengan perkembangan zaman (Slamet 2022). Pada studi kasus di Bassmart yang merupakan salah satu lembaga naungan dari Yayasan Hati Beriman Salatiga berusaha menerapkan konsep dakwah *bil haal* melalui kegiatan wirausaha sosial. Mengenal zaman globalisasi yang kaitannya erat dengan adanya perkembangan IPTEK dan

berbagai budaya sarana prasarana, seperti halnya pasar yang dahulu terjadi karena adanya pembeli dan penjual yang langsung bertemu di sebuah tempat yang dinamakan pasar tersebut, Globalisasi berdampak dalam dunia dakwah cukup terasa terpaan yang menimpa, sebab melalui kesadaran bahwanya dakwah menjadi keharusan seluruh umat Islam, terlebih yang sudah mempunyai pemahaman agama Islam (Sagir 2015). Era globalisasi sebagian besar pasar yang dulunya tradisional lama kelamaan sudah diubah menjadi *mart* yang menggunakan salah satunya system *delivery order* dimana pembeli tidak harus datang langsung dan cukup memesan lewat alat komunikasi dan barang akan datang kepada pembeli.

Ada upaya dakwah bil haal melalui media digital online yang dilakukan oleh Bassmart berupa aktivitas yang menuntut pembaharuan secara terus-menerus baik dari sisi *content*, cara, strategi, dan atau metodenya maupun kualifikasi pelakunya. Hal ini karena adanya dinamika sasaran dakwah dan lingkungan social yang terus berubah yang menuntut selalu adanya pembaharuan. Dalam rangka mencari format yang relevan dan kontekstual dalam dakwah. Gerakan dakwah di era global sejatinya menyuguhkan *content*, bukan hanya secara konvensional tradisional, tapi secara modern dengan menggunakan IT,

sehingga menjangkau sasaran dakwah yang luas, melintas batas dengan isi yang sesuai dengan kebutuhan dan tantangan masyarakat baru yang kompleks dan dengan penuh kedalaman, meski bernuansa praktis dengan menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari. Pengaruh teknologi digital yang dapat mengakibatkan perubahan dalam kehidupan manusia salah satu contohnya adalah perubahan dalam hal keagamaan. Sebelum merebaknya teknologi digital, cara beragama masyarakat dalam melakukan kajian ilmu agama dengan belajar langsung pada kiyai atau dengan mengunjungi pengajian suatu majlis ta'lim (Rosmalina 2022). Namun, dengan adanya kemajuan teknologi informasi terutama pada dunia digital seperti di zaman sekarang ini, sebagian masyarakat khususnya generasi milenial tidak lagi memperoleh ilmu agama dari guru atau kiyai melainkan dengan cara instan dan praktis dengan memanfaatkan situs-situs online dengan alasan lebih mudah diakses tanpa harus keluar rumah untuk mengunjungi tempat majlis ta'lim.

Pesatnya penyebaran Islam dengan dakwahnya di seluruh penjuru dunia, beriringan dengan perkembangan globalisasi dewasa ini. Globalisasi ditandai dengan mulai munculnya kemudahan akses interaksi dan komunikasi antar kelompok

masyarakat di berbagai belahan dunia (Sujati 2018). Dalam menyikapi masalah globalisasi, Islam membuat ajaran dan prinsip-prinsipnya yang global dan universal menjadi sebuah dasar pijakan bagi umat Islam yang kini tidak bisa dipisahkan dari arus globalisasi (Khotimah 2009). Dalam globalisasi, masjid merupakan tempat ibadah yang memiliki peran strategis untuk perkembangan peradaban umat Islam. Masjid sebagai pusat pendidikan, pengajian keagamaan, militer dan fungsi-fungsi sosial-ekonomi lainnya (Syamsudin and Hindasah 2019). Globalisasi ditandai dengan adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat. Maka pendidikan Islam dituntut mampu menciptakan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengarah pada nilai-nilai Islam. Masalahnya, saat ini pendidikan Islam masih harus terus berbenah untuk mengejar berbagai ketertinggalan dalam rendahnya peradaban (Mustakim 2013).

Setelah peneliti mengkaji dari beberapa kasus yang sudah ada dakwah dengan metode *bil haal* dalam era melalui kewirausahaan sosial, dibuktikan dengan Bassmart sebagai salah satu lembaga naungan di bawah YHBS yang memiliki visi mengembangkan dakwah Islam. Dakwah maupun aktifitas yang diperlihatkannya perlu untuk ditayangkan

atau disajikan disejumlah media. Sebagaimana yang disebutkan oleh Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss dalam teorinya bahwa adanya jenis media tertentu dapat mempengaruhi bagaimana seseorang berfikir dan merespon suatu hal. Media baru seperti dunia maya merupakan media yang lebih interaktif, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan berusaha untuk menyediakan sebuah tempat untuk berbagi pandangan secara luas (Foss 2019).

Sistem dakwah *bil haal* melalui kewirausahaan sosial di Bassmart YHBS, memiliki target market untuk umat Islam dan non Islam, namun sasaran utama adalah pendengar dari Radio Bassfm sendiri atau orang yang mengikuti program-program di YHBS sendiri, seperti AISHAH, GQT. Jadi Bassmart merupakan salah satu usaha untuk menopang Bassfm yang didirikan pada tahun 2009. Bassmart menyediakan berbagai kebutuhan pokok seperti kebutuhan primer sehari-hari (sembako), pakaian, dan lainnya, sebagai pembeda dengan warung yang lain adalah adanya obat-obatan herbal dan pakaian muslim serta buku-buku Islam. Ide muncul membuka usaha Bassmart adalah agar kebutuhan pokok bisa didapatkan dan kelebihanannya adalah umat Islam sendiri, maka keuntungan yang didapat dari usaha ini akan kembali lagi ke umat dan bisa

membantu keberlangsungan program-program dakwah di radio Bassfm.

Bassmart memiliki slogan yang khas yakni “Belanja Mudah Sambil Berdakwah”. Adapun maksud dari slogan tersebut adalah apabila seseorang berbelanja di Bassmart, maka secara otomatis telah ikut ambil bagian dari urusan dakwah di program YHBS ini. Keuntungan dari pendapatan Bassmart yang sudah dipotong operasionalnya, maka laba itu akan didonasikan untuk program-program dakwah yang ada di YHBS dan radio Bassfm seperti santunan anak yatim, tebar Al-Qur’an gratis yang biasa diadakan sebelum bulan Ramadhan.

Adapun sistem *delivery order* jika dihitung rata-rata dari setiap bulannya 75% berasal dari pelanggan dan 25% dari orang-orang sekitar yang lewat. Pelaksanaan dakwah *bil haal* melalui kewirausahaan sosial di Bassmart YHBS adalah bukan saingan dari market yang lebih besar yang ada di sebagian wilayah Kota Salatiga. Jika terdapat market yang besar, maka *Bassmart* sama-sama berusaha untuk menuju ke laba yang besar, akan tetapi caranya yang beda. Bassmart ini sudah memiliki pondasi yang kuat, yakni pondasi umat, jika jalannya sudah kuat dan lebar menggunakan pondasi umat.

Cultural studies sebagian besar memperhatikan ekonomi industri modern

dan *media culture*, yang berada di garis sistem kapitalis di mana representasi diproduksi oleh perusahaan yang dijalankan pada keuntungan untuk mencari laba. Dalam hal ini, *cultural studies* telah mengembangkan bentuk dari materialisme budaya yang berusaha menyelidiki bagaimana dan mengapa makna terbentuk dan ditentukan pada momen produksi (Barker 2004). Dari pengertian dan penjelasan mengenai *cultural studies* diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa *cultural studies* mengungkap beberapa aspek seperti ekonomi, politik maupun hubungan kekuasaan pada kebiasaan dan praktik budaya yang berkembang di suatu masyarakat.

Adapun kegiatan ini didukung komunitas kajian Islam, dengan mulai mengenalkan YHBS sendiri, kemudian radio Bassfm, dan Bassmart. Hal ini semua bisa menjadi wasilah dalam membantu menyukseskan dakwah melalui kewirausahaan.

Pelaksanaan dakwah yang disampaikan dapat sampai kepada sasaran dengan baik, walaupun tidak memberikan arti dan hasil yang signifikan, namun setidaknya ada usaha yang dilakukan untuk menyaingi perkembangan dunia teknologi tersebut, apalagi bila dilihat sajian yang ada dalam dunia internet baik dimedia sosial terkadang tidak memberikan edukasi dan ajakan kepada kebaikan, maka dakwah

perlu menjadi penyeimbang akan kondisi umat saat ini, persoalan yang muncul pasca perkembangan dunia teknologi secara global juga berdampak bagi berbagai lini kehidupan baik yang menyangkut aspek ekonomi, sosial, pendidikan, politik dan lain sebagainya (Sarkawi 2023).

Tanggapan dari pelanggan tentang dakwah *bil haal* melalui kewirausahaan sosial di Bassmart YHBS, diantaranya; YHBS mulai dikenal dari Radio Bassfm sejak 2015. Ustadz Ahmad adalah pendiri YHBS, program dakwahnya ada tahsin, ilmu kerumahtanggaan. Dakwah di YHBS cukup unik dengan cara yang berbeda, seperti membangun radio yang memiliki program-program Islam yang tersusun secara tertata. Guna menunjang program dibangun.

Harapan untuk dakwah melalui kewirausahaan di Bassmart YHBS banyak manfaat yang bisa dirasakan umat sekitar khususnya muslim di Kota Salatiga. Dengan adanya YHBS dan program-programnya diharapkan mampu mengukuhkan masyarakat Kota Salatiga sendiri khususnya terkait keislaman, sosial, keagamaan dan lainnya, karena terdapat kajian-kajian yang diadakan untuk masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan umat.

Dakwah *bil haal* berdasarkan buku Pedoman Dakwah (Al-Rasyid 1989), mencakup seluruh permasalahan yang

berkaitan dengan keperluan inti (*basic needs*) manusia, utamanya yang berhubungan dengan keperluan fisik material ekonomis, maka aktivitas dakwah *bil haal* lebih menitik beratkan terhadap perkembangan kehidupan dan penghidupan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik selaras tuntunan ajaran Islam.

Konsep dakwah *bil haal* adalah sebuah susunan atau strategi yang akan dicapai oleh seseorang ataupun lembaga tertentu sesuai dengan tujuan orang atau lembaga tersebut. Dalam sistem yang berada di Yayasan Hati Beriman Salatiga yang visi utamanya adalah sebagai lembaga hukum yang bergerak dalam bidang dakwah, tentunya memiliki sistem tersendiri, yakni dengan memiliki beberapa divisi-divisi pendukung yang semuanya sudah terstruktur dan dibawah kendali oleh yayasan. Dalam penelitian ini, akan mengupas salah satu dari beberapa divisi yang ada, yaitu divisi dalam bidang usaha.

Konsep dakwah Islam melalui *bil haal* hakikatnya lebih berorientasi pada usaha mengaktualisasikan nilai ajaran Islam. Semua unsur wajib diterapkan dalam hidup sosial kemanusiaan (Alhidayatillah 2017), tidak sekedar dimengerti melalui metode transfer ajaran secara verbal dan non verbal, namun

menjadi bentuk aktualisasi Islam untuk agama yang *rahmatan lil 'alamin*.

Keteladanan yang baik, mengayomi, dan saling menolong adalah konsep dakwah *bil haal* yang wajib diprioritaskan sebab kegiatan dakwah sekarang ini diketahui melalui wujud lisan semata. Eksistensi kegiatan dakwah dengan perilaku riil itu diinginkan bisa mendorong dan memengaruhi *mad'u* guna mengalami perubahan, sehingga akan terwujud kondisi yang harmonis melalui nilai-nilai keislaman. Dakwah *bil haal* yang dihasilkan melalui tindakan membantu dalam konsep Islam adalah sebagian dari keharusan tiap muslim ataupun muslimah guna menerapkan ajaran yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Hadist (Hajar 2015).

Informasi mengenai sistem dakwah *bil haal* yang dijalankan di Bassmart memiliki andil dalam bagian dari urusan dakwah karena digunakan untuk berbagai kepentingan kesejahteraan umat. Dan tak kalah penting Bassmart memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada, yakni adanya sistem *delivery order* dengan *free* ongkos kirim untuk wilayah dan sekitarnya kepada *customers* Bassmart.

Bassmart sangat transparan sekali dalam pengelolaan baik keuangan dan berbagai bidang lainnya. Bassmart sebagai lembaga yang fokus dalam bidang usaha

pemenuhan sandang pangan yang berada di wilayah Kota Salatiga, tentunya sangat mustahil bila tidak mendapat persaingan walau di kota kecil. Dengan berdirinya berbagai supermarket tentunya berpotensi menjadi pesaing dalam hal usaha perekonomian. Dakwah mestinya bisa menyelesaikan tiap persoalan, tidak malah sebagai bagian dari masalah (*a part of the problem*). Melalui metode dakwah berharap menghasilkan tiga keadaan, yakni:

1. Munculnya kepercayaan dan kemandirian umat yang pada akhirnya tumbuh optimisme.
2. Memunculkan kepercayaan pada aktivitas dakwah untuk meraih tujuan hidup yang lebih ideal.
3. Meningkatnya keadaan ekonomi, politik, sosial, dan ilmu pengetahuan yang baik menjadi dasar meningkatkan kesejahteraan kehidupan.

Hal-hal yang memengaruhi keberhasilan dakwah melalui kewirausahaan di Yayasan Hati Beriman Salatiga, antara lain sebagai berikut;

1. Bassmart mengupayakan penyebaran dalam memperluas market yakni dengan mengenalkan di komunitas kajian-kajian Islam. Selain itu dikarenakan dalam yayasan ini memiliki divisi informatika maka Bassmart semakin

mudah dikenal yakni dengan diiklankan di radio Bassfm.

2. Masyarakat Kota Salatiga yang sudah mengikuti atau tergabung dalam divisi-divisi di bawah naungan YHBS, seperti santriwati dari GQT, rata-rata sudah mengenal adanya warung Bassmart ini yang kemudian berpotensi orang tersebut bercerita kepada saudara atau tetangga akan adanya warung Basmart, sehingga semakin mudah dalam perluasan *marketnya*.

4. Simpulan dan Saran

Akar normatif konsep dakwah *bil haal* di Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga sangat kokoh tergambar dalam Al-Qur'an dan Hadits yang wajib diterjemahkan dalam paradigma yang bisa dimengerti secara akademik keilmuan dan aplikatif empiris. Penerapan dakwah *bil haal* memerlukan bermacam keahlian dan kompetensi aplikatif dari bayak komunitas yang terintegrasi dalam manajemen yang utuh (*Total Quality Management*).

Globalisasi memberikan keinginan bahkan tantangan dan kegalauan. Dakwah yang kontekstual dan relevan menjadi dakwah yang bisa menjawab bermacam permasalahan empiris dan tantangan dari masyarakat. Dakwah yang menawarkan alternatif solusi ataupun jalan keluar kearah yang baik. Dakwah agama niscaya

dilaksanakan dengan terorganisir dan kolektif melalui keterlibatan banyak elemen pemangku kepentingan masyarakat. Maka dakwah tidak lagi hanya memasukkan dan mengeluarkan manusia, namun guna mempersatukan manusia secara sosial dan menciptakan masyarakat yang bermartabat dan baik (*khairo ummah*). Era globalisasi menuntut dakwah secara inovasi dan kreatif yang mampu menjadikan seorang tertarik untuk mengikuti jalan kebaikan. Sehingga dai tidak hanya lebih dalam pengetahuan tetapi harus mempunyai kecerdasan kultural pula.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak Bassmart Yayasan Hati Beriman Salatiga telah mengizinkan untuk diadakan penelitian. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang mensupport sampai selesai pengumpulan instrumen penelitian ini, sehingga peneliti dapat mendapatkan hasil yang optimal

Daftar Pustaka

- AB, Syamsuddin. 2013. "Sosiologi Dakwah." *Makasar: Alauddin University Press*, 237.
- Al-Rasyid, Harun. 1989. *Pedcman Pemtrinaan Dakwah Bil-Hal*. flakarta: Depag RI.
- Alhidayatillah, Nur. 2017. *Dinamika Dakwah Di Masyarakat*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Aliyudin, Aliyudin. 2010. "Prinsip-prinsip Metode Dakwah menurut Al-Qur'an." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5 (15): 1007–22. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i15.431>
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Ed. Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revi. Jakarta: Kencana.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies. Teori & Praktik*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Foss, Stephen W. 2019. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghafur, Waryono Abdul. 2014. "Dakwah Bil-Hikmah di Era Informasi dan Globalisasi Berdakwah di Masyarakat Baru." *Jurnal Ilmu Dakwah* 34 (2): 236–58. <https://doi.org/10.21580/jid.v34.2.69>
- Gulo, W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hajar, Ibnu. 2015. *Dakwah Bil-Hal Dalam Perspektif Al Qur'an (Studi Terhadap Ayat-Ayat Dakwah Bil-Hal Dalam Tafsir Ibnu Katsir)*. Metro: Perpustakaan Pusat UM Metro.
- Khotimah, Khusnul. 2009. "Islam Dan Globalisasi: Sebuah Pandangan Tentang Universalitas Islam." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3 (1): 114–32. <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i1.118>
- Moleong, Lexy J. 1999. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mustakim, Zaenal. 2013. "Pendidikan Islam, Globalisasi Teknologi Informasi, dan Moralitas Bangsa."
- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rokhmiyati, Sri. 2018. "Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Kelembagaan Islam." *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)* 3 (2): 231–52. <https://doi.org/10.18326/inject.v3i2.231-252>.
- . 2021. "Aktualisasi Manajemen Pendidikan dan Dakwah Bi Al-Hal Melalui Media Voucher Infaq dalam Menunjang Kemakmuran Masjid Nurus Saadah Kota Salatiga." *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam* 13 (2): 226–46. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v13i2.8197>
- Rosmalina, Asriyanti. 2022. "Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial dalam Bermedia Sosial." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 13 (1): 64–77. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.10443>
- Sagir, Akhmad. 2015. "d." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 14 (27): 1–13. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v14i27.1224>
- Sarkawi, Sarkawi. 2023. "Peluang Dakwah Melalui Tulisan dalam Konteks Kekinian." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 14 (1): 59–69. <https://doi.org/10.24235/orasi.v14i1.13264>
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, Achmad. 2022. "Sikap Dalam Menghadapi Tantangan Dakwah Di Era Global (Analisis Al-Qur'an Surat Ali Imran Ayat 159 Dan 168)." *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam* 14 (1): 37–46. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3503>
- Suisyanto. 2002. "DAKWAHBIL-HAL (Suatu Upaya Menumbuhkan Kesadaran Dan Mengembangkan Kemampuan Jamaah)." *Aplikasia, Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 3 (2): 182–92.
- Sujati, Budi. 2018. "Sejarah Perkembangan

Globalisasi dalam Dunia Islam.” *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 2 (2): 98–109.
<https://doi.org/10.23971/njppi.v2i2.969>.

Syamsudin, Syamsudin, and Lela Hinasah. 2019. “Optimalisasi Peran Masjid Dalam Memberdayakan Ekonomi Umat Untuk Jamaah Masjid Muhajirin Perengdawe Balecatur.” *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
<https://doi.org/10.18196/ppm.23.361>.