

TASHRIF MODEL STRATEGY DEVELOPMENT (Strategi Pengembangan dengan Model Tashrif

Damanhuri

STAI Luqman Al Hakim Surabaya

damanhurikhazin08@gmail.com

Abstract

Dewasa ini, dalam islamic studies, belum banyak yang mempertemukan dengan konsep keilmuan umum seperti ilmu manajemen, lalu menjadi konsep yang baru. Sementara, secara praktis umat Islam mampu menguasai dunia dengan kemajuan keilmuan yang berjalan dalam masa yang lama. Tentunya, ditopang dengan konsep yang maju bahkan sebelum dunia barat mengalami kemajuan. Sebagaimana dalam ungkapan bahasa arab, Al-Imam fil Amam (seorang imam harus di depan). Tidak bisa di depan kalau tidak maju. Realitasnya, dunia barat yang sedang memimpin saat ini. Sehingga, perlu diramaikan kembali kajian ilmu yang berasal dari Maka dari sini, pembahasan ini bertolak yaituberagam konsep dan model strategi pengembangan organisasi yang lahir dari teori umum pada bidang sosial murni. Secara umum, konsep manajemen dan strategi dibangun di dunia bisnis dan untuk mengembangkan usaha bisnis, dalam level kecil atau besar. misalnya, yang lazim digunakan yaitu model pengembangan dengan bisnis model canvas. Di sisi lain, dalam konsep barat ilmu tidak berkaitan dengan bertambahnya iman. Kajian ini dikemukakan dalam rangka menunjukkan bukti integrasi keilmuan dan keterkaitan antar bidang keilmuan dalam kehidupan manusia. Dengan kata lain, ilmu akan menambah rasa iman di dada, karena semua ilmu berasal dari Al-Alim, Allah swt Tuhan alam semesta. Tujuan dari kajian ini, mengemukakan konsep manajemen secara umum dan konsep model strategi pengembangan organisasi yang lahir dari kajian ilmu bahasa Arab, dalam kajian ini, ilmu shorof. Metode yang digunakan adalah metode pustaka, dengan mengemukakan kajian model strategi pengembangan yang ada, seperti strategi development model ADDA oleh Checklan dan Poulter. Selanjutnya, mengemukakan model tashrif dalam strategi development. Hasilnya, strategi pengembangan model tashrif secara konseptual sangat menarik untuk dijadikan model pengembangan organisasi, lingkup diri pribadi atau organisasi sosial.

Keywords: *Tashrif Model, Strategy Development.*

A. INTRODUCTION

Ilmu shorof merupakan salah satu kajian keilmuan dalam ilmu bahasa Arab yang membahas tentang keadaan satu kata (*kalimah*) secara komprehensif. Upaya untuk mengintegrasikan ilmu shorof dengan kajian ilmu kepemimpinan sudah dilakukan. Hasilnya, kepemimpinan pendidikan dalam tinjauan ilmu shorof menemukan konsepnya. Ilmu shorof bisa menjelaskan secara konsep tentang teori kepemimpinan, prinsip kepemimpinan, perilaku pemimpin, tugas pemimpin dan syarat-syarat kepemimpinan.¹

Prinsip-prinsip kepemimpinan pendidikan dalam tinjauan ilmu shorof, hanya pada prinsip yang menggambarkan hubungan wazan dengan mauzun yaitu prinsip konstruktif, rasionalitas dan obyektifitas, kapasitas integratif, pragmatis, dan adaptabilitas fleksibilitas. Pembahasan huruf asal pada ilmu shorof menunjukkan pada perilaku kepemimpinan pendidikan khususnya kata yang dibentuk oleh huruf illat. Maka ada perilaku kepemimpinan yang mendukung penjelasan tentang pemimpin adalah orang yang bertanggung jawab terhadap situasi yang nyaman pada anggotanya. Ada beberapa keputusan yang diambil pemimpin antara lain, dijelaskan dalam pembahasan ilmu shorof yaitu dengan mengganti huruf illat, memindahkan harkat pada huruf shohih di depannya jika ada huruf illat berharkat sementara huruf sebelumnya huruf shohih sukun, dan membuang huruf illat.

Unsur kepemimpinan pendidikan dalam ilmu shorof diwakili *wazan* sebagai orang yang memimpin, *mauzun* sebagai orang yang dipimpin, target dan tujuan diwakili oleh *shighob* (bentuk kata sesuai dengan arti yang diharapkan) dan

¹ Damanhuri, *Kepemimpinan pendidikan dalam tinjauan ilmu shorof*, (Surabaya: Ta'dibi, Jurnal Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Volume VI Nomor 2, 2018), p 63

kegiatan untuk mencapai tujuan yaitu *tashrif* (merubah satu bentuk ke bentuk kata yang lain sesuai dengan yang dikehendaki).

Dewasa ini, dalam islamic studies, belum banyak yang mempertemukan dengan konsep keilmuan umum seperti ilmu manajemen, lalu menjadi konsep yang baru. Sementara, secara praktis umat Islam mampu menguasai dunia dengan kemajuan keilmuan yang berjalan dalam masa yang lama. Tentunya, ditopang dengan konsep yang maju bahkan sebelum dunia barat mengalami kemajuan.

Sebagaimana dalam ungkapan bahasa arab, *Al-Imam fil Amam* (seorang imam harus di depan). Tidak bisa di depan kalau tidak maju. Realitasnya, dunia barat yang sedang memimpin saat ini. Beragam konsep dan model strategi pengembangan organisasi yang lahir dari teori umum pada bidang sosial murni. Secara umum, konsep manajemen dan strategi dibangun di dunia bisnis dan untuk mengembangkan usaha bisnis, dalam level kecil atau besar. misalnya, yang lazim digunakan lembaga pendidikan dan perusahaan yaitu model pengembangan dengan bisnis model canvas.

Berdasar hal ini, perlu diramaikan kembali kajian ilmu yang berasal dari rahim umat. Di sisi lain, dalam konsep barat, ilmu tidak berkaitan dengan bertambahnya iman. Kajian ini dikemukakan dalam rangka menunjukkan bukti integrasi keilmuan dan keterkaitan antar bidang keilmuan dalam kehidupan manusia. Dengan kata lain, ilmu akan menambah rasa iman di dada, karena semua ilmu berasal dari Al-Alim, Alloh swt Tuhan alam semesta.

Tujuan dari kajian ini mengemukakan dan mendeskripsikan konsep manajemen secara umum dan konsep model strategi pengembangan organisasi yang lahir dari kajian ilmu bahasa Arab, dalam kajian ini, ilmu shorof.

Sedangkan manfaat dari kajian ini antara lain; (1) Sebagai upaya baru untuk memahami ilmu bahasa Arab, termasuk istilah ilmu shorof secara praktis dan teoritis. (2) Tumbuhnya cinta kepada ilmu bahasa Arab yang merupakan salah satu “anak” dari Ilmu Al-Quran. (3) Sebagai salah satu model pengembangan organisasi pendidikan atau pengembangan pembelajaran yang efektif dan menarik.

B. METHOD AND MATERIAL

Kajian ini adalah metode kajian pustaka mengenai model strategy development. Kajian pustaka bersumber dari buku, jurnal dan lainnya mengenai data atau materi yang dibahas dan dikaji. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dan pengembangan (Research and Development). Penelitian dan pengembangan (RnD) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut.² Namun, pada kajian ini tidak dilakukan uji keefektifan produk.

Kajian deskriptif terhadap konsep model strategi pengembangan dikemukakan dalam pembahasan iniantara lain:

1. Model ADDA sebagai model strategy development yang dipublikasikan oleh MC-Chemichal sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kimia dan medis.

² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), p. 407.

2. Model ADIR sebagai model pengembangan strategi yang dipublikasikan oleh Center First sebagai lembaga konsultasi manajemen pada bidang kedokteran.
3. Bisnis Model Canvas yang diperkenalkan pertama kali oleh Alexander Osterwalder.
4. Model ADDIE yang dikembangkan oleh Dick dan Carry (1996).

Selanjutnya, pembahasan mengenai Ilmu Shorof dan Tashrif. Dan dari kajian Tashrif inilah akan dipaparkan Model Tashrif sebagai Model Strategi Pengembangan. Materi pembahasan bersumber dari buku bahasa Arab, buku manajemen dan jurnal penelitian.

C. RESULT AND DISCUSSION

1. MODEL-MODEL STRATEGY DEVELOPMENT

Pengertian strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.³ Definisi yang lebih berkembang tentang strategi dijelaskan oleh Pulpenmas Institute, yaitu penentuan kerangka kerja dari aktivitas bisnis sebagai pedoman untuk mengordinasikan aktivitas sehingga organisasi dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah.⁴

Sedangkan pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Maka istilah pengembangan bersifat umum, pada bidang apa pengembangan itu dilakukan. Dalam bidang pembelajaran, arti

³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), p. 964.

⁴ Toto S. Athoillah, *Desain sekolah Unggulan*, (Sidoarjo: Pulpenmas Institute, 2019), p.0

pengembangan adalah suatu proses mendesain pembelajaran secara logis, dan sistematis dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan belajar dengan memperhatikan potensi dan kompetensi peserta didik.⁵

Dalam usaha melakukan pengembangan terdapat tiga macam; (1) Strategi pengembangan pasar, merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru. (2) Strategi pengembangan produk, yaitu perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru. (3) Strategi inovasi, merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk atau jasa baru.⁶

Kesimpulannya, dalam strategi ada pengembangan begitu juga dalam kegiatan pengembangan ada strategi yang dilakukan. Karena hal ini, dalam kajian ini disebut *strategy development*. Model-model *strategy development* itu antara lain;

a. **Model ADDA**⁷

ADDA adalah singkatan dari Analyze, Decide, Design, dan Act. Yang bermakna, analisis, putuskan, desain dan tindakan. Apa maksud dari model ADDA ini? Strategi hebat tidak sering datang dari satu ide hebat. Lebih mungkin bahwa rencana yang sangat berkembang akan muncul sebagai hasil pengabdian pada proses pengembangan strategi. Mengikuti proses yang

⁵ Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), p. 24.

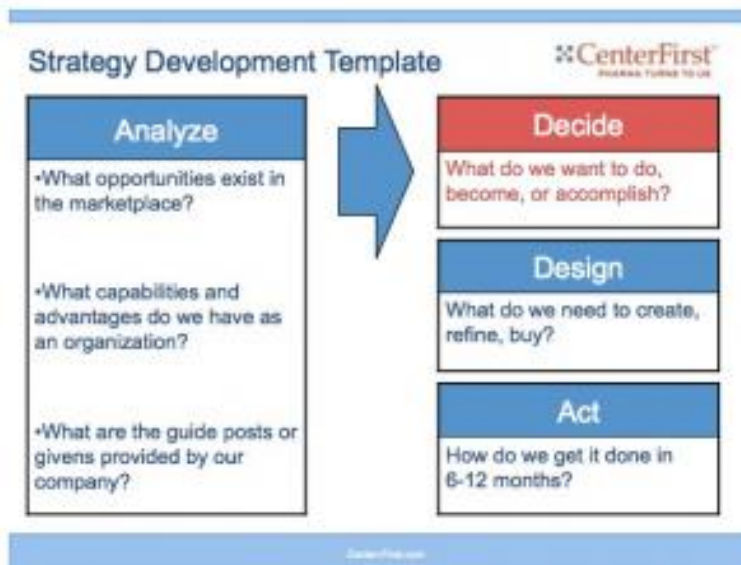
⁶ M. Husni, *Manajemen Strategi*, (Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009), p. 37-39

⁷ Pete Guillot, *Strategy Development Process – Good Decisions Are More Important Than Great Ideas*, 2013, <https://www.center-first.com/strategy-development-process-good-decisions-are-more-important-than-great-ideas-2/>

telah teruji oleh waktu akan menghasilkan informasi berharga untuk pengambilan keputusan yang baik, yang merupakan landasan strategi yang hebat. Jangan salah paham, akan sangat membantu jika memiliki ide-ide hebat, tetapi ide-ide hebat setelah analisis yang cermat akan menghasilkan hasil yang jauh lebih baik.

Model strategi pengembangan yang penekanannya pada adanya keputusan yang segera direalisasikan. Keputusan dari beberapa gagasan hebat yang ditetapkan setelah melalui analisa.

Di bawah ini adalah templat yang telah berhasil kami gunakan di CenterFirst dalam kemitraan dengan beberapa pelanggan farmasi untuk membantu mengembangkan strategi pusat kontak yang efektif.



Langkah-langkahnya relatif mudah, dan templat menyediakan pertanyaan dasar yang harus dijawab dalam setiap langkah proses. Mari kita berjalan cepat

melalui templat dan saya akan memberikan beberapa contoh singkat dari hasil dari setiap langkah.

Langkah 1 - Analisis - Carilah pasar untuk peluang apa yang ada. Nilai kapabilitas internal yang Anda miliki yang memanfaatkan peluang ini. Pahami batasan apa yang mungkin dimiliki organisasi Anda sendiri pada kemampuan Anda untuk memanfaatkan peluang ini.

Contoh - Dokter menghabiskan 11 jam per minggu online. Itu tiga jam lebih banyak per minggu daripada hanya dua tahun yang lalu. Karena itu, haruskah perusahaan kita mulai berpartisipasi dalam keterlibatan media sosial?

Langkah 2 - Putuskan - Berdasarkan pada peluang di pasar dan kemampuan Anda untuk mengukur peluang tersebut, putuskan di mana menginvestasikan sumber daya Anda. Sama pentingnya untuk memutuskan di mana tidak berinvestasi.

Contoh - Kami percaya dokter akan terus mencari di web untuk jawaban atas pertanyaan medis dan ilmiah mereka, dan pelanggan dokter kami akan beralih ke pusat kontak kami sebagai sumber informasi yang paling disukai di web. Karenanya, kami tidak akan berinvestasi dalam keterlibatan konsumen melalui saluran medial sosial.

Langkah 3 - Desain - Menerapkan strategi yang diputuskan pada Langkah 2 akan membutuhkan investasi dalam kemampuan. Organisasi internal mungkin perlu dibentuk, kemitraan dikembangkan, kebijakan tertulis, dan teknologi diperbarui.

Contoh - Tim lintas fungsi akan dibentuk untuk mengembangkan kebijakan media sosial internal kami dengan pedoman keterlibatan dokter khusus.

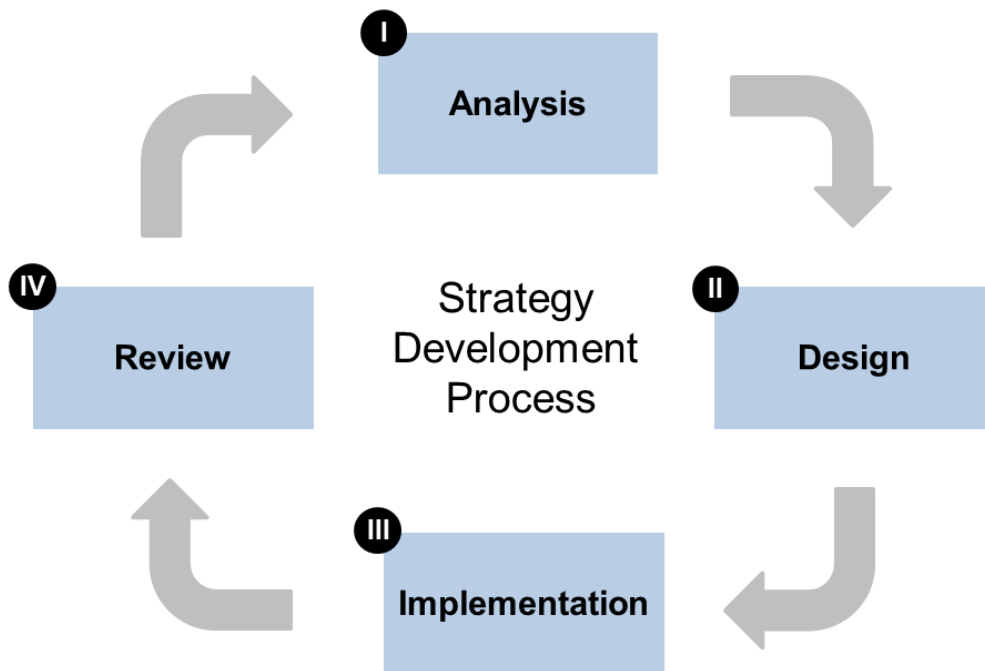
Langkah 4 - Tindakan - Keputusan strategi yang dibuat pada Langkah 2 dan dirancang pada Langkah 3 mengalir ke tindakan dalam bentuk tujuan kinerja, anggaran, dan rencana tindakan.

Contoh - Aplikasi akses perawatan dokter kami yang terfokus akan diujicobakan pada Q1 dan diluncurkan dengan modifikasi pada Q2. Saya akan mengakui bahwa contoh-contohnya cukup sederhana, tetapi prosesnya sangat bagus. Menerapkan templat ini bahkan untuk upaya strategis terbesar akan membantu Anda membuat keputusan yang baik yang mengarah pada strategi hebat.

b. **Model ADIR**⁸

ADIR adalah singkatan dari Analysis, Design, Implementation dan Review. Strategi pengembangan model ADIR dikembangkan oleh MC-Chemical. Yang menjelaskan tentang proses pengembangan strategi dalam industri kimia yang mempublikasikan pengetahuan tentang berbagai topik yang relevan untuk opsi strategis, misalnya; Akuisisi, komoditisasi, inovasi, tren pengembangan di Cina, perlindungan kekayaan intelektual, tren pasar, lokalisasi, biaya tenaga kerja, harga, layanan, pencarian target.

⁸ Kai Pflug, *Strategy Development*, Management Consulting-Chemical Ltd, 2017, <http://www.mc-chemicals.com/content/strategy-development-0>



Model ADIR beralasan bahwa strategi yang baik adalah kunci keberhasilan tidak hanya bagi perusahaan kimia, tapi juga pada organisasi yang lainnya.

Tujuan dari model pengembangan strategi ini antara lain:

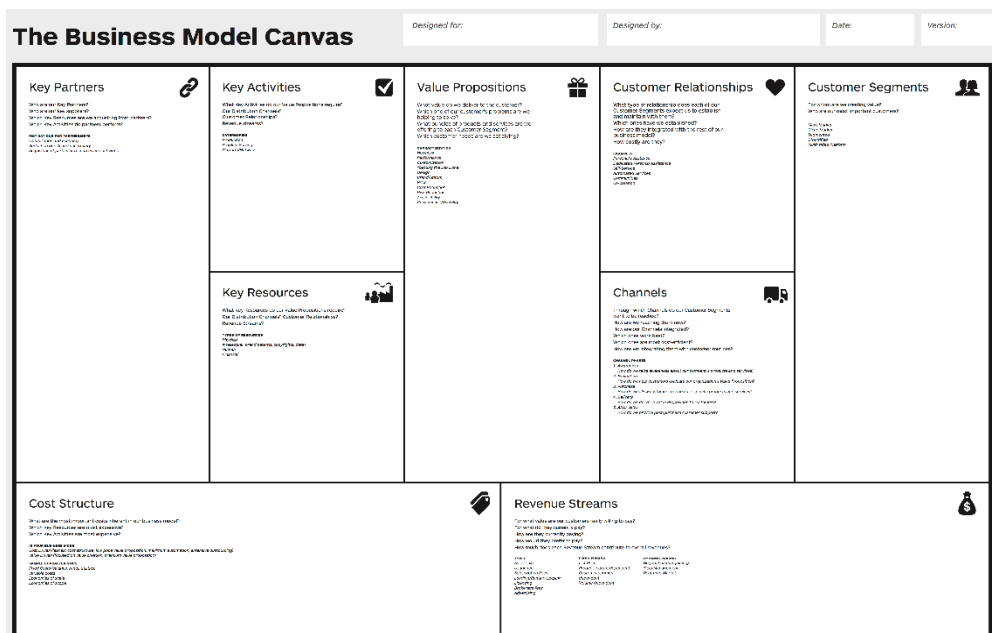
- Analisis komprehensif situasi industri dan perusahaan, misalnya situasi pasar, persaingan, tren pasar, pemasok, segmen pelanggan
- Penentuan faktor kunci keberhasilan berdasarkan segmen
- Analisis kekuatan dan kelemahan klien mengenai faktor kunci keberhasilan
- Identifikasi "ruang putih" yang memberikan peluang untuk pertumbuhan lebih lanjut
- Identifikasi langkah-langkah untuk mendorong pertumbuhan

- Analisis biaya-manfaat dari langkah-langkah untuk menjamin profitabilitas pertumbuhan yang ditargetkan
- Saran untuk tindakan dan langkah implementasi

berdasarkan data tertulis, model strategy development ini sudah dilaksanakan pada proyek pertumbuhan industri kimia di Jerman, China dan India.

c. Bisnis Model Canvas

Bisnis model kanvas adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen. Model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul Business Model Generation. Dalam buku tersebut, Alexander mencoba menjelaskan sebuah framework sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis. Jika dilihat sepintas, sebenarnya alur model bisnis kanvas nampak cukup sederhana. Secara garis besar, alurnya mengalir dari satu elemen bisnis menuju elemen penting berikutnya.



Berikut adalah sembilan elemen yang terdapat dalam bisnis model kanvas.⁹

Customer Segments

Elemen pertama yang harus Anda miliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. Misalnya, suatu maskapai penerbangan mengeluarkan 2 produk untuk memenuhi kebutuhan 2 segmen pelanggan yang berbeda, atau ada 2 stasiun televisi yang menyajikan 2 acara berbeda untuk memenuhi segmen pelanggan yang berbeda.

Value Proposition

Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi customer segment-nya. Hal ini menjadi kesempatan bagi Anda untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis yang lain.

Channels

Melalui penggunaan channels yang tepat, Anda baru bisa menyampaikan value propositions kepada customer segments. Jadi, cobalah pikirkan channels yang ingin Anda gunakan dengan baik, karena penentuan channels adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis.

Revenue Streams

Revenue stream merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal

⁹ Dina Amalia, *9 Elemen yang harus ada dalam bisnis model Kanvas*, 2018, <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas/>

mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

Key Resource

Key resource adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

Customer Relationship

Ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

Key Activities

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.

Key Partnership

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari key activities yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi.

Cost Structure

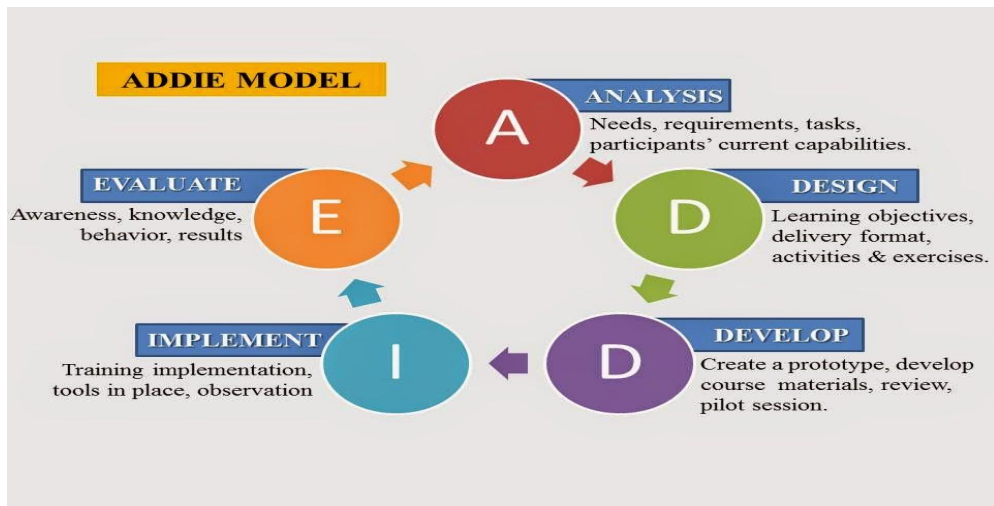
Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan

risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan.

d. Model ADDIE

ADDIE merupakan singkatan dari Analysis, Design, Development or Production, Implementation or Delivery and Evaluations. Model ini memiliki kesamaan dengan model pengembangan sistem basis data yang telah diuraikan sebelumnya. Inti kegiatan pada setiap tahap pengembangan juga hampir sama. Oleh sebab itu, model ini dapat digunakan untuk berbagai macam bentuk pengembangan produk seperti model, strategi pembelajaran, metode pembelajaran, media dan bahan ajar.¹⁰

Model ADDIE dikembangkan oleh Dick and Carry (1996) untuk merancang sistem pembelajaran.



¹⁰ Endang Mulyatiningsih, Pengembangan Model Pembelajaran, <http://staffnew.uny.ac.id/upload/131808329/pengabdian/7cpengembangan-model-pembelajaran.pdf>

Tabel berikut ini menguraikan, kegiatan pada model ini.

Tahap Pengembangan	Aktivitas
Analysis	<ul style="list-style-type: none">• Pra perencanaan: pemikiran tentang produk (model, metode, media, bahan ajar) baru yang akan dikembangkan• Mengidentifikasi produk yang sesuai dengan sasaran peserta didik, tujuan belajar, mengidentifikasi isi/materi pembelajaran, mengidentifikasi lingkungan belajar dan strategi penyampaian dalam pembelajaran
Design	<ul style="list-style-type: none">• Merancang konsep produk baru di atas kertas• Merancang perangkat pengembangan produk baru. Rancangan ditulis untuk masing-masing unit pembelajaran. Petunjuk penerapan desain atau pembuatan produk ditulis secara rinci
Develop	<ul style="list-style-type: none">• Mengembangkan perangkat produk (materi/bahan dan alat) yang diperlukan dalam pengembangan• Berbasis pada hasil rancangan produk, pada tahap ini mulai dibuat produknya (materi/bahan, alat) yang sesuai dengan struktur model• Membuat instrumen untuk mengukur kinerja produk
Implementatio n	<ul style="list-style-type: none">• Memulai menggunakan produk baru dalam pembelajaran atau lingkungan yang nyata• Melihat kembali tujuan-tujuan pengembangan produk, interaksi antar peserta didik serta

	menanyakan umpan balik awal proses evaluasi
Evaluation	<ul style="list-style-type: none">• Melihat kembali dampak pembelajaran dengan cara yang kritis• Mengukur ketercapaian tujuan pengembangan produk• Mengukur apa yang telah mampu dicapai oleh sasaran• Mencari informasi apa saja yang dapat membuat• peserta didik mencapai hasil dengan baik

2. PEMBAHASAN ILMU SHOROF

Secara pengertian bahasa (lughah), SHOROF/TASRIF ialah berubah atau mengubah. Berubah dari bentuk aslinya kepada bentuk yang lain.¹¹

Dan secara pengertian istilah (menurut kalangan ulama' shorof), SHOROF/TASRIF ialah berubah dari fi'il madhi (bentuk asal pertama) kepada fi'il mudhori', mashdar, isim fa'il, isim ma'ul, fi'il amar, isim makan dan terakhir sampai pada isim alat.

Tujuan dari perubahan bentuk tersebut adalah untuk memperoleh makna yang berbeza. Dari perubahan satu bentuk kata kepada bentuk kata yang lain dalam ilmu shorof dinamakan SHIGHOT (الصِّيغَةُ).

Oleh yang demikian, ilmu yang mempelajari berbagai bentuk perubahan kata, dari asal usul kata dinamakan ILMU SHOROF.

Tashrif itu ada dua macam:¹²

¹¹Jamal Abdul Azis Ahmad, *Qowaid As-Shorf*, (Oman: Wazaroh Awqof wasy-Syuuni diniyah, 2012, p. 7

¹² Muhammad Ali Maksum, *Amsilah Tasrifiyah*, (Surabaya: Pustaka Nabhan, tt)

1. Tashrif Ishtilahi (تَصْرِيفُ اصْطِلَاحِيٌّ), yaitu perubahan kata yang didasarkan pada perbedaan bentuk katanya seperti merubah sebuah kata kerja bentuk lampau menjadi kata kerja bentuk sedang, kata kerja bentuk perintah, kata kerja bentuk larangan, dan seterusnya.
2. Tashrif Lughawi (تَصْرِيفُ لُغَوِيٌّ), yaitu perubahan yang didasarkan pada jumlah dan jenis pelakunya seperti perubahan sebuah kata benda tunggal menjadi kata benda berjumlah dua, menjadi kata benda jamak, dan sebagainya.

SHIGHOT

Shighot berarti bentuk kata. Ada tiga jenis kata dalam Bahasa Arab, yaitu Fi'il, Isim dan Huruf. Fi'il artinya kata kerja, padanya terkandung waktu baik yang telah berlalu, yang sedang berlangsung atau yang akan datang. Sedangkan Isim adalah kata benda atau menunjukkan benda, padanya tidak terkandung waktu. Sedangkan huruf adalah kata yang memiliki makna yang bisa dipahami jika di depan isim atau fi'il.

Dari segi Fi'il ada empat macam shighot, yaitu:

1. **Fi'il Madhi** – yaitu kata kerja lampau.
2. **Fi'il Mudhori'** – yaitu kata kerja sedang atau akan datang.
3. **Fi'il Amar** – yaitu kata kerja perintah.
4. **Fi'il Nahi** – yaitu kata kerja larangan.

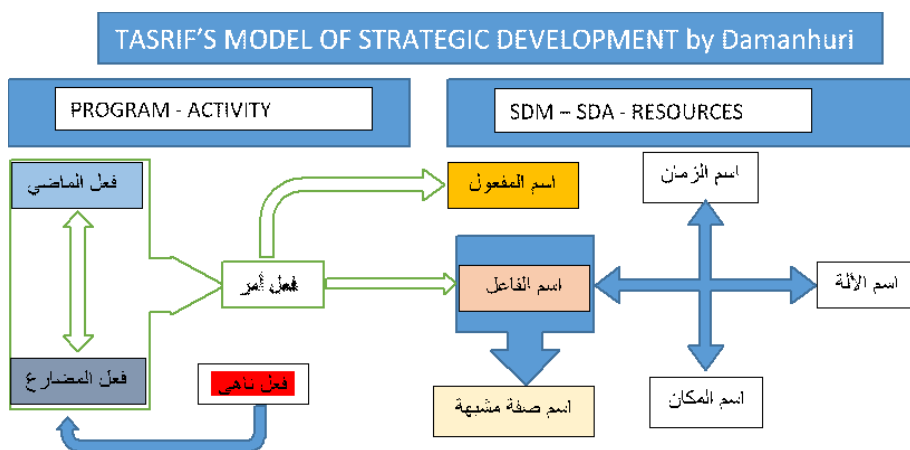
Dari segi Isim ada sepuluh shighot, yaitu:

1. **Mashdar** – yaitu bentuk kata dasar atau kata terbitan.
2. **Mashdar Mim** – yaitu mashdar yang mendapat tambahan mim.

3. *Isim Fa'il* – yaitu kata nama yang menunjukkan pengertian pelaku.
4. *Sifat Musyabbihah bismi fa'il* – yaitu kata sifat yang disamakan dengan isim fa'il.
5. *Shight Mubalaghah* – yaitu bentuk penyangatan yang biasa diertikan: Maha.
6. *Isim Tafdhil* – yaitu kata nama yang mengandung pengertian lebih.
7. *Isim Ma'ful* – yaitu kata benda yang menunjukkan pengertian penderita. *Isim Makan* – yaitu kata benda yang menunjukkan pengertian tempat.
8. *Isim Zaman* – kata benda yang menunjukkan pengertian waktu.
9. *Isim Alat* – yaitu kata benda yang menunjukan pengertian alat.

3. MODEL TASHRIF DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN

Pengembangan strategi model tashrif saya perkenalkan, dengan bentuk sebagai berikut,



Tasrif Isthilahi yang biasa digunakan adalah seperti berikut:

ARTI	KETERANGAN SHIGHOT	WAZAN
Telah berbuat ia seorang laki-laki.	فعل الماضي. Fi'il Madhi maksudnya perbuatan yang telah lalu. Dalam terjemahan biasanya menggunakan perkataan "telah".	فَعَلٌ
Sedang/akan berbuat ia seorang laki-laki.	فعل المضارع. Fi'il Mudhori' maksudnya perbuatan yang sedang dikerjakan atau akan dikerjakan.	يَفْعَلُ
Perbuatan	مصدر. Mashdar maksudnya kata nama terbitan. Mashdar ghoiru mim (tanpa diawali mim) dan Mashdar Mim (yang diawali dengan mim).	فَعْلًا/مَفْعَلًا
Seorang laki-laki yang berbuat.	اسم الفاعل. Isim Fa'il maksudnya pelaku dari sesuatu pekerjaan.	فَاعِلٌ
Seorang laki-laki yang dibuat (objek)	اسم المفعول. Isim Ma'ful maksudnya yang dikenai pekerjaan, bisa orang bisa benda.	مَفْعُولٌ
Hendaklah engkau seorang laki-laki berbuat.	فعل أمر. Fi'il Amar maksudnya perbuatan perintah. (suruhan)	أَفْعُلْ
Janganlah engkau seorang laki-laki berbuat.	فعل ناهي. Fi'il Nahi maksudnya perbuatan larangan, karena artinya menunjukkan larangan.	لَا تَفْعُلْ
Masa/waktu berbuat.	اسم الزمان. Isim Zaman maksudnya nama zaman/masa, kerana menunjukkan kepada masa/waktu.	مَفْعَلٌ
Tempat berbuat.	اسم المكان. Isim Makan maksudnya nama tempat, kerana menunjukkan kepada	مَفْعَلٌ

	tempat.	
Alat untuk berbuat.	اسم الآلة. Isim Alat maksudnya nama alat atau perkakas.	مِفْعَلٌ

Pengembangan strategi model tashrif menggunakan sighot dalam Tasrif Istilahi sebagai dasar untuk pengembangan strategi organisasi. Ada dua tahapan dalam strategy development model tashrif, kedua tahapan tersebut bisa dijelaskan dalam uraian berikut ini.

1. Pertama, dalam mengembangkan organisasi dimulai dengan analisa menyeluruh terhadap Fiil Madhi dan Fiil Mudhori'.

Fiil Madhi adalah kata yang menunjukkan pada pekerjaan di masa yang sudah berlalu. Mengandung maksud bahwa semua program atau aktivitas organisasi yang sudah berlalu, program sebelumnya dilihat kembali dan dianalisa apakah program yang sudah berlalu itu sudah baik atau belum baik? Apakah perlu adanya revisi dan reduksi? Analisa sederhana dengan cara, memaparkan yang sudah dilaksanakan pada masa sebelumnya. Itulah maksud Fiil Madhi dalam Model Tasrif.

Fiil Mudhori' adalah kata menunjukkan pekerjaan pada masa sekarang. Maksudnya program kegiatan atau aktivitas yang dilakukan pada saat sekarang atau yang sedang berjalan. Hasil analisa fi'il madhi dan fi'il mudhori dijadikan sebagai acuan untuk menetapkan program apa yang harus dilaksanakan dan dilakukan, inilah maksud Fiil Amar dalam Model Tasrif yaitu apa yang akan dikerjakan dalam program atau aktivitas pengembangan untuk organisasi. Selain Fiil Amar, dari analisa itu juga ada Fiil Nahi artinya yang tidak boleh dilakukan, atau belum bisa

direncanakan menjadi program kerja. Nahi artinya adalah larangan, agenda larangan ini kemudian Dikembalikan pada masa saat sekarang Lalu diubah sebagaimana orientasi pada atau pengalaman pada fi'il madhi atau masa yang sebelumnya sehingga yang tidak bisa dilakukan ini bisa menjadi rekomendasi untuk fi'il Amar.

2. Analisa terhadap fi'il madhi aktivitas atau program yang terdahulu atau dari masa sebelumnya dengan komparasi fi'il mudhori aktivitas atau program yang saat ini berjalan lalu lahirlah fi'il Amar yaitu rekomendasi program atau program unggulan yang harus dikerjakan dan dilaksanakan dalam rangka untuk pengembangan organisasi menjadi lebih baik setelah itu ditetapkan maka dicarilah pada kuadran kedua ini yaitu Isim fa'il, Siapa yang akan mengerjakan program itu dan kemudian Kepada siapakah target program itu itu dijalankan, yaitu Isim maf'ul.

Pada model Tashrif, Isim fa'il perlu yaitu orang yang melaksanakan program atau penanggung jawab teknis dan program maka perlu melihat tiga hal pertama, Isim zaman waktunya Kapan pelaksanaan program dilakukan dan pada waktu yang seperti apakah program itu akan berjalan dengan baik. Kedua, isim makan yaitu dimanakah tempat program itu bisa dijalankan, bermakna tempat juga adalah situasi dan keadaan kondisi organisasi apakah kondisi organisasi ini dalam keadaan yang baik artinya tempat yang baik atau tidak. Ketiga, Isim Alat yaitu *tool* atau media yang digunakan untuk suksesnya program atau keberhasilan program yang sudah ditetapkan.

Selanjutnya, pada Isim fa'il ada Isim sifat musyabbihah, yang bermakna deskripsi atau sifat yang serupa. karenanya pelaku atau pelaksana program baik dari level tertinggi atau level dibawahnya perlu melihat

sifat-sifat yang serupa yang itu bisa muncul dan hampir sama secara umum terjadi kepada setiap orang dalam interaksi pelaksanaan program.

D. CONCLUSION

Dari pembahasan ini, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Ilmu Shorof sebagai salah satu ilmu bahasa Arab bisa dijadikan model strategi development, dengan nama Tasrif Model.
2. Pada kajian ini, yang dijadikan sebagai model pengembangan strategi adalah pada Tasrif Istilahi. Untuk Tasrif Lughowi perlu pengembangan lagi apakah bisa dijadikan sebagai model strategi development.
3. Model Tasrif dalam pengembangan strategi menggunakan dua tahapan, tahapan pertama Analisa Fiil Madi dan Fiil Mudhori' sampai menghasilkan Fiil Amar dan Fiil Nahi. Fiil adalah program atau kegiatan organisasi, Madi artinya program sebelumnya, dalam hitungan tahun berarti tahun sebelumnya. Mudhori' artinya program saat ini atau yang sedang terlaksana, dalam hitungan tahun berarti tahun berjalan. Amar artinya perintah, yaitu hasil analisa Fiil Madi dan Mudhori' menghasilkan Fiil Amar, yaitu program yang direkomendasikan atau harus dilakukan pada tahun berikutnya. Disamping itu, ada juga Nahi artinya kegiatan yang tidak boleh dilakukan atau tidak direkomendasi menjadi program tentu karena beberapa alasan.
4. Kedua pada tahapan implementasi Amar, perintah program itu yang meliputi Isim Fail, orang yang mengerjakan atau pelaksana program dan Isim Maful, yang menjadi sasaran atau target dari program Fiil Amar.

5. Dalam pelaksanaannya, Model Tasrif, memberikan panduan bagi Isim Fail untuk memperhatikan Isim Makan, yaitu tempat dan situasi, Isim Zaman, yaitu waktu pelaksanaannya, dan Isim Alat, yaitu media atau tools terlaksananya program dengan baik.

E. REFERENCE

- Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).
- Damanhuri, *Kepemimpinan pendidikan dalam tinjauan ilmu shorof*, (STAIL Surabaya: Ta'dibi, Jurnal Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Volume VI Nomor 2, 2018).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989).
- Dina Amalia, *9 Elemen yang harus ada dalam bisnis model Kanvas*, 2018, <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas/>
- Endang Mulyatiningsih, *Pengembangan Model Pembelajaran*, <http://staffnew.uny.ac.id/upload/131808329/pengabdian/7cpengembangan-model-pembelajaran.pdf>
- Jamal Abdul Azis Ahmad, *Qowaid As-Shorof*, (Oman: Wazaroh Awqof wasy-Syuuni diniyah, 2012).
- Kai Pflug, *Strategy Development*, Management Consulting-Chemichal Ltd, 2017, <http://www.mc-chemicals.com/content/strategy-development-0>
- M. Husni, *Manajemen Strategi*, (Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009).
- Muhammad Ali Maksum, *Amsilah Tasrifiyah*, (Surabaya: Pustaka Nabhan, tt)
- Pete Guillot, *Strategy Development Process – Good Decisions Are More Important Than Great Ideas*, 2013, <https://www.center-first.com/strategy-development-process-good-decisions-are-more-important-than-great-ideas-2/>
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Toto S.Athoillah, *Desain sekolah Unggulan*, (Sidoarjo: Pulpenmas Institute, 2019).