



## Komunikasi Nahdlatul Ulama dalam Pengembangan Ekonomi Umat

Didin Sutisna<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam, Garsela

\* email. [didinkandangwesi606@gmail.com](mailto:didinkandangwesi606@gmail.com)

### ABSTRACT

*This paper aims to find out the communication patterns of the Nahdlatul Ulama in Community Economic Development in West Java, in order to improve the welfare of the community, especially those that have received less attention from the government. In addition to strengthening the economy of the people, PWNU West Java also has a goal to foster and motivate religious life in the community as mad'u. As well as to find out the strategy of economic development which was proposed by the West Java PWNU and its implementation. The research method using the case study method with the type of research is qualitative and the Constructivism Paradigm. While the data source in the study is divided into two parts, namely primary sources and secondary data sources. The data collection method is obtained by observation, interviews, and documentation studies. The results of the study indicate that the pattern of organizational communication in the Management of the Region of Nahdlatul Ulama in West Java is the Wheel Pattern. In this pattern the chairperson is a central position in which all West Java PWNU members provide information and reports to the general chairman and if there is a problem that urges the general chairman to consult directly to solve the problem by asking for advice and approval from the PWNU West Java advisory board. Regarding economic issues, the benefits of the West Java PWNU have begun. Because some economic activities are already underway. Even though it hasn't arrived at a satisfying stage, because it does require time that is not instant.*

**Keywords :** Communication Pattern, PWNU JABAR, Economy

### ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi Nahdlatul Ulama dalam Pengembangan Ekonomi Umat di Jawa Barat, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah. Selain untuk memperkuat ekonomi umat, PWNU Jawa Barat juga memiliki tujuan untuk membina dan memotivasi masyarakat dalam kehidupan beragama sebagai mad'u. Serta mengetahui strategi pengembangan ekonomi yang di gagas PWNU Jawa Barat dan pelaksanaannya. Metode penelitian menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian adalah kualitatif dan Paradigma Konstruktivisme. Sedangkan sumber data pada penelitian terbagi ke dalam dua bagian yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun metode pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi di Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat adalah Pola

Didin Sutisna

Roda. Dalam pola ini, ketua umum menjadi posisi sentral yang dimana seluruh anggota PWNU Jawa Barat memberikan informasi dan laporan kepada ketua umum dan apabila ada masalah yang penting, maka ketua umum dapat berkonsultasi langsung untuk memecahkan masalah dengan meminta saran dan persetujuan syariah atau dewan penasehat PWNU Jawa Barat. Berkaitan dengan persoalan perekonomian, yang telah dilakukan PWNU Jawa Barat sudah mulai terasa manfaatnya. Karena beberapa kegiatan ekonomi sudah berjalan. Walaupun memang belum sampai pada tahap memuaskan, serta memerlukan waktu untuk tercapainya target yang ditentukan.

**Kata Kunci :** Pola Komunikasi, PWNU JABAR, Perekonomian

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Sebagai negara berkembang, Indonesia mulai melaksanakan pembangunan besar-besaran baik secara fisik maupun secara ekonomi yang dimulai pada masa pemerintahan orde lama hingga masa pemerintahan pasca reformasi seperti saat ini, semua ini ditunjukkan untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakatnya. Pembangunan ekonomi yang dilaksanakan pemerintah Indonesia difokuskan untuk mengalihkan prinsip perekonomian masyarakat yang bersifat tradisional menuju kehidupan masyarakat modern yang menganut prinsip perekonomian konvensional (ribawi) seperti layaknya sistem perekonomian yang dianut oleh negara-negara barat (Budi Prayitno, 2008:11). Hal ini dilakukan guna mengejar ketertinggalan pembangunan dalam bidang ekonomi dengan negara maju lainnya.

Ekonomi merupakan sebuah kegiatan manusia memanifestasikan sesuatu dalam berbagai bentuk. Tidak hanya dalam bentuk uang, pada zaman dahulu terkenal dengan sistem barter dikarenakan dahulu belum ada pendidikan yang tinggi dan persaingan yang ketat. Maka nenek moyang dalam berkehidupan masyarakat sedikit terjadi gesekan. Perekonomian berbasis syariah dalam Negeri, akhir-akhir ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat karena sudah mendapatkan kepercayaan baik dari masyarakat kita. Ini terjadi tidak hanya di Indonesia saja, tetapi juga di seluruh dunia terutama di negara-negara Islam.

Perkembangan yang sangat pesat di Indonesia tidak terlepas dari peran para ulama dalam menyosialisasikan ekonomi berbasis syariah. Para ulama bukan semata sebagai sosok berilmu, melainkan juga sebagai penggerak dan motivator masyarakat. Kualitas keilmuan mereka telah mendorong mereka untuk aktif membimbing masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Peran ulama dalam pengembangan ekonomi berbasis syariah sudah berlangsung lama. Sebelum sistem ekonomi konvensional dikenal, masyarakat sudah melakukan transaksi berdasarkan muamalah Islam. Dalam pertanian dan perkebunan, hal ini sudah dijalankan dalam praktek bagi hasil. Sekarang ini para ulama dituntut untuk mengembangkan sistem ekonomi syariah yang lebih modern. Semakin maraknya bank syariah para ulama dituntut untuk

mengembangkan perbankan berbasis syariah dan menyosialisasikannya kepada masyarakat. Sosialisasi tersebut bertujuan agar perbankan syariah bisa lebih berkembang dari tahun ke tahun. Melihat prospek yang ada perbankan syariah pasti mampu bersaing dengan bank-bank konvensional yang telah ada sebelumnya. Dengan mayoritas penduduk muslim ekonomi syariah diharapkan lebih berkembang dengan pesat di Indonesia.

Kemajuan dalam ekonomi syariah setidaknya ada beberapa peran penting dari para ulama, diantaranya sebagai penjelas kepada masyarakat mengenai pentingnya berekonomi secara syariah. Dalam pengajaran di pesantren misalnya para ulama dapat mengajarkan sistem bermuamalah mengenai ekonomi syariah, agar para santri diharapkan mampu bermuamalah dengan baik, dan merealisasikannya dengan baik di kehidupan sehari-hari. Pentingnya sistem pengajaran ekonomi syariah sama pentingnya dengan pengajaran ilmu-ilmu agama yang lainnya. Selain itu peran ulama juga dituntut aktif untuk memajukan perekonomian bangsa. Perekonomian bangsa yang telah terpuruk ketika adanya krisis moneter di tahun 1998, memunculkan ekonomi syariah yang menjadi alternatif perekonomian sekaligus primadona baru.

Perkembangan ekonomi berbasis Islam yang semakin marak berimbas pada perkembangan ekonomi syariah di setiap daerah khususnya di Jawa Barat. Provinsi yang menyambut baik sistem ekonomi syariah selain karena mayoritas penduduk muslim. Kegiatan yang dilakukan dalam pengembangan ekonomi syariah di Jawa Barat adalah dengan didirikannya bank-bank syariah, dan koperasi yang berbasis syariah serta keterlibatan ormas islam dalam pengembangan ekonomi berbasis keIslaman.

Peran ormas-ormas Islam dalam mensosialisasikan pengembangan ekonomi masyarakat juga sudah digalakkan, misalnya dengan ceramah-ceramah keagamaan maupun mendirikan koperasi dengan sistem syariah. Salah satunya adalah yang dilakukan oleh ormas Nahdlatul Ulama, yang berstruktur dalam organisasi Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat.

Nahdlatul Ulama (NU) terlahir tidak hanya dibangun dengan tradisi keagamaan, nasionalisme dan pemikiran, namun ia juga dibangun oleh kekuatan ekonomi. Tiga fondasi itulah yang menjadi pilar berdirinya NU 1926, dan sering disebut sebagai tiga pilar penyokong berdirinya NU. Tiga pilar utama, yaitu: (1) Nahdlatul Waton, sebagai semangat nasionalisme dan politik, (1) Taswirul Afkar, sebagai semangat pemikiran keilmuan dan keagamaan, serta (3) Nahdlatul Tujjar sebagai semangat pemberdayaan ekonomi.

Proses perjalanannya, ketiga pilar itu tidak berjalan seimbang. Salah satu pilar orientasinya lebih progresif dibanding pilar yang lainnya. Selama kurang lebih satu abad NU berdiri, orientasi politiknya yang mendapatkan porsi lebih, hingga porsi pengembangan pemikiran melalui pendidikan dan pemberdayaan ekonomi umat menjadi terabaikan. Padahal Nahdlatul Tujjar sebagai salah satu

pilar penyokong ekonomi umat di tubuh NU sejak awal telah mendapat dukungan dari para pendiri NU yang kebanyakan adalah para pedagang atau sekurang-kurangnya mempunyai unit produksi yang membuat mereka bisa mandiri secara ekonomi.

Melihat kondisinya mayoritas penduduk Indonesia berada dalam kemiskinan atau keterbatasan dan mayoritas dari itu adalah warga Nahdliyin yang berada di pedesaan. Maka dalam kondisi masyarakat seperti ini, pengembangan ekonomi menjadi satu hal terpenting. Karena sabda Rasul SAW yang artinya "kefakiran akan mendekatkan pada kekufuran". Ini mencerminkan bahwa dalam ekonomi Islam pemenuhan kebutuhan dasar (*basic needs*) akan sangat mempengaruhi keimanan dan keislaman seseorang.

Memberdayakan ekonomi umat bisa dimulai dari mana saja, asalkan pergerakannya berbanding lurus dengan konsistensi dan fokus yang menjadi sasaran pasarnya. Terlebih lagi bangsa kita yang semakin hari semakin beranjak ke dunia modern dan pasar global. Maka sudah seharusnya membuat formulasi strategi dalam menghadapi gelombang pasar dunia ini.

Kesiapan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama dalam menghadapi pasar dunia telah melakukan langkah-langkah progresif dalam pengembangan ekonomi umat di Jawa Barat. Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat yang dinahkodai oleh K.H. Muhammad Nuh Addawami sebagai Rois dan K.H. Hasan Nuri Hidayatullah sebagai Ketua Umum pada Masa Bakti 2016-2021, telah melakukan langkah-langkah terobosan yaitu membangun kesepahaman dengan Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN), dan menginisiasi lahirnya (1) Kimonu (Kios Modern NU), (2) BMT, (3) Koprasi, dan (4) Lembaga Amil Zakat Nahdlatul Ulama yang sudah berjalan di beberapa daerah seperti Bandung, Garut, Tasikmalaya, dan Karawang.

Pola komunikasi Nahdlatul Ulama dalam Pengembangan Ekonomi Umat di Jawa Barat bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah. Selain untuk memperkuat ekonomi umat, PWNU Jawa Barat juga memiliki tujuan untuk membina dan memotivasi kehidupan beragama dalam masyarakat sebagai mad'u. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi pengembangan ekonomi yang di gagas PWNU Jawa Barat serta pelaksanaannya.

Berkaitan dengan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan pengkajian dan penelitian tentang "Komunikasi Nahdlatul Ulama dalam Pengembangan Ekonomi Umat (studi kasus pada Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat)".

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Menurut Drs. Soleh Soemirat, M.S. dalam bukunya *komunikasi organisasi* bentuk atau pola komunikasi organisasi internal adalah pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan mereka dalam suatu perusahaan atau jawaban

tersebut, lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen) (Soemirat, 2000, 42).

Analisis eksperimental pola-pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai “siapa berbicara kepada siapa” mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi. Kita akan membandingkan dua pola yang berlawanan pola roda dan pola lingkaran untuk menggambarkan pengaruh aliran komunikasi yang dibatasi dalam organisasi.

Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang yang dalam posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya. Pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis sistem pengulangan pesan. Tidak seorang pun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, demikian pula tidak ada anggota yang memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan persoalan. Ada beberapa kombinasi berbeda yang mungkin : A dapat berkomunikasi dengan B dan E tetapi tidak dapat berkomunikasi dengan C dan D; B dapat berkomunikasi dengan A dan C tetapi tidak dapat dengan D dan E; C dapat berkomunikasi dengan B dan D tetapi tidak dengan A dan E; D dapat berkomunikasi dengan C dan E tetapi tidak dengan A dan B; dan E dapat berkomunikasi dengan D dan B tetapi tidak dengan B dan C. Bila D ingin berkomunikasi dengan A, informasi harus disampaikan melalui E atau C dan B (R . Wayne Pace dan Don F. Faules. Terj. Deddy Mulyana, MA, Phd, 1993, 174-175)

Hasil penelitian pada pola roda dan pola lingkaran menyatakan bahwa kedua pola ini menghasilkan konsekuensi yang amat berbeda (Bavelas, 1950; Bavelas & Barrett, 1951; Burgerss, 1969; Leavitt, 1951; Shaw, 1958). Pola lingkaran meliputi kombinasi orang-orang penyampai pesan cenderung lebih baik daripada pola roda yang mencakup aliran komunikasi yang menjadi suatu terpusatnya dalam keseluruhan aksebilitas anggota antara yang satu dengan yang lainnya, moral atau kepuasan terhadap prosesnya, jumlah pesan yang dikirimkan, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam tugas; di pihak lain, pola roda memungkinkan pengawasan yang lebih baik atas aliran pesan, kemunculan seorang pemimpin bisa lebih cepat dan organisasi lebih stabil, menunjukkan kecermatan tinggi dalam pemecahan masalah, cepat dalam memecahkan masalah, tetapi terlihat cenderung mengalami kelebihan beban pesan dan pekerjaan (R . Wayne Pace dan Don F. Faules. Terj. Deddy Mulyana, MA, Phd, 1993, 175-176).

Pelaksanaan komunikasi organisasi meliputi beberapa pembahasan suatu

konsep yang akan melahirkan strategi berjalannya komunikasi organisasi. Berkaitan dengan hal tersebut maka diperlukan ketegasan dan kebijakan seorang pemimpin untuk melakukan pengambilan suatu keputusan dan dapat memenuhi berbagai pertimbangan guna menghasilkan musyawarah mufakat yang menjadi penunjang atas keberhasilan dan kemajuan suatu organisasi.

Pandangan budaya melihat bahwa dalam organisasi terdapat sejarah, nilai, ritual dan perilaku anggota organisasi. Pada dasarnya istilah komunikasi organisasi terbagi menjadi dua arti, yakni; organisasi dan komunikasi. Kata 'organisasi' di sini dapat diartikan seperti rangkaian mesin yang memiliki bagian-bagian untuk memproduksi sebuah produk atau layanan dari input (masukkan) sampai output (luaran) dari suatu sistem. Sedangkan definisi komunikasi itu sendiri yang digunakan dalam tulisan ini yakni mengikuti pendapat Pace yang menyebutkan bahwa "suatu tindakan komunikasi akan sangat dipengaruhi oleh dua hal, yakni; penciptaan pesan (atau biasanya disebut dengan penciptaan pertunjukkan (display) dan penafsiran pesan atau penafsiran sebuah pertunjukkan." Komunikasi merupakan kegiatan yang paling sering dilakukan dalam organisasi yaitu 75%-95% dari seluruh kegiatan organisasi. Dari kegiatan tersebut dapat dirinci 5% untuk menulis, 10% baca, 35% bicara dan 50% mendengar (Musfialdy, 2012: 87-89). Komunikasi organisasi sering dibicarakan mengenai informasi yang berpindah secara formal dari seseorang yang otoritasnya lebih tinggi kepada orang lain yang otoritasnya lebih rendah, begitu pula sebaliknya. Khomsahrial Romli yang ditulis dalam bukunya membagi arah aliran komunikasi formal dalam organisasi. Yaitu, (1) Komunikasi dari atas ke bawah (2) komunikasi dari bawah ke atas, (3) Komunikasi Horizontal, (4) Komunikasi Diagonal (Romli Khomsahrial, 2011).

Konsep tentang pengembangan lahir sebagai antitesis terhadap model pembangunan dan model industrialisasi yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut: (1) bahwa proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan penguasaan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan masyarakat yang pengusaha pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas atau sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum, dan ideologi yang manipulatif untuk memperkuat dan legitimasi; dan (4) kooptasi sistem pengetahuan, sistem hukum, sistem politik, dan ideologi, secara sistematis akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya. Akhirnya yang terjadi adalah dikotomi, yaitu masyarakat yang berkuasa dan manusia yang dikuasai (Ambar Teguh Sulistiyani, 2004:205).

Aktifitas membebaskan situasi menguasai dan dikuasai, maka harus dilakukan pembebasan melalui proses pengembangan bagi yang dikuasai (*empowerment of the powerless*). Di lapangan, paling tidak ada 3 konsep

pengembangan. Konsep tersebut yaitu :

*Pertama*, pengembangan yang hanya berkuat di “daun” dan “ranting” atau pemberdayaan konformis. Karena struktur sosial, struktur politik, dan struktur ekonomi sudah dianggap *given*, maka pemberdayaan adalah usaha bagaimana masyarakat tunadaya harus menyesuaikan dengan yang sudah *given* tersebut. Bentuk aksi dari konsep ini merubah sikap mental masyarakat tunadaya dan pemberian santunan, seperti misalnya pemberian bantuan modal, pembangunan prasarana pendidikan, dan sejenisnya. Konsep ini sering disebut sebagai *magical paradigm*.

*Kedua*, pengembangan yang hanya berkuat di “batang” atau pemberdayaan reformis. Artinya, secara umum tatanan sosial, ekonomi, politik dan budaya, sudah tidak ada masalah. Masalah ada pada kebijakan operasional (Ambar Teguh Sulistiyani, 2006). Oleh sebab itu, pengembangan gaya ini adalah mengubah dari *top down* menjadi *bottom up*, sambil mengembangkan sumber daya manusianya, menguatkan kelembagaannya, dan sejenisnya. Konsep ini sering disebut sebagai *naive paradigm*.

*Ketiga*, Pengembangan yang hanya berkuat di “akar” atau pemberdayaan struktural. Karena tidak berdayanya masyarakat disebabkan oleh struktur politik, ekonomi, dan sosial budaya, yang tidak memberi ruang bagi masyarakat lemah untuk berbagi kuasa dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial budaya, maka struktur itu yang harus ditinjau kembali. Artinya, pemberdayaan hanya dipahami sebagai penjungkirbalikan tatanan yang sudah ada. Semua tatanan dianggap salah dan oleh karenanya harus dihancurkan, seperti misalnya memfasilitasi rakyat untuk melawan pemerintah, memprovokasi masyarakat miskin untuk melawan orang kaya dan atau pengusaha, dan sejenisnya.

Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini pernah dilakukan sebelumnya, di antaranya, Penelitian tentang manajemen komunikasi LAZISNU Kota Bandung (Ghani, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang digunakan Lazisnu Kota Bandung untuk menarik kepercayaan masyarakat, menggunakan dua model komunikasi marketing sekaligus, yakni *above the line* dan *below the line*. Kegiatan manajemen yang dilakukan oleh lazisnu Kota Bandung sudah berjalan, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan evaluasi. penelitian tentang pola komunikasi warga NU Etnis Madura berkaitan dengan budaya aternalistik (Haryono, 2011). Penelitian ini mengambil studi kasus yang sama tentang warga NU dalam konteks budayanya. Penelitian tentang pola komunikasi dakwah kultural Muhammadiyah dalam pemberdayaan masyarakat (Nurohmah, 2017). Penelitian ini merekam pola komunikasi ormas Islam Muhammadiyah dalam melakukan pemberdayaan umat dengan menanamkan nilai-nilai keislaman. Penelitian tentang peran komunikasi dalam pengelolaan organisasi Islam dalam berbagai aspek pemberdayaan (Putra, 2018; Aprianto, 2016; Hartika, 2017).

Penelitian-penelitian tersebut mencoba merekam bagaimana pola komunikasi beberapa organisasi keislaman seperti NU, Muhammadiyah, PMII, DKM Masjid, dan lain sebagainya dalam melakukan pemberdayaan umat. Serta penelitian yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi umat berbasis masjid (Basid, 2008), pengembangan ekonomi dan etos moralitas muslim (Effendi, 2015) dan pola pengembangan ekonomi umat dengan mengambil studi kasus pemberdayaan yang dilakukan oleh organisasi Muhammadiyah (Rahardjo, 1995; Haerisma, 2015). Penelitian tentang hubungan manajemen dengan iklim organisasi (Prabawanti, 2008). Penelitian ini menyimpulkan bahwa salah satu factor penentu perubahan sebuah organisasi adalah proses komunikasi yang terjalin di antara anggota dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan begitu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian yang mengambil isu pengembangan ekonomi umat yang dilakukan oleh organisasi masyarakat Islam Nahdhatul Ulama dalam perspektif komunikasi.

Konsep pengembangan yang hanya berkuat pada akar adalah penggulingan *the powerful*. Konsep ketiga ini sering disebut sebagai *critical paradigm*, karena kesalah pahaman mengenai pengembangan ini, maka menimbulkan pandangan yang salah, seperti bahwa pengembangan adalah proses penghancuran kekuasaan, proses penghancuran negara, dan proses penghancuran pemerintah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah masuknya NU ke Jawa Barat bisa dikatakan bersamaan dengan lahirnya NU di Surabaya pada 31 Januari 1926, atau beberapa waktu saja sesudahnya. Serta kongres (Muktamar) NU ke-13 di Menes Banten juga memberi format lain bagi perkembangan NU di Jawa Barat. Perhelatan besar itu adalah bagian integral dari pertumbuhan dan perkembangan NU di Jawa Barat melewati pintu formal dan terbuka yang secara lebih umum memberi gambaran jelas sekaligus menggiring umat ke arah “pemelukan” lembaga NU. Jadi, terdapat dua pintu masuk yang sama-sama memiliki kekuatan alasan sejarah ketika kita akan mengungkap dan mengurai sejarah pertumbuhan dan perkembangan NU di Jawa Barat. Beberapa waktu saja sesudah lahirnya NU di Surabaya pada 31 Januari 1926, dan Kongres (Muktamar) NU ke-13 di Menes Banten. Sejarah keduanya dapat dipakai rujukan dalam menelusuri sejarah NU di Jawa Barat.

Kalangan pesantren yang selama ini gigih melawan kolonialisme, merespon Kebangkitan Nasional tersebut dengan membentuk organisasi pergerakan, seperti Nahdlatul Wathan (Kebangkitan Tanah Air) 1916. Kemudian tahun 1918 didirikan Taswirul Afkar atau dikenal juga dengan Nahdlatul Fikri (Kebangkitan Pemikiran), sebagai wahana pendidikan sosial politik kaum dan keagamaan kaum santri. Dari situ kemudian didirikan Nahdlatul Tujjar, (Pergerakan Kaum



Sudagar). Serikat itu dijadikan basis untuk memperbaiki perekonomian rakyat. Dengan adanya Nahdlatul Tujjar itu, maka Taswirul Afkar, selain tampil sebagai kelompok studi juga menjadi lembaga pendidikan yang berkembang sangat pesat dan memiliki cabang di beberapa kota.

Tujuan dari PWNU Jawa Barat adalah untuk menegakkan Ajaran Islam Menurut Paham Ahlussunnah Wal Jama'ah di tengah-tengah kehidupan Masyarakat di dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Dengan visi "Terciptanya NU Jawa Barat sebagai organisasi massa keagamaan yang mandiri dan mashlahat bagi umat serta senantiasa mengawal terwujudnya masyarakat Jawa Barat yang lebih sejahtera, berkeadilan dan demokratis atas dasar Islam Ahlus-Sunnah Wal- Jama'ah". Melalui Misi : (1) Melaksanakan Da'wah Islamiyah dan membimbing umat menuju masyarakat mutamaddin. (2) Memperdayakan Pesantren dan meningkatkan kualitas pendidikan dalam mencerdaskan bangsa. (3) Meningkatkan peranan dalam membangun dan menjaga kelangsungan ekonomi umat yang berkeadilan. (4) Meningkatkan peran social keagamaan untuk kesejahteraan masyarakat.

### **Pola Komunikasi PWNU dalam Pengembangan Ekonomi Umat**

peran komunikasi dalam organisasi sebagai berikut : 1. komunikasi dalam perusahaan sebagai titik sentral 2. Dalam setiap proses komunikasi, hubungan kemanusiaan merupakan proses yang menyangkut kepribadian, sikap dan tingkah laku yang terjadi pada orang-orang yang terlibat 3. Organisasi melaksanakan komunikasi persuasif dua arah disemua bidang kegiatan dengan maksud memberikan motivasi kerja, bertanggung jawab dan produktif 4. Atas dasar pengertian tersebut terlihat bahwa komunikasi timbal balik dalam suatu organisasi merupakan proses integrasi antar manusia yang brersifat manusiawi yang menuju perasaan lahir batin (Rahmanto, 2004: 59). Sementara itu, fungsi komunikasi dalam sebuah organisasi menurut Scott dan Michel setidaknya ada empat, yakni fungsi control (kendali), motivasi, ekspresi emosi dan informasi (Ibrahim, 2001: 292). Aspek-aspek inilah yang menentukan bagaimana sebuah organisasi memiliki pola komunikasi yang membentuk budaya dan iklim organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa Komunikasi Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama Jawa Barat Dalam Pengembangan Ekonomi Umat di kaji melalui unsur-unsur komunikasi, yaitu : *Pertama*, Sumber Komunikasi, merupakan sentral komunikasi PWNU Jawa Barat yang memiliki kewenangan dan kebijakan dalam pengaturan segala kegiatan baik secara perumusan program, penyampaian program, maupun penerima evaluasi program perekonomian yang dilaksakan oleh Lembaga Perekonomian Nahdatul Ulama (LPNU).

*Kedua*, Pesan Komunikasi Pesan yang disampaikan oleh LPNU kepada masyarakat diantaranya, menumbuhkan semangat untuk berwirausaha, mengadakan pelatihan-pelatihan kepada masyarakat tentang pengembangan

Didin Sutisna

ekonomi, melakukan penyuluhan kepada masyarakat guna memahami pentingnya berekonomi secara syariah.

*Ketiga*, Saluran atau media Komunikasi yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian komunikasi LPNU kepada masyarakat selama ini menggunakan media konvensional yang dapat dijangkau oleh masyarakat seperti masjid, acara pengajian tabligh dan tausiyah keagamaan yang berisi pengetahuan dan pengajaran ekonomi sesuai dengan ajaran Islam dan menceritakan sejarah dakwah Nabi Muhammad dalam bidang perdagangan.

*Keempat*, Penerimaan pesan/ sasaran yaitu Masyarakat yang khususnya berada di pedesaan sulit terlaksanakannya program perekonomian, disebabkan akses komunikasi dan informasi yang disampaikan LPNU tidak dapat dijangkau secara keseluruhan. Maka demikian LPNU bekerjasama dengan para tokoh agama guna tersampainya program dalam upaya pengembangan ekonomi umat.

Akses informasi dan komunikasi, lain halnya masyarakat perkotaan yang mayoritas memiliki beberapa media informasi. Maka dalam penerimaan pesan komunikasi yang disampaikan oleh LPNU dapat dijangkau dengan cepat, serta pelaksanaan program PWNU memberikan efek yang mendukung. Diantaranya melalui media massa dan media sosial.

Komunikasi yang digunakan Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama Provinsi Jawa Barat terdapat beberapa faktor yang mendukung dan faktor yang menghambat keberlangsungannya program-program pengembangan ekonomi yang telah ditetapkan dan dilaksanakan oleh LPNU. Maka dengan hal tersebut, dapat memberikan suatu pemahaman pentingnya memperhatikan pola komunikasi dan menyampaikan informasi guna mempermudah pelaksanaan program PWNU.

Berdasarkan unsur-unsur tersebut dapat dirumuskan sebuah pola aliran komunikasi organisasi yang digunakan Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama adalah Pola Roda. Sedangkan arah aliran komunikasi formal yang digunakan dalam menjalankan komunikasi organisasi di PWNU adalah komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, dan komunikasi horizontal. Arah aliran komunikasi lainnya adalah yang bersifat Komunikasi Informal.

(1) Komunikasi Pola Roda, yaitu dalam pola komunikasi organisasi di PWNU adalah jabatan ketua umum menjadi posisi sentral di organisasi PWNU. Karena tanggung jawab atau tugas ketua umum yang mempunyai nkwenangan memimpin, mengatur, mengkoordinasikan dan mengawasi tugas-tugas diantara pengurus Tanfidziyah, maupun pelaksanaan keputusan-keputusan muktamar dan kebijakan umum Pengurus Besar Nahdatul Ulama.

Struktur Pengurus Nahdatul Ulama ada namanya syuriah dan tanfidziyah. Syuriah adalah pimpinan tertinggi dalam jam'iyah Nahdatul ulama. Terdiri dari para ulama pilihan. Syuriah berfungsi sebagai pembina, pengendali, pengawas

dan penentu kebijaksanaan Nahdatu Ulama.

Wakil Sekretaris PWNU Jawa Barat mengatakan bahwa Syuriah ini juga terdapat struktur kepengurusan di dalamnya. Ditingkat pusat terdiri dari Rais Aam, Wakil Rais Aam, beberapa Rais, Katib Aam, beberapa wakil Katib, dan A'wan. Semakna dengan ketua umum di syuriah yaitu namanya Rais Aam hanya untuk membedakan nama ketua umum syuriah dan ketua umum tanfidziyah. Dan Tanfidziyah adalah pelaksana kebijakan Syuriah. Pada struktur kepengurusan Tanfidziyah ditingkat pengurus adalah Ketua umum, wakil ketua umum, beberapa ketua, sekretaris jendral, beberapa wakil Sekjen, Bendahara Umum, dan Beberapa wakil Bendahara.

Posisi ketua umum menjadi sentral dalam pengambilan keputusan dan kebijakan di PWNU. Dibawah kepemimpinan ketua umum itu-lah roda organisasi NU di Jawa Barat akan berjalan, suatu pengambilan kebijakan dan keputusan yang akan diambil dengan diputuskan atau disahkan oleh ketua umum.

Pengaruh Pola Roda dalam proses komunikasi organisasi Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama dapat terlihat pada variabel-variabel berikut ini :

*Pertama*, Sumber komunikasi dalam merealisasikan program PWNU Jawa Barat memiliki agen pelaksana yaitu Lambaga perekonomian Nahdlatul Ulama (LPNU). Lembaga ini lebih konsentrasi dalam tataran teknis dan lebih banyak berinteraksi langsung dengan pengurus dibawah juga masyarakat guna mempermudah pelaksanaan dan menghimpun aspirasi yang berkembang di masyarakat terkait persoalan ekonomi.

*Kedua*, Penyampaian pesannya PWNU Jawa Barat dalam perekonomian lebih menekankan pada mentalitas masyarakat seperti pelatihan dan pengarahan. Berbeda perihalnya ketika berkomunikasi dengan para pemangku kebijakan atau orang-orang yang memiliki power terhadap perekonomian di Jawa Barat, lebih menekankan pada kerjasama dan dukungan demi kemaslahatan ekonomi umat.

*Ketiga*, Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama dalam penggunaan dan pemilihan media untuk menyampaikan pesan komunikasi masih bersifat konvensional dan menyesuaikan dengan kondisi masyarakat Jawa Barat yang masih kuat melalui ketradisionalannya. Namun seiring perkembangan zaman, PWNU Jawa Barat juga tengah mengembangkan media komunikasi yang modern guna menyesuaikan dengan mengefektifkan komunikasinya.

*Keempat*, Penerimaan pesan atau sasaran, sejauh ini komunikasi yang dilakukan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama masih berjalan efektif. Pihak masyarakat ataupun pemerintah masih berjalan sesuai yang direncanakan, walaupun dalam prosesnya terdapat kendala-kendala masih dalam tahap pengawasan demi menghasilkan kecermatan solusi baik.

Aliran informasi atau pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi organisasi dengan pola roda, menjadikan informasi yang disampaikan akurat dan

dapat dipertanggung jawabkan. Karena pesan yang disampaikan langsung dari pengurus PWNU. Sehingga informasi atau instruksi itu dapat langsung dikerjakan dan dijalankan oleh pengurus dan anggota di dawah PWNU Jawa Barat.

(2) Pola Arah Aliran komunikasi Formal dan Informal, Pola Komunikasi Organisasi membicarakan tentang informasi yang berpindah secara formal dari individu yang jabatannya lebih tinggi kepada anggota-anggota yang jabatannya lebih rendah itu disebut dengan komunikasi ke bawah, dan informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang otoritasnya lebih rendah kepada orang yang otoritasnya atau jabatannya lebih tinggi itu disebut dengan komunikasi ke atas, sedangkan informasi yang bergerak diantara individu-individu dan jabatan-jabatan yang sama tingkat otoritasnya itu disebut dengan komunikasi horizontal atau informasi yang bergerak di antara individu- individu dan jabatan-jabatan yang tidak menjadi atasan maupun bawahan satu dengan lainnya dan mereka menempati bagian fungsional yang berbeda itu disebut komunikasi lintas saluran. Dalam pembahasan ini juga akan menyinggung informasi yang mengalir secara informal.

*Pertama*, Komunikasi ke Bawah, merupakan Komunikasi Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama Jawa Barat dibagi menjadi dua yaitu ada PWNU dan LPNU sebagai agen pelaksana dari bidang prekonomian umat.

Pada prinsipnya tidak ada bedanya dengan aturan organisasi formal ada ketua umum, ada administrasi dengan ada sekretaris, hanya di NU karena ini organisasi sosial keagamaan. Kemudian dibawahnya adalah para pengurus cabang yang berkomunikasi secara melakukan koordinasi dengan LPNU dan hanya PWNU atau PBNU yang lebih tinggi bisa melakukan instruksi/ perintah.

Ketua LPNU Jawa Barat mengatakan bahwa komunikasi yang dijalin oleh LPNU sendiri terhadap jajaran NU di cabang dan kebawahnya bersifat koordinasi. Sedangkan garis instruksi biasanya secara langsung oleh Ketua atau Pengurus PWNU atau Pengurus Besar Nahdatul Ulama.

Komunikasi ke bawah merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam menjalankan sebuah organisasi besar seperti organisasi para ulama atau keagamaan Nahdatul Ulama. Sebab komunikasi yang dilakukan berorientasi menjalankan sistem Koordinasi, evaluasi, Informasi, dan koreksi setiap pengarahan kerja serta permasalahan yang ada di organisasi.

Komunikasi ke bawah berguna untuk penyampaian pendapat oleh bawahan dan untuk mengetahui rasa kepuasan kerja di dalam sebuah organisasi. Komunikasi ke bawah oleh Pengurus Wilayah juga dilakukan dengan berbagai kegiatan-kegiatan rutin terutama dalam persoalan pembahasan perekonomian. Seperti pengajian, diskusi, dan lebih banyak ke pelatihan karena LPNU Jawa Barat adalah tim teknis dari PWNU Jawa Barat.

*Kedua*, Komunikasi ke Atas, merupakan suatu saran, permohonan, dan

komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan pengertian dari komunikasi ke atas (Arni, komunikasi Organisasi, 1989:117). Di dalam struktur Organisasi di PWNU, Lembaga Perekonomian NU adalah agen Eksekutif. Komunikasi yang dijalankan oleh pengurus harian atau pelaksana yakni LPNU kepada tingkat atas di PWNU yaitu apabila untuk mengambil keputusan atau dalam pengambilan kebijakan terkait dengan dinamika disalah satu lembaga perekonomian kalau bersifat urgent, apabila perlu konsultasi maka disampaikan ke PWNU begitupun dengan masyarakat.

*Ketiga*, Komunikasi Horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan yang otoritasnya sama di dalam struktur organisasi. Unit kerja yang meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama (Mulyana, Komunikasi Organisasi. Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, 1993:196).

Struktur organisasi di PWNU sendiri yaitu sekretaris Jenderal dibantu oleh wakil-wakil sekretaris Jenderal dan jumlahnya tergantung dari kebutuhan sekretaris dan tergantung bebanya. Dalam hal ini contohnya salah satu wakil Sekretaris dalam berbagi tugas dengan Wakil Sekretaris lainnya.

*Keempat*, Pola Komunikasi Informal, komunikasi informal ini dapat melalui komunikasi personal, dengan interaksi langsung atau tatap muka maupun menggunakan media, misalnya telepon. Informasi yang dikomunikasikan bukan mengenai pekerjaan, melainkan mengenai hal diluar pekerjaan, pada waktu jam kerja diantara anggota yang mengobrol dengan teman kerjanya, baik mengobrol masalah organisasi maupun yang bersifat pribadi. Komunikasi Informal ini penting untuk kemajuan sebuah organisasi. Bendahara PWNU mengatakan bahwa nuansa formal tidak kelihatan hanya dibatasi etika. Dalam persoalan kerja mengenai komunikasi biasa. Merujuk pada tradisi rapat di NU tidak ada standarnya. Contoh yang persentasi program pengembangan ekonomi nanti kesimpulannya seperti yang dilaksanakan pada musyawarah secara kekeluargaan. Dari persentasi dapat dipersentasikan pada 70% guyonnya dan 30% formalnya. Pengurus NU ketika rapat lebih terbuka, lebih santai, lebih banyak kenyamanan dan tidak ada sama sekali rasa tegang ataupun rasa takut, karena budayanya lebih cair formalitas tidak kelihatan (Hasil wawancara 20 september 2018).

Hasil pengkajian menunjukkan bahwa keberadaan PWNU Jawa Barat dirasakan cukup besar manfaatnya oleh masyarakat. Lembaga ini telah bekerjasama dengan pemerintah dalam menanggulangi masalah sosial dan kemiskinan yang semakin rumit, terutama bagi kaum menengah ekonomi menengah ke bawah, sehingga mampu menumbuhkembangkan masyarakat berjiwa usaha yang gigih, dan professional.

### **Programatik PWNU Jawa Barat dalam Pengembangan Ekonomi**

Berekonomi adalah sarana mutlak untuk memelihara kelangsungan hidup di dalam hidup itulah orang dapat ibadah, berbuat sesuatu untuk kepentingan agama, bangsa dan Negara. Bagi setiap orang berekonomi dalam pengertian berbuat untuk mendapat nafkah hidup adalah suatu kebutuhan mutlak. Terlebih bagi orang beragama, berekonomi adalah perintah Allah swt dan pelaksanaannya harus disesuaikan dengan ajaran dan hukum agama.

Nahdlatul Ulama (NU) terlahir bukan hanya melalui fondasi keagamaan, nasionalisme, dan pemikiran. NU dibangun atas dasar kekuatan ekonomi yang kokoh beserta potensi untuk membangun masyarakat. Ketika didirikan pada tahun 1926, NU berkomitmen untuk merealisasikan tiga pilar dasar, yaitu sebagai semangat nasionalisme dan politik, semangat pemikiran keilmuan dan keagamaan, dan sebagai semangat pemberdayaan ekonomi.

Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat tidak melupakan aspek ekonomi dalam program kerjanya yang permanen, karena seluruharganya berekonomi dan dalam berekonomi mempunyai ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh agama.

KH. Mansyur selaku ketua Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama Jawa Barat dalam sesi wawancara mengungkapkan bahwa: Program yang digagas PWNU Jawa Barat tidak terlepas dari pedoman dalam agama. Serta memang secara konsep besar telah dirumuskan di mukthamar NU. Adapun program PWNU Jawa Barat tidak terlepas dari pedoman yang sudah ada, dan justru dapat dikembangkan sesuai kebutuhan lokal. Program pengembangannya seperti:

(1) Memperkuat produk lokal sebagai tanda untuk memperkuat warna, corak, ciri khas daerah tersebut. Contoh tasik kuat dibidang kerajinan maka dapat diperkuat bidang tersebut, kemudian sumedang kuat dibidang olahan maka dapat perkuat dalam bidang olahan, begitupun di wilayah-wilayah lainnya. (2) Membentuk jejaring bisnis, dimaksudkan untuk bisnis di suatu daerah biasa dikoneksikan kedaerah yang lain agar saling berkembang dan saling bertukar pikiran maka LPNU melakukan pendampingan pada daerah yang saling bertukar ide dan gagasan. Maka, hal tersebut merupakan prinsip ekonomi kerakyatan. (3) Adanya indeks kesejahteraan, sedikit banyaknya memberikan perubahan dalam arti peningkatan ekonomi masyarakat, maka dari itu LPNU melakukan kerjasama dengan pemerintah dalam membahas UMKM agas berninergis. Kelembagaan LPNU mewujudkan suatu program pada masyarakat lebih mengutamakan pesantren, seperti adanya kios modern NU walaupun di wilayah lain berbeda namanya, hal ini untuk menjawab perekonomian modern dalam Islam terutama pesantren.

Adapun program yang berkelanjutan merupakan bentuk training atau pelatihan karena mereka membutuhkan pelatihan tentang produk, memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk yang

berkelanjutan. Disamping itu, bekerjasama dengan dinas sebagai proram wirausaha mandiri kemudian dilanjutkan pelatihan oleh dinas UMKM Jabar sebagai langkah formal.

Mengembangkan ekonomi melalui peran serta pesantren terbukti adanya keefektifitasan dalam menjalankan program LPNU. Letak pesantren yang pada umumnya berada di pedesaan memungkinkan dapat memahami persoalan-persoalan desa sehingga gagasan-gagasan, pengembangan kesejahteraan, yang datang dari luar dapat diserap dengan baik oleh masyarakat setelah diolah dan disampaikan oleh pesantren.

Perkembangan ekonomi pesantren yang memang bukan hal yang asing, semenjak tahun 1980-an, melalui Pusat Pengembangan Pesantren dan Masyarakat (P3M), dunia pesantren memperoleh tambahan fungsi baru. Pesantren yang dikenal memiliki fungsi sebagai sumber pengetahuan keislaman dan sumber spiritualitas Islam, diperkenalkan dengan dunia pemberdayaan ekonomi syariah. Diharapkan ekspansi usaha para santri terus berlanjut seiring dengan tantangan pesantren ke depannya.

### **Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Ekonomi Umat**

Proses komunikasi terkadang tidak dapat berlangsung dengan baik dan lancar. Hambatan-hambatan dalam komunikasi pasti akan terjadi, walaupun ada hambatan besar yang mungkin dikhawatirkan atau hambatan kecil yang dapat dikatakan tidak signifikan, tapi semua tidak mungkin diharapkan komunikator dan penerima. begitu juga dengan faktor pendukung, pasti akan selalu ada guna memudahkan aktifitas yang dikerjakan. Oleh karena itu perlu dijelaskan mengenai faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi proses pelaksanaan program PWNU Jawa Barat dalam pengembangan ekonomi umat.

Hambatan-hambatan yang dihadapi Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat dalam Pengembangan Ekonomi Umat antara lain: *Pertama*, Ketepatan Waktu, kendala karena tidak sepenuhnya para pengurus melakukan pengendalian, berbagai kesibukan lain terutama dalam menunjang kebutuhan hidupnya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh KH. Mansyur mengenai hambatan yang di alami lebih kepada waktu, disadari bahwa kebanyakan pengurus juga memiliki rutinitasnya dalam menjalankan berbagai aktifitas keseharian di lain bidang dalam memenuhi kebutuhannya.

*Kedua*, Pola pikir masyarakat Jawa Barat yang kebanyakan masih takut untuk membuka usaha, mereka lebih suka bertindak sebagai pekerja yang digaji pasti. Pola pikir ini sangat penting untuk memperkuat mental salah satunya dalam menjalankan wirausaha. Terkecuali memang bagi mereka yang mempunyai usaha lebih mengharapkan modal untuk pengembangan.

Sekretaris LPNU Jawa Barat mengatakan keutamaan yang menjadi kendala adalah pola pikir masyarakatnya sendiri, kemauan untuk berubah dan ketakutan

untuk memulai usaha karena pola pikirnya hanya sebatas konsumen, biasanya dikasih bantuan justru dipakai pada kebutuhan sehari-hari. Memang beda halnya dengan yang telah memiliki usaha lebih paham karena memang mereka lebih membutuhkan bantuan modal untuk pengembangan usahanya.

Pengembangan ekonomi umat sangat tergantung pada factor penentu yang dapat dikategorikan sebagai upaya untuk melakukan pemberdayaan SDM. Dalam perspektif komunikasi, pemberdayaan ini dapat berlangsung manakala terjadi kesepakatan dan kerjasama yang diwujudkan dengan berlandaskan pada keterbukaan dan penciptaan makna interaksi dan bertukar informasi (Chaerowaty, 2002: 272). Komunikasi yang diciptakan dalam melaksanakan kepemimpinan tergantung pada level kepemimpinan yang meliputi upper level, middle level, dan lower level. Pada tingkatan tertinggi, tugas pemimpin adalah membuat keputusan berdasarkan masukan berbagai pihak khususnya bawahan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan, pada saat inilah peran komunikasi sangat nyata. Tiga tipe komunikasi meliputi: pertama, perintah komunikasi untuk mengembangkan kebijakan, menggambarkan, dan menetapkan rencana untuk membuat keputusan, kedua, memastikan bahwa komunikasi berfungsi secara tepat, ketiga mengevaluasi hasil komunikasi, mengakses efektifitasnya, dan membuat beberapa perubahan dasar untuk keputusan selanjutnya (Nurrohimi & Anatan, 2009: 4). Faktor Pendukung internal dan eksternal yang mempengaruhi proses pelaksanaan program PWNU Jawa Barat dalam pengembangan ekonomi umat antara lain:

*Pertama*, Semangat para pengurus dan pelaksanaan, keikhlasan menjadi salah satu faktor pendukung pelaksanaan pengembangan ekonomi ini, dikarenakan tanpa adanya rasa semangat dari para pengurus, maka tidak akan tercapai tujuan tersebut. Oleh sebab itu, PWNU Jawa Barat senantiasa memberikan rasa semangat dalam menjalankan aktifitas dapat ditanamkan dengan harapan segala sesuatu yang di tugaskan bisa dikerjakan sesuai yang ditargetkan. Sekretaris LPNU mengatakan bahwa Semangat para pengurus dalam menjalankan tugas akan berdampak pada terselesaikannya pekerjaan mereka. Ketika tidak memiliki rasa semangat dalam beraktifitas demi tercapainya suatu tujuan. Respon masyarakat yang baik tentunya menjadi salah satu faktor yang mendukung pada pelaksanaan program pengembangan ekonomi umat.

*Kedua*, Adanya kerjasama, kerjasama dengan masyarakat, pemerintahan dan juga para donator yang memang konsentrasi dalam pemberdayaan masyarakat. Hal ini sangat penting untuk menjadi faktor pendukung dalam teralisasinya program kemasyarakatan berkaitan dengan pengembangan ekonomi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Wakil Sekretaris PWNU Jawa Barat guna memaksimalkan pelaksanaan, sangat dibutuhkan kerjasama baik kerjasama tim atau kerjasama dengan pihak-pihak lain. Seperti bekerjasama dengan pemerintah, LPNU Jawa Barat contohnya bekerja sama dengan Kamar Dagang dan Industri



(KADIN). Kerjasama dengan paradonatur yang memiliki niat untuk turut serta dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, juga tidak kalah penting karena dapat membantu secara moril maupun materil. Terlebih juga mereka membantu untuk mengawasi perkembangan perekonomian umat. Kemudian PWNU sangat terbantu dan menjadi salah satu faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi umat.

Penjelasan mengenai faktor penghambat dan pendukung secara garis besar dibagi kedalam dua bagian yaitu persoalan di internal lembaga yang menyangkut sumber daya manusia dan kebijakan pemerintah, yang kedua berkenaan dengan para umat itu sendiri. Berkaitan dengan mindset atau pola pikir yang mempunyai rasa semangat perubahan yang belum terbangun dikalangan umat.

Evaluasi yang terprogram harus senantiasa dilakukan, untuk meminimalisir hambatan tersebut. Karena evaluasi memiliki nilai positif, dimana melalui evaluasi bersama atau pun interna pengurus yang bersifat terbuka akan mengetahui hasil pengembangan ekonomi tersebut. Selain itu, melalui evaluasi dapat memberikan peluang bagi masyarakat untuk berperan aktif dalam memberikan solusi atas permasalahan dan hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan atau kegiatan yang sudah terlaksanakan.

Faktor pendukung harus dapat dijaga dan di kembangkan, agar dalam pengelolaan dan praktik pengembangan ekonomi umat dapat tepat sasaran. Karena faktor pendukung ini menjadi modal yang kuat untuk menunjang keberhasilan dari implementasi program PWNU Jawa Barat, terutama LPNU Jawa Bara selaku eksekutor dari program pengurus wilayah untuk pengembangan ekonomi umat.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang ditulis sebelumnya, maka Penulisan Tesis ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Landasan dalam menjalankan komunikasi LPNU diberi kewenangan untuk melakukan konsolidasi dengan berbagai organisasi dibawah Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama seperti Pengurus Cabang, Pengurus Anak Cabang, ataupun Pengurus Ranting guna menampung aspirasi dan membangun kemitraan dalam bidang ekonomi. Maka demikian, LPNU tetap tetap melakukan koordinasi dengan jajaran Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama, guna menyelaraskan dengan tugas pemerintah dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat, baik secara intruksi dan Peraturan Daerah Kabupaten/ Kota ataupun Pemerintah Provinsi.

Program pengembangan ekonomi Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat yang berpedoman pada pokok-pokok ajaran agama, selama tahun 2017 yang digerakan oleh LPNU Jawa Barat selaku agen pelaksana telah menyelenggarakan beberapa kegiatan yang diprogramatikan, yaitu; (1) Pembuatan website LPNU Jawa Barat, ([www.lpnu-jabar.or.id](http://www.lpnu-jabar.or.id)), (2) Silaturahmi

dan kerjasama dengan PT Pegadaian Jawa Barat, Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat, (3) Penandatanganan nota kerjasama pemberdayaan UMKM dengan Kadin Kota Bandung-Jawa Barat, dan melaksanakan capacity building pelatihan Entrepreneurship dan Internet Marketing bagi UMKM, guru ngaji dan PC LPNU, serta melaksanakan rapat koordinasi dengan PC LPNU Se-Jawa Barat, yang menghasilkan beberapa kesepakatan untuk pemberdayaan ekonomi umat, diantaranya; Membuat koperasi, Membentuk kios atau warung modern NU yang di urus oleh pesantren berupa mini market, dan Menyiapkan sembilan kader penggerak ekonomi.

Faktor penghambat bertitik pada (1) Penyesuaian skala prioritas, (2) Ketepatan waktu (3) Pola pikir atau mindset. Sedangkan Faktor Pendukung Komunikasi PWNU Jawa Barat dalam Pengembangannya ekonomi umat utamanya tidak terlepas dari (1) Niat serta semangat para pengurus dalam bekerja. (2) Adanya kerja sama intensif, baik dengan pihak pemerintah, pemodal, ataupun dengan masyarakat yang dalam hal ini menjadi terdapat pengembangan.

Penelitian harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah :

*Pertama*, Saran untuk PWNU Jawa Barat, yaitu : (1) Peningkatan Kuantitas dan Kualitas kader pelaksana dalam kegiatan pengembangan ekonomi, agar masyarakat semakin optimal melakukan peren dari adanya LPNU Jawa Barat pada gerakan perkonomian. (2) Peningkatan kegiatan yang menyebar di setiap wilayah yang ada di Jawa Barat, tidak hanya terpusat di kota-kota besar tapi sampai juga ke masyarakat di pedesaan. (3) Melakukan inovasi pola pengembangan ekonomi di pedesaan yang biasanya kesulitan akses serta inovasi pengawasan kegiatan.

*Kedua*, Bagi Peneliti Selanjutnya, yaitu; (1) Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan kegiatan peneliti dalam bidang pola komunikasi organisasi sebelumnya harus memiliki gambaran tentang apa yang ingin diteliti, memahami metode penelitian dan mempersiapkan permasalahan sejak dini. (2) Meningkatkan ketelitian baik dalam kelengkapan data organisasi maupun data penelitian dan lebih spesifik dalam menganalisis permasalahan yang ada dalam penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaerowaty, D.L. (2002). Pemberdayaan SDM melalui Komunikasi Organisasi: Suatu Pendekatan Subjektivis, dalam *Jurnal Mediator*, 3(2), 267-272.
- Effendi, M.R. (2015). Moral Islam dalam Membangkitkan Etos Ekonomi Umat. MIMBAR, dalam *Jurnal Sosial dan Pembangunan MIMBAR*, 23(1).
- Ghani, A.M. (2017). Manajemen Komunikasi Marketing LAZISNU Kota

- Bandung. *Jurnal Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 61-84.
- Haerisma, A. S. (2015). Pola Pemberdayaan Ekonomi Umat di Organisasi Masyarakat Muhammadiyah Kota Cirebon, dalam *Jurnal Al Amwal*, 7(2).
- Haryono, A. (2011). Pola Komunikasi Warga NU Etnis Madura sebagai Budaya Aternalistik. *Jurnal Humaniora*, 23(2).
- Ibrahim, S. (2001). Komunikasi sebagai Faktor Determinan dalam Organisasi, dalam *Jurnal Mediator*, 2(2), 291-301.
- Khomsahrial, R. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta: PT Grasindo,
- Muhammad, A. (1989). *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Sinar Grafika offset.
- Musfialdy. (2012). Organisasi dan Komunikasi Organisasi, dalam *Jurnal Kutubkhanah*, 15(1), 83-94.
- Nurrohm, H., & Anatan, L. (2009). Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi, dalam *Jurnal Manajemen*, 7(4), 1-9.
- Nurrohmah, A. (2017). Pola Aliran Informasi Komunikasi Dakwah Kultural Muhammadiyah (Studi Kasus Tentang Komunikasi Organisasi Muhammadiyah Dalam Proses Penyebaran Pesan Dakwah Kultural Sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat dan Penanaman Nilai-Nilai Islam). *Jurnal Transformasi*, 1(33).
- Pace, R. W. & Faules, D. F. Terj. Deddy Mulyana. (1993). *Komunikasi Organisasi. Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Prabawanti, B.E. (2008). Peran Komunikasi sebagai Pendukung Perubahan Organisasi, dalam *Jurnal Bina Ekonomi*, 12(1).
- Putra, M. A & Ghofur, M.A. (2018). Pola Komunikasi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (Pmii) Di Kota Malang. *Jurnal JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Rahardjo, M.D. (1995). Muhammadiyah dan Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jurnal Bestari No 20*(3).
- Rahmanto, A.F. (2004). Peranan Komunikasi dalam Suatu Organisasi, dalam *Jurnal Komunikologi*, 1(2), 59-75.
- Robert K. Y. (2013). *Studi Kasus Desain & Metode*, Jakart: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sari, D. Novita. (2015). *Journal ilmu Komunikasi*. 3 (1)
- Soemirat, S. (2000). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sulistiyani, A. T. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gava Media.
- Widjaja, AW. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

