

MODEL DAKWAH MUHAMMADIYAH DI DAERAH TERPENCIL, TERLUAR DAN TERDALAM: STUDI KASUS DI KALIMANTAN TENGAH

Faozan Amar¹, Edi Setiawan²

¹ Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
faozanamar@uhamka.ac.id

² Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
edisetiawan@uhamka.c.id

ABSTRAK

Penelitian di maksudkan untuk mengetahuidakwah pencerahan Muhammadiyah berbasis komunitas atau jamaah sebagai bagian dari komitmen Muhammadiyah dalam melakukan gerakan dakwah dan tajdid di abad kedua. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Lokasi penelitian adalah pengumpulansampel daerah terpencil, terluar dan terdalam di Kalimantan Tengah, terutama Kabupaten Kapuas, Pulang Pisau dan Kabupaten Katingan. Sumber data penelitian ini adalah komunitas atau jamaah Muhammadiyah Kalimantan Tengah, terutama Kabupaten Kapuas, Pulang Pisau dan Kabupaten Katingan. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini observasi dan kuisisioner. Analisis data menggunakan regresi linier. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan dakwah pencerahan Muhammadiyah berbasis komunitas atau jamaah sebagai bagian dari komitmen Muhammadiyah dalam melakukan gerakan dakwah dan tajdid di abad kedua.

Kata Kunci: Model Dakwah, Muhammadiyah, Daerah Terpencil, Terluar, Terdalam.

ABSTRACT

The research was intended to find out about the community-based or congregational enlightenment of Muhammadiyah as part of Muhammadiyah's commitment in carrying out da'wah and tajdid movements in the second century. The approach used in this research was quantitative descriptive. The research location was a collection of remote, outermost and deepest samples in Central Kalimantan, especially Kapuas, Pulang Pisau and Katingan Districts. The data sources of this study were Muhammadiyah Central Kalimantan communities or congregations, especially Kapuas District, Pulang Pisau and Katingan Districts. Used in this study observation and questionnaire. Data analysis using linear regression. The results of this study indicate that the development of community-based or congregational Muhammadiyah enlightenment da'wah as part of Muhammadiyah's commitment to carrying out da'wah and tajdid movements in the second century.

Keywords: Da'wah, Muhammadiyah, Remote Areas, Outermost, Deepest Models.

PENDAHULUAN

Dalam kacamata sosiologis dan antropologis, masyarakat terbagi dalam stratifikasi sosial tertentu, yakni ada kelas bawah, menengah dan kelas atas. Dalam aktivitas dakwah Islam, kelas sosial ini menjadi hal yang sangat penting, semuanya hendaklah menjadi orientasi dakwah. Karena sesungguhnya, sasaran dakwah Islam tidak mengenal kasta sosial. Islam adalah agama yang diperuntukkan bagi semesta alam (*rahmatan lil'alam*).

Objek dakwah adalah siapa saja yang menjadi tujuan dakwah Islam, baik yang sudah beragama Islam atau pun kalangan masyarakat yang belum tersentuh dengan ajaran Islam, tanpa memandang latarbelakang sosial, etnis maupun ras tertentu. Sejalan dengan dinamika kehidupan modern, dalam tinjauan sosiologis, stratifikasi sosial suatu keniscayaan. Sehingga muncul kelas-kelas sosial atau komunitas-komunitas tertentu yang masing-masing memiliki karakteristik tersendiri. Dalam prakteknya, tentu dakwah yang dilakukan di kelas-kelas atau komunitas-komunitas tersebut diperlukan strategi dan pendekatan khusus, sehingga dakwah Islam dapat masuk dan diterima dengan baik. Muhammadiyah memiliki perhatian yang besar untuk memberdayakan umat Islam di berbagai kehidupan dengan menggunakan spiritualitas Islam yaitu melalui gerakan Islamis yang organis, institusional, dan sistematis. (Umi Hanik Maria, 2012).

Dalam memasuki abad kedua, Muhammadiyah berkomitmen kuat untuk melakukan gerakan pencerahan sebagai persambungan dari gerakan pembaruan yang dilakukan pada abad pertama. Gerakan pencerahan merupakan aktualisasi misi dakwah dan tajdid yang bersifat transformatif, yaitu strategi perubahan dinamis yang menekankan pada proses gerakan yang membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan masyarakat. Gerakan pencerahan tersebut harus diwujudkan dalam seluruh bidang dan lapangan usaha Muhammadiyah, sehingga tidak terhenti dalam tataran pemikiran dan teori semata, tetapi membumi menjadi gerakan praksis yang mencerahkan kehidupan umat, bangsa dan kemanusiaan secara universal. Sebagai gerakan dakwah Islam yang mempunyai cita-cita sosial mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya merupakan dasar filosofi dakwah Muhammadiyah. Artinya apapun yang digagas dan dilakukan oleh Muhammadiyah merupakan representasikan

gerakan dakwah Islam dan diarahkan untuk pencapaian cita-cita tersebut. (Robby H. Abror, 2012).

Dalam pengembangan dakwah, gerakan pencerahan diaktualisasikan melalui model pencerahan berbasis komunitas untuk menggarap berbagai kelompok sosial yang heterogen dan berkembang pesat dalam kehidupan bermasyarakat, terutama di Indonesia saat ini. Sebagai gerakan Islam yang mengemban misi dakwah dan tajdid, Muhammadiyah telah mampu bertahan dan berkiprah dalam kurun waktu yang lama, yakni satu abad lebih ini antara lain karena bergerak aktif dalam membangun masyarakat berbasis jamaah atau komunitas. Eksistensi Muhammadiyah di ranah komunitas (jamaah) menjadi kuat, salahsatunya adalah karena misi dakwah dan tajdidnya yang menyebarkan kontribusi dan usaha-usaha progresif yang manfaatnya dirasakan oleh masyarakat.

Upaya pengembangan dan penguatan dakwah berbasis komunitas ini perlu dijaga dan ditingkatkan, terutama dakwah pencerahan bagi masyarakat kelas bawah yang berdomisili di daerah-daerah terpencil, terluar dan terdalam. Apalagi saat ini, tantangan dan persoalan dakwah yang dihadapi semakin kompleks, Muhammadiyah tentu memerlukan strategi dan model dakwah yang lebih menarik dan khusus, sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi objek dakwah. Salah satu tantangan dakwah Muhammadiyah adalah berasal dari internal Muhammadiyah sendiri. Misalnya tidak sedikit orang yang bergabung di Muhammadiyah, tapi untuk mencari keuntungan pribadi saja seperti hanya mau bekerja di amal usaha Muhammadiyah. Mereka tidak mau ikut aktif membesarkan dakwah persyarikatan Muhammadiyah, bahkan justru ada yang “menggembosi Muhammadiyah.” Dan yang paling memprihatinkan adalah, tidak mau hadir di acara-acara Muhammadiyah, seperti pengajian-pengajian baik di tingkat daerah, cabang atau ranting.

Di samping itu, Muhammadiyah juga menghadapi tantangan yang berasal dari luar, misalnya munculnya sejumlah kelompok (*halaqah*) di kalangan umat Islam yang cenderung menyebarkan dan mengamalkan bid'ah, khurafat, syirik, taqlid dan faham-faham lainnya yang bertentangan dengan spirit ajaran Islam. Selain itu, munculnya gerakan pemikiran Islam fundamentalis dan kelompok Islam Liberal, tak ayal menjadi tantangan dakwah eksternal yang

mesti dihadapi Muhammadiyah. Oleh sebab itu, penguatan dakwah pencerahan di daerah-daerah terpencil perlu mendapat perhatian serius dari Muhammadiyah. Sehingga kemurnian akidah, ibadah dan pemikiran umat Islam dapat terjaga dengan baik dari pengaruh-pengaruh ajaran dan pemikiran yang menyesatkan. Selain itu, masyarakat yang tinggal di kawasan terpencil tersebut dapat tercerahkan, baik dari dimensi pendidikan, ekonomi dan sosial.

Sebagai gerakan yang mengusung dakwah Islam, Muhammadiyah berkewajiban untuk menyebarkan dakwah dan ajaran Islam secara lebih luas, tidak hanya di kawasan perkotaan, tetapi juga di daerah-daerah pedalaman. Sekaligus memperkenalkan idiologi dan pemahaman agama Islam dalam persepektif Muhammadiyah yang sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW. Oleh sebab itu, suatu keniscayaan bagi Muhammadiyah untuk memperluas jaringan dakwahnya yang berbasis jamaah atau komunitas tersebut dengan cara membina cabang-caang dan ranting-ranting yang sudah ada. Di sisi lain terus berupaya untuk mendirikan cabang-cabang dan ranting-ranting Muhammadiyah di daerah-daerah pedalaman di Indonesia. Khususnya daerah-daerah yang belum ada cabang dan ranting Muhammadiyahnya. Sehingga dengan hidupnya kegiatan dakwah di tingkat cabang dan ranting, serta bertambah banyaknya cabang dan ranting Muhammadiyah yang berdiri di daerah terpencil, dakwah Islam yang menjadi misi dan konsentrasi persyarikatan Muhammadiyah akan semakin kuat. Sebab berkembang dan eksisnya organisasi yang didirikan oleh KH Ahmad Dahlan ini tidak lepas dari faktor kekuatan partisipasi jamaah di tingkat bawah.

Provinsi Kalimantan Tengah adalah salah satu dari lima Provinsi yang terletak di Pulau Kalimantan. Provinsi yang biasanya disebut dengan KalTeng ini merupakan provinsi terbesar kedua setelah Provinsi Papua. Luas Wilayah Provinsi Kalimantan Tengah adalah 153.564,50 Km² dengan jumlah penduduk sebanyak 2.447.428 jiwa. Suku asli Kalimantan Tengah adalah Suku Dayak. Secara geografis, Provinsi Kalimantan Tengah berada di antara 0°45' – 3°30' Lintang Selatan dan 111°-116° Bujur Timur. Di sebelah Barat Kalimantan Tengah berbatasan dengan Provinsi Kalimantan Barat, sedangkan di sebelah Timurnya Kalimantan Tengah berbatasan dengan Provinsi Kalimantan Timur dan Provinsi Kalimantan Selatan. Di Utaranya Kalimantan Tengah berbatasan dengan Provinsi Kalimantan Barat dan juga Provinsi

Kalimantan Timur. Di sebelah Selatannya terdapat Laut Jawa yang memisahkan daratan Pulau Kalimantan dengan Pulau Jawa.

Kalimantan Tengah terdiri dari 13 Kabupaten dan satu kota. Diakui, bahwa Muhammadiyah telah ada di setiap Kabupaten. Namun, masih banyak cabang dan ranting Muhammadiyah yang belum berdiri di tingkat kecamatan atau pun desa. Misalnya di Kabupaten Katingan, dari 13 kecamatan yang ada, baru enam kecamatan saja yang sudah ada cabang Muhammadiyah. Bahkan tidak sedikit cabang dan ranting yang ada, namun tingkat keaktifan cabang dan ranting Muhammadiyah di Kalteng ini masih rendah (Lihat: Data LPCR PP Muhammadiyah).

Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi sangat penting untuk pengembangan dakwah pencerahan Muhammadiyah berbasis komunitas atau jamaah sebagai bagian dari komitmen Muhammadiyah dalam melakukan gerakan dakwah dan tajdid di abad kedua

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode deskriptif analitis. Dalam hal ini dengan cara mendeskripsikan Model Dakwah Muhammadiyah di Daerah Terpencil, Terluar dan Terdalam di Kalimantan Tengah, terutama Kabupaten Kapuas, Pulang Pisau dan Kabupaten Katingan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Sedangkan metode deskriptif analitis adalah penelitian yang menggambarkan data-data informasi berdasarkan fakta yang diperoleh di lapangan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis (hypothesis testing). Penelitian pengujian hipotesis merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel (Indriantoro dan Supomo, 2009: 89). Melalui pengujian hipotesis, peneliti ingin membuktikan model dakwah Muhammadiyah di daerah terpencil, terluar dan terdalam, khususnya di Kalimantan Tengah.

Pemilihan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode purposive sample (judgment sample), yaitu cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan membuat kriteria-kriteria (penilaian) untuk memenuhi tujuan. Kriteria yang ditetapkan didasarkan pada informasi yang tersedia, sehingga perwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan (Sarwono, 2006).

Berdasarkan pemahaman tersebut, maka proses penelitian dilakukan sesuai langkah-langkah sebagai berikut: Pengambilan sample dilakukan secara purposive random sampling yang dilakukan oleh peneliti. Dimana diketahui secara pasti jumlah populasinya sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dan memenuhi kuota dari jumlah sampel yang diinginkan oleh peneliti. Sehingga dipilihlah sebanyak 100 responden yang digunakan sebagai sampel yang dirasa cukup mewakili pengurus dan warga Muhammadiyah dengan kualifikasi yang tersebar di Kalimantan Tengah dengan persentase Kapuas, Pulang Pisau dan Katingan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif demografi responden memberikan gambaran mengenai karakteristik responden yang menunjukkan besarnya frekuensi dan persentase jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan di Daerah Terpencil, Terluar dan Terdalam di Kalimantan Tengah.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frequency	Persentase
Laki-laki	89	83,2%
wanita	18	16,8%
Jumlah	107	100%

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 89 orang atau sebesar 83,2%, sedangkan sisanya sebanyak 18 atau sebesar 16,8% dipenuhi oleh jenis kelamin wanita. Artinya, sebagian besar responden yang mengisi kuesioner adalah laki-laki.

Tabel 2. Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frequency	Persentase
SD/MI	4	3,7%
SLTP/MTs	10	9,3%
SLTA/MA	33	30,8%
Sarjana (D3/S1)	43	40,2%
Pascasarjana (S2/S3)	16	15,0%
Pesantren/lainnya	10	9,5%
Lainnya	1	1%
Jumlah	107	100%

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir terbanyak adalah Sarjana (D3/S1) yaitu sebanyak 43 atau sebesar 40,2%, selanjutnya SLTA/MA sebanyak 33 orang atau 30,8%, Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 16 atau 15,0%, SLTP/MTs sebanyak 10 orang atau 9,3%, lulusan SD/MI sebanyak 4 orang atau 3,7%, sedangkan sisanya sebanyak 1 orang atau sebesar 1% terdiri atas pesantren atau lainnya.

Tabel 3. Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Persentase
PNS/TNI/Polri	51	47,7%
Pegawai Swasta	19	17,8%
Petani	6	5,6%
Pedagang	9	8,4%
Lainnya	22	20,6%
Jumlah	107	100%

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah PNS/TNI/Polri yaitu sebanyak 51 atau sebesar 47,7%, selanjutnya pekerjaan lainnya sebanyak 22 orang atau 20,6%, Pegawai Swasta sebanyak 19 atau 17,8%, Pedagang yaitu sebanyak 9 atau 8,4%, sedangkan sisanya sebanyak 6 orang atau sebesar 5,6% dipenuhi oleh petani.

Tabel 4. Penghasilan

Penghasilan	Frequency	Persentase
-------------	-----------	------------

Rp1.000.000 – Rp3.000.000	40	37,4%
Rp3.000.000 – Rp5.000.000	55	51,4%
Rp5.000.000 – Rp10.000.000	12	11,2%
Jumlah	107	100%

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan Penghasilan terbesar Rp3.000.000 – Rp5.000.000 yaitu sebanyak 55 orang atau sebesar 51,4%, Rp1.000.000 – Rp3.000.000 sebanyak 40 orang atau 37,4%, sedangkan sisanya Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebanyak 12 atau sebesar 11,2%.

Hasil Uji Kualitas Data

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Butir Pertanyaan

Dari mana Bapak/Ibu mendapatkan informasi tentang dakwah Muhammadiyah				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Media masa	15	14,0	14,0
	Keluarga	19	17,8	31,8
	Pengurus Muhammadiyah	65	60,7	92,5
	Pamphlet/brosur/meme	1	,9	93,5
	lainnya	7	6,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat mendapatkan informasi tentang dakwah Muhammadiyah adalah dari pengurus Muhammadiyah dengan frekuensi sebesar 65 atau 60,7% dan hanya 1% masyarakat yang mendapatkan informasi tentang dakwah Muhammadiyah melalui pamphlet/brosur/meme.

Tabel 6. Apa yang menjadi alasan Bapak/Ibu mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kebutuhan akan ilmu pengetahuan ilmu agama	80	74,8	74,8

Diajak oleh keluarga	2	1,9	1,9	76,6
Tanggungjawab sebagai anggota/pengurus Muhammadiyah	24	22,4	22,4	99,1
Penceramah yang menarik/terkenal	1	,9	,9	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas yang menjadi alasan sebagian besar masyarakat mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah adalah karena Kebutuhan akan ilmu pengetahuan ilmu agamadengan frekuensi sebesar 80 atau 74,8% dan hanya 1% alasan masyarakat mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah karena penceramah yang menarik/terkenal.

Tabel 7. Biasanya berapa kali dalam sebulan Bapak/Ibu mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	51	47,7	47,7
	2 kali	23	21,5	69,2
	3 kali	7	6,5	75,7
	4 kali	26	24,3	100,0
	Total	107	100,0	100,0

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah adalah sebanyak 1 kali dalam sebulandengan frekuensi sebesar 51 atau 47,7% dan hanya 6,5% masyarakat yang mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah sebanyak 3 kali dalam sebulan.

Tabel 8. Sudah berapa lama Bapak.Ibu menjadi anggota/pengurus Muhammadiyah?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah 1 tahun	20	18,7	18,7
	1 - 5 tahun	35	32,7	51,4
	5 - 10 tahun	18	16,8	68,2

Diatas 10 tahun	34	31,8	31,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat sudah menjadi anggota/pengurus Muhammadiyah selama 1-5 tahun dengan frekuensi sebesar 35 atau 32,7% dan hanya 16,8% atau 5-10 tahun masyarakat yang sudah menjadi anggota/pengurus Muhammadiyah.

Tabel 9. Apakah Bapak/Ibu memiliki kartu tanda anggota Muhammadiyah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	57	53,3	53,3	53,3
Tidak	49	45,8	45,8	99,1
d	1	,9	,9	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat sudah memiliki kartu tanda anggota Muhammadiyah dengan frekuensi sebesar 57 atau 53,3%.

Tabel 10. Model dakwah apakah yang Bapak/Ibu sukai

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lisan	58	54,2	54,2	54,2
Tulisan	4	3,7	3,7	57,9
Tarta/ekonomi	2	1,9	1,9	59,8
Keteladanan	34	31,8	31,8	91,6
Kultural (Seni, Musik, dll)	9	8,4	8,4	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat lebih menyukai model dakwah dengan lisandengan frekuensi sebesar 58 atau 54,2% dan hanya 1,9% masyarakat yang menyukai model dakwah dengan tarta/ekonomi.

Tabel 11. Cara dakwah apakah yang menurut Bapak/Ibu cocok/tepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ceramah	30	28,0	28,0	28,0
	Diskusi	23	21,5	21,5	49,5
	Tanya-jawab	30	28,0	28,0	77,6
	Praktek	12	11,2	11,2	88,8
	Pemberdayaan ekonomi	12	11,2	11,2	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat lebih memilih cara dakwah dengan diikuti tanya jawab yang lebih cocok atau tepatdengn frequensi sebesar 30 atau 28,0% dan hanya 11,2% masyarakat yang memilih cara dakwah dengan praktek atau pemberdayaan ekonomi.

Tabel 12. Dai/Muballigh yang Bapak/Ibu suka

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Isi ceramah	56	52,3	52,3	52,3
	Penampilan	1	,9	,9	53,3
	Penyampaian	50	46,7	46,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat lebih menyukai isi ceramah dari Da'i/Mubalighdengan frequensi sebesar 56 atau 52,3% dan hanya 1% alasan masyarakat yang menyukai Da'i/Mubaligh berdasarkan penampilan.

Tabel 13. Apakah materi pengajian yang Bappak/Ibu sukai?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aqidah	40	37,4	37,4	37,4
	Ibadah	31	29,0	29,0	66,4
	Akhlak	14	13,1	13,1	79,4
	Muamalah	9	8,4	8,4	87,9
	Masalah Aktual	13	12,1	12,1	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat lebih menyukai materi pengajian tentang aqidah dengan frekuensi sebesar 40 atau 37,4% dan hanya 8,4% masyarakat yang menyukai materi pengajian tentang Muamalah.

Tabel 14. Model dakwah pemberdayaan ekonomi yang sesuai menurut Bapak/Ibu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Modal usaha	28	26,2	26,2
	Pelatihan kewirausahaan	56	52,3	78,5
	Akses pasar	6	5,6	84,1
	Pendampingan	17	15,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat memilih pelatihan kewirausahaan sebagai model dakwah pemberdayaan ekonomi yang sesuai dengan frekuensi sebesar 56 atau 52,3% dan hanya 5,6% masyarakat yang memilih akses pasar sebagai model dakwah pemberdayaan ekonomi yang sesuai.

Tabel 15. Amal usaha yang tepat sebagai sarana dakwah Muhammadiyah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masjid/Mushalla	39	36,4	36,4
	Pendidikan	48	44,9	81,3
	Kesehatan/rumah sakit	8	7,5	88,8
	Ekonomi (BMT, Koperasi)	12	11,2	100,0
	Total	107	100,0	100,0

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat memilih pendidikan sebagai amal usaha yang tepat bagi sarana dakwah Muhammadiyah dengan frekuensi sebesar 48 atau 44,9% dan hanya 7,5%

masyarakat yang memilih kesehatan/rumah sakit sebagai amal usaha yang tepat bagi sarana dakwah Muhammadiyah.

Tabel 16. Sarana dakwah apa yang sering Bapak/Ibu ikuti?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Media cetak	13	12,1	12,1
	Media elektronik (TV, radio)	36	33,6	45,8
	Media sosial	58	54,2	100,0
	Total	107	100,0	100,0

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah melalui sarana media sosial dengan frekuensi sebesar 58 atau 54,2% dan hanya 12,1% masyarakat mengikuti pengajian/dakwah Muhammadiyah melalui sarana media cetak.

Tabel 17. Apakah perlu pengiriman dai dari luar daerah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	106	99,1	99,1
	Tidak	1	,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0

Sumber : Hasil penelitian yang diolah

Menurut tabel data diatas dapat dideskriptifkan bahwa butir pertanyaan valid, dan berdasarkan data diatas sebagian besar masyarakat setuju perlunya pengiriman dai dari luar daerah dengan frekuensi sebesar 106 atau 99,1% dan hanya 1% masyarakat yang tidak setuju mengenai perlunya pengiriman dai dari luar daerah.

KESIMPULAN

Dari seluruh yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa model dakwah di daerah terpencil, terluar, dan terdalam dengan survei yang dilakukan di Kalimantan Tengah memberikan hasil bahwasanya Muhammadiyah telah mampu memberikan, menyampaikan dan mengamalkan dakwah ilmu agama ke seluruh penjuru daerah tidak hanya di kota-kota

besar tetapi juga di daerah yang terpencil, dan antusias inilah yang harus terus dikembangkan oleh Muhammadiyah agar pemerataan dalam pengetahuan agama dapat tercapai.

REKOMENDASI

Terus kembangkan dan tingkatkan kegiatan-kegiatan lain yang tujuannya untuk pemerataan pengetahuan ilmu agama yang baik dan benar di seluruh Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam kegiatan penelitian yang dilakukan. Pihak-pihak tersebut, misalnya penyandang dana penelitian, pakar yang berkontribusi dalam diskusi atau pengolah data yang terkait langsung dengan penelitian/penulisan.

REFERENSI

- Abror, R. H. (2014). Rethinking Muhammadiyah: Masjid, Teologi Dakwah Dan Tauhid Sosial (Perspektif Filsafat Dakwah). *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 6(1), 53-75.
- Aziz, M. T. (2016). Korps Mubaligh/Mubalighat Muhammadiyah dan ‘Aisyiyah Di Kecamatan Kadudampit Sukabumi. *Jurnal Surya*, 2(1), 107-112.
- Berita Resmi Muhammadiyah, Tanfidz Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke 47 Makasar, PP Muhammadiyah, September 2015 M.
- Fajrie, M. (2014). Metode Dan Strategi Dakwah Muhammadiyah Di Kabupaten Demak. *Jurnal Komunikasi Islam AN-NIDA*, 6(1).
- H.A Rosyad Sholeh, (2005), *Manajemen Dakwah Muhammadiyah*. Penerbit: Suara Muhammadiyah, Yogyakarta. Suara Muhammadiyah, Edisi: 16-30 April 2015
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegor: Semarang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi: Yogyakarta. Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2015, www.kbbi.web.id/santri

- Maria, U. H. (2012). Pembinaan Masyarakat Melalui Dakwah Muhammadiyah Di Kabupaten Sragen Tahun 1985-2005. *Journal of Indonesian History*, 1(1).
- Panduan Pelaksanaan Penelitian di Perguruan Tinggi Edisi IX, Dirjen Dikti Kemendikbud 2013.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, Jonathan, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thamrin, H., & Septiawan, A. (2017). Model Multi Situs di Cabang Muhammadiyah Kartasura untuk Efisiensi Pengelolaan Web Berbagai Amal Usaha. *Warta LPM*, 20(1), 40-48.
- Tampubolon, I. (2017). Dakwah Pencerahan Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Muhammadiyah Zaman Kekinian. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial & Keislaman*, 1(1).