

## Manajemen Pemberdayaan Ekonomi Umat melalui Pasar Rakyat Masjid Jami' Nurul 'Ilmi Semarang

Aulia Cassanova<sup>1</sup>, Nihayatur Rif'ah<sup>2</sup>, Dela Kurniawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Pesanan Riset Al-Muhtada

Email: cassanovaaulia04@gmail.com

**Abstract:** Masjid Jami' Nurul 'Ilmi Semarang empowers the people's economy by organizing People's Market. This empowerment involves Micro, Small and Medium Enterprises who sell in the mosque yard every Sunday morning. This study aims to explain the strategy of the Masjid Jami' Nurul 'Ilmi's da'wah management in the community economic empowerment program based on the People's Market. This study is a qualitative study with a field study model and descriptive discussion. The results of the study indicate that the success of da'wah management strategy of community economic empowerment through the People's Market includes; availability of funds, active involvement of participants, progressive drivers, and good cooperation between elements. The factor of availability of funds is in the form of the procurement of the UUP program. The factor of active involvement of participants includes the role of mosque administrators, traders, and the community. Progressive driving factors include management innovation in the form of the Sunday Morning Study program and the procurement of shopping vouchers. The factor of cooperation between elements includes cooperation between mosque administrators, donors, traders, and the surrounding community.

**Keywords:** Masjid Jami' Nurul 'Ilmi Semarang, Da'wah Management Strategy, People's Market

**Abstrak:** Masjid Jami' Nurul 'Ilmi Semarang memberdayakan ekonomi umat dengan menyelenggarakan Pasar Rakyat. Pemberdayaan ini melibatkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berjualan di halaman masjid setiap Ahad pagi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi manajemen dakwah Masjid Jami' Nurul 'Ilmi pada program pemberdayaan ekonomi umat berbasis Pasar Rakyat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan model studi lapangan (*field research*) dengan pembahasan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi manajemen dakwah dalam pemberdayaan ekonomi umat melalui Pasar Rakyat meliputi; ketersediaan dana, keterlibatan secara aktif para partisipan, penggerak yang progresif, dan adanya kerjasama antar unsur dengan baik. Faktor ketersediaan dana berupa pengadaan program UUP. Faktor keterlibatan secara aktif para partisipan yang mencakup peran pengurus masjid, pedagang, dan masyarakat. Faktor penggerak yang progresif mencakup inovasi pengurus berupa program Pengajian Ahad Pagi dan pengadaan *voucher* belanja. Faktor kerjasama antar unsur mencakup kerja sama pengurus masjid, para donatur, pedagang, dan masyarakat sekitar.

**Kata kunci:** Masjid Jami' Nurul 'Ilmi Semarang, Strategi Manajemen Dakwah, Pasar Rakyat

### Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Pada Desember 2021, jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa atau setara dengan 86,9% dari total penduduk Indonesia (Bayu, 2022). Hal tersebut menjadikan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Indonesia juga dijuluki sebagai "Negeri Sejuta Masjid". Menurut data SIMAS (Sistem Informasi Masjid) Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa pada bulan Juni tahun 2022, terdapat 292.793 Masjid dengan rincian 1 Masjid Negara, 33 Masjid Raya, 430 Masjid Agung, 5.045 Masjid Besar, 237.304 Masjid Jami', 1.022 Masjid bersejarah, serta 48.994 Masjid di tempat publik (Effendi,

2022). Hampir tidak ada daerah di Indonesia yang tidak tersentuh oleh pembangunan masjid.

Namun sayangnya, wujud fisik pembangunan masjid tidak diimbangi dengan perkembangan peran atau fungsi masjid. Pada masa Rasulullah Sallallahu ‘Alaihi Wasallam, masjid tidak hanya difungsikan untuk tempat beribadah saja, namun juga sebagai pusat pemberdayaan umat Islam di berbagai bidang, seperti ekonomi, politik, sosial, pendidikan, dan dakwah (Mauludi dkk., 2021). Hal tersebut bertolak belakang dengan masjid-masjid saat ini yang telah kehilangan fungsi dan perannya dalam pemberdayaan umat dan diganti sebagai tempat ibadah *mahdhah* saja (Mubarok, 2018). Sehingga hal tersebut menjadikan banyak masjid sepi dari kegiatan-kegiatan *ubudiyah* maupun kegiatan lainnya yang dapat memberdayakan umat.

Azzama dan Muhyani (2019) menjelaskan terdapat beberapa faktor penyebab utama sepi masjid, baik sepi dari kegiatan *ubudiyah* maupun kegiatan yang lain. Faktor-faktor tersebut di antaranya ialah kejahilan (kebodohan) para pengurus masjid, ketidakpahaman pengurus masjid terhadap sunah Rasulullah Sallallahu ‘Alaihi Wasallam, dan pengurus masjid yang berlomba-lomba untuk menjadi juru kunci masjid.

*Pertama*, kejahilan para pengurus masjid. Pada hal ini pengurus masjid berlomba-lomba dalam memperbesar bangunan masjid dengan cara melakukan renovasi ataupun pembangunan secara masif. Namun, tidak diimbangi dengan kegiatan yang dapat memberdayakan umat dan menarik perhatian jamaah untuk turut serta menghidupkan masjid, sehingga masjid digunakan hanya sebagai tempat salat saja tanpa adanya kegiatan lain untuk memakmurkan masjid guna memberdayakan umat. Hal ini sebagaimana telah diperingatkan oleh Rasulullah Sallallahu ‘Alaihi Wasallam dalam salah satu hadisnya:

Artinya : *“Masjid-masjid dibangun megah, tetapi sepi dari pelaksanaan petunjuk Allah.”* (HR. Baihaqi).

Maksud dari kalimat “pelaksanaan petunjuk Allah” adalah dengan memakmurkan masjid. Menurut Moh. E. Ayub (1996), masjid yang makmur adalah masjid yang digunakan sebagai tempat ibadah dan sekaligus menjadi pusat kebudayaan Islam di sekitarnya. Hal ini selaras dengan firman Allah dalam surah At -Taubah ayat 18:

Artinya: *“Sesungguhnya yang memakmurkan masjid Allah hanyalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta (tetap) melaksanakan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada apapun) kecuali kepada Allah. Maka mudah-mudahan mereka termasuk orang-orang yang mendapat petunjuk.”* (QS. At- Taubah: 18).

*Kedua*, ketidakpahaman pengurus masjid terhadap sunnah Rasulullah SAW. Pada masa Rasulullah SAW. masjid tidak hanya difungsikan sebagai tempat beribadah saja, akan tetapi juga difungsikan sebagai tempat pendidikan dan penerangan, peradilan, hingga pembicaraan mengenai perjanjian dengan tetangga non-muslim.

*Ketiga*, pengurus masjid berlomba-lomba untuk menjadi juru kunci masjid. Hal ini biasanya terjadi pada masjid bersejarah. Sedangkan menurut Moh. E. Ayub (1996) dalam buku Manajemen Masjid, terdapat beberapa tugas dan tanggung jawab pengurus masjid, yaitu

memelihara masjid dan mengatur kegiatan. Kegiatan tersebut dapat berupa kegiatan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

Masjid bukan hanya sebuah bangunan tempat beribadah umat Islam. Namun, masjid juga mempunyai peran sentral dan strategis untuk umat Islam sebagaimana fungsi dan perannya pada masa Rasulullah saw. yaitu sebagai pusat pemberdayaan umat Islam di berbagai bidang. Ridwanullah dan Herdina (2018) menyebutkan bahwa sejarah telah menunjukkan perkembangan Islam di berbagai daerah yang selalu diawali oleh berdirinya sebuah masjid. Oleh karena itu, masjid memiliki fungsi dan peran yang dapat dijadikan pionir bagi kegiatan dakwah umat Islam ke depannya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, Kota Semarang memiliki 1.522 masjid yang tersebar di berbagai daerah di Kota Semarang. Masjid Jami' Nurul 'Ilmi merupakan salah satu masjid yang terletak di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah. Berbeda dari masjid-masjid pada umumnya, Masjid Jami' Nurul 'Ilmi bukan hanya digunakan sebagai tempat ibadah shalat saja, akan tetapi juga memiliki kegiatan jual-beli berupa Pasar Rakyat yang digagas oleh pengurus masjid dengan tujuan untuk memberdayakan umat di bidang ekonomi.

Beberapa penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi di berbagai masjid di Indonesia telah banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian di Masjid Al-Hidayah Padang Matinggi. Hasibuan dan Harahap (2022) melakukan penelitian tentang "Mesjid Sebagai Pemberdayaan Ekonomi: Studi atas Mesjid Al-Hidayah Padang Matinggi", yang menunjukkan adanya upaya pemberdayaan ekonomi yang dilakukan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat secara umum dengan cara pengelolaan satu petak toko dan bentuk pembinaannya. Penelitian Zaniyatul Afifah (2022) tentang "Revitalisasi Masjid Melalui Manajemen Sumber Daya Masjid Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat dan UMKM", menyimpulkan bahwa berbagai aktivitas yang dilakukan akan memicu eksistensi dan vitalisasi masjid sebagai sumber kesejahteraan masyarakat dan UMKM. Penelitian lain yang difokuskan terhadap pemberdayaan ekonomi adalah penelitian oleh Muhammad Muhib Alwi (2020) tentang "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Masjid di Tengah Pandemi Covid-19", yang menyimpulkan bahwa terdapat empat faktor pemberdayaan ekonomi, yaitu ketersediaan dana, keterlibatan aktif partisipan, penggerak yang progresif, dan adanya kerja sama antarunsur dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menambah kajian empiris tentang pemberdayaan ekonomi berbasis masjid, khususnya pada kegiatan Pasar Rakyat di Masjid Jami' Nurul 'Ilmi dengan fokus untuk mengetahui strategi manajemen dakwah dan faktor keberhasilan Masjid Jami' Nurul 'Ilmi dalam memberdayakan ekonomi umat melalui Pasar Rakyat.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dengan tipe penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini diawali dengan pengumpulan data, kemudian memaparkan, menganalisis, dan menarik kesimpulan oleh peneliti dari kondisi pengamatan di

lapangan. Fokus penelitian ini adalah strategi manajemen dakwah Masjid Jami' Nurul 'Ilmi serta pengaruhnya terhadap peningkatan ekonomi warga sekitar.

Sumber data yang digunakan peneliti adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam dan observasi kegiatan. Adapun informan yang dipilih merupakan subjek utama penelitian dan memiliki hubungan langsung dengan topik penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini adalah sekretaris Masjid Jami' Nurul 'Ilmi dan beberapa pedagang yang berjualan di Pasar Rakyat Masjid Jami' Nurul 'Ilmi. Adapun data sekunder penelitian ini adalah dokumen Masjid Jami' Nurul 'Ilmi dan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Masjid Jami' Nurul 'Ilmi**

Masjid Jami' Nurul 'Ilmi merupakan masjid yang terletak di Jln. Dewi Sartika Raya no.78 Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Masjid ini memiliki keunikan dibandingkan dengan masjid pada umumnya. Masjid Jami' Nurul 'Ilmi selain difungsikan sebagai tempat ibadah, juga difungsikan sebagai tempat pemberdayaan umat, salah satunya pemberdayaan pada bidang ekonomi. Tujuan pemberdayaan ekonomi umat ini dikarenakan masjid ini termasuk masjid jami' yang artinya masjid umum. Yaitu masjid yang diperuntukkan untuk umum dan milik bersama. Salah satu program yang difungsikan untuk pemberdayaan ekonomi umat adalah program Pasar Rakyat. Pasar rakyat rutin diadakan setiap hari Ahad pagi yang berlokasi di halaman Masjid Jami' Nurul 'Ilmi.

Masjid Jami' Nurul 'Ilmi didirikan pada tahun 1985 yang sebelumnya bernama Masjid Sukorejo karena berada di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Kemudian berubah nama menjadi Masjid Jami' Nurul 'Ilmi yang memiliki arti, masjid yang menghasilkan Cahaya ilmu, *nur Ilahi*, petunjuk Allah, keberkahan Allah, dan pusat pengembangan ilmu. Alasan perubahan masjid ini karena letaknya yang dekat dengan perumahan dosen UNDIP-UNNES sehingga menginspirasi perubahan nama masjid yang semula Masjid Sukorejo menjadi Masjid Jami' Nurul 'Ilmi.

Masjid ini berada di bawah yayasan YAKMIS (Yayasan Kesejahteraan Mahasiswa Islam), karena pendiri yang menjual dan membeli tanah untuk masjid ini adalah para alumni HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) yang ingin mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan Makmur yang diridai Allah Swt. Masjid Jami' Nurul 'Ilmi dibangun bersama dengan asrama HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) dan TK Aisyiyah Bustanul Athfal 38 sebagai bagian dalam Upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dan mensejahterakan umat yang dirahmati oleh Allah Swt. Oleh karena itu, kegiatan-kegiatan masjid diperbanyak tentang kajian-kajian keilmuan. Kajian keilmuan di antaranya kajian Ahad pagi, kajian tafsir, kajian Tahsin, kajian remaja, TPQ (Taman Pendidikan Al – Qur'an), dan kajian-kajian tentang hari-hari besar Islam.

Gambar 1. Bagian depan Masjid Jami' Nurul 'Ilmi ketika Pasar Rakyat



Sumber: Dokumentasi peneliti

### **Strategi Manajemen Dakwah**

Sirajuddin (2014) berpendapat bahwa strategi dakwah adalah suatu metode, siasat, atau taktik yang berperan penting pada aktivitas atau kegiatan dakwah untuk mencapai tujuan dakwah. Muhammad Ali Bayuni dalam kitab *Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah* berpendapat bahwa strategi dakwah dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: 1) Strategi Sentimental (*al-manhaj al-atifi*), 2) Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqlil*), dan 3) Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*) yang diteliti oleh Nizar (2018).

#### ***Strategi Sentimental (al-manhaj al-atifi)***

Fokus strategi ini adalah aspek emosi, yang mendorong mitra dakwah untuk bertindak, memanggil dengan ramah, memberikan nasehat kepada mitra dakwah yang mengesankan, atau memberikan pelayanan yang terbaik. Mitra dakwah yang sesuai untuk strategi jenis ini adalah mitra yang dianggap lemah dan terpinggirkan seperti wanita, anak-anak, orang awam, orang miskin, anak-anak yatim, dan mualaf dengan iman yang lemah. Nabi Muhammad saw. menggunakan strategi sentimental ini saat menghadapi kaum musyrik di Makkah. Banyak ayat-ayat *makkiyah* atau ayat yang diturunkan sebelum Nabi Muhammad hijrah ke Madinah lebih menekankan aspek kemanusiaan (humanisme), seperti kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan lain-lain. Hal ini karena para pengikut awal Nabi Muhammad saw. mayoritas dari kaum lemah. Strategi ini membuat orang yang lebih lemah merasa dihargai dan orang yang lebih mulia merasa dihormati (Cholis, 2022).

#### ***Strategi Rasional (al-manhaj al-aqlil)***

Strategi ini memfokuskan mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan belajar. Dengan beberapa istilah seperti tafakur, tadzakkur, nazhar, ta'amul, i'tibar, tadabbur, dan istibsar. Al-Qur'an mendukung penggunaan strategi rasional. Tafakur adalah strategi yang menggunakan akal untuk mencapainya dan memikirkannya; *Tadzakur* adalah cara menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan; *Nazhar* adalah mengarahkan hati fokus pada apa yang diperhatikan; *Ta'amul* adalah perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang

lain; dan *Tadabbur* adalah usaha untuk memikirkan akibat-akibat dari pengetahuan yang sedang dipikirkan.

### ***Strategi Indrawi (al-manhaj al-hissi)***

Strategi ilmiah atau strategi indrawi yaitu strategi dakwah yang berfokus pada penggunaan panca indra dan bersandar pada temuan penelitian dan uji coba. Strategi ini menggabungkan praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.

Kata manajemen merupakan kata serapan dari bahasa Inggris dari kata *to manage* yang memiliki sinonim *to control, to carry on, to direct, to cope with, to direct affairs*. Sehingga manajemen memiliki arti sebuah perilaku mengatur administrasi atau badan dari arah kontrol bisnis. Lebih lanjut Moh. E. Ayub (1996) dalam buku *Manajemen Masjid*, berpendapat bahwa manajemen adalah suatu proses atau tindakan untuk mencapai tujuan tertentu dengan bekerja sama dengan orang lain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, manajemen dakwah adalah suatu proses atau tindakan dengan bekerja sama yang bertujuan mengajak manusia menuju jalan yang diridai oleh Allah Swt. Menurut Mahmud (2020), manajemen dakwah adalah suatu proses yang dinamis karena berlangsung secara terus-menerus pada suatu organisasi. Manajemen dakwah dilakukan dengan tujuan agar pelaksanaan dakwah mampu tercapai secara maksimal, karena hanya dengan cara tersebut hakikat tujuan dan proses berbagai sasarannya dapat tercapai dengan baik. Selain itu, terdapat beberapa proses manajemen dakwah, di antaranya:

### ***Forecasting***

Forecasting merupakan usaha dalam memperkirakan suatu kondisi-kondisi yang akan terjadi di masa depan. Perencanaan dakwah di masa mendatang perlu dilakukan perkiraan dan perhitungan yang tepat. Karena masa depan merupakan kondisi yang belum terjadi, penuh ketidakpastian, dan bersifat dinamis. Dalam manajemen dakwah *forecasting* dilakukan secara objektif terutama lingkungan sekitar kegiatan dakwah, seperti keadaan sosial, politik, ekonomi, dan kebudayaan baik yang berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan dakwah.

### ***Mencari Berbagai Tindakan Dakwah***

Tindakan dakwah harus sesuai dengan tujuan dan sasaran dakwah. Sehingga harus mencari dan mempelajari macam-macam tindakan yang mungkin digunakan sebagai tindakan yang bijaksana. Untuk mencapai tujuan, tindakan dakwah harus sesuai dengan masyarakat Islam. Ketidaksesuaian dalam menentukan isi dakwah dapat berdampak buruk pada umat. Oleh karena itu, setelah menemukan berbagai opsi untuk tindakan, perencana harus menyelidiki semua pilihan tersebut dan memberikan penilaian. Pada tiap kemungkinan tersebut, keuntungan dan kerugian harus dipertimbangkan. Ini berfungsi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

### ***Prosedur Kegiatan***

Prosedur adalah proses-proses yang perlu dilakukan guna tercapainya sebuah tujuan. Dalam manajemen dakwah penentuan prosedur kegiatan sangatlah penting karena dapat menentukan langkah dan metode yang tepat untuk mengambil suatu kebijakan.

### ***Penjadwalan (Schedule)***

*Schedule* merupakan proses pembagian program (alternatif pilihan) menjadi interval waktu tertentu, yang menunjukkan kegiatan mana yang harus diselesaikan. Proses dakwah sangat bergantung pada penentuan waktu ini. Dalam manajemen dakwah, proses *schedule* sangatlah penting karena dapat menentukan keefektifan manajemen dakwah dan tercapainya tujuan.

### ***Penentuan Lokasi***

Manajemen dakwah juga dipengaruhi oleh penentuan lokasi yang tepat. Karena lokasi sangat mempengaruhi pembiayaan, waktu, tenaga, fasilitas, atau perlengkapan yang diperlukan. Lokasi harus dievaluasi dari sudut pandang untung rugi. Oleh karena itu, lokasi merupakan komponen penting dari manajemen dakwah.

### ***Dana***

Dana dakwah adalah seluruh tenaga atau modal uang peralatan yang dapat dipergunakan pada kegiatan dakwah. Batasan tersebut mencakup segala perbendaharaan yang dapat dinilai secara materi dan dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam pelaksanaan dakwah. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. At-Taubah ayat 9, yang artinya: “*Berangkatlah kamu baik dalam keadaan merasa ringan maupun berat, dan berjihadlah kamu dengan harta dan dirimu di jalan Allah. yang demikian itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui*”. Ayat tersebut menjelaskan bahwa berjihad dengan harta lebih diutamakan dibandingkan berjihad dengan jiwa (Mahmud, 2020).

Adapun dakwah berasal dari bahasa arab *دعو – دعا – يدعو*, yang memiliki arti seruan, ajakan, atau panggilan. Namun, jika ditinjau dari pengertiannya, dakwah merupakan aktivitas untuk mengajak manusia menuju jalan yang diridai oleh Allah Swt. sehingga membangun masyarakat dan *amar ma'ruf nahi munkar* (Nizar, 2018). Dakwah adalah upaya penyebaran Islam secara sadar oleh orang yang beragama Islam dengan tujuan agar orang lain mengikutinya tanpa sebuah paksaan. Berdasarkan dari segi penyampaian pesannya, dakwah dibagi menjadi tiga jenis, diantaranya:

*Dakwah Bil-Hal* disebut juga dengan komunikasi nonverbal yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan dengan sikap, perilaku, dan perbuatan. Seperti amal-amal shaleh dan keteladanan yang ditampilkan melalui gerak tubuh, mimik wajah, dan bahasa isyarat. M. Quraish Shihab berpendapat bahwa dengan *dakwah bil-hal* dapat membantu semua aspek kehidupan masyarakat. Sehingga, setiap muslim dapat memenuhi kebutuhan hidup dan keperluan anggota keluarganya, khususnya dalam aspek ekonomi, pendidikan, dan kesehatan masyarakat.

*Dakwah Bil-Lisan* disebut juga dengan komunikasi lisan, yaitu komunikasi dakwah yang dilakukan melalui kata – kata, contohnya pidato, khutbah, ceramah, dan diskusi. *Dakwah bil-lisan* merupakan bentuk dakwah yang paling sederhana dan umum digunakan. Terdapat dua jenis komunikasi *dakwah bil-lisan*, yaitu dakwah yang dilakukan melalui komunikasi antar pribadi (*dakwah fardiyah*) dan dakwah yang disampaikan melalui komunikasi berbagai arah (kelompok atau massa) dakwah jenis ini biasa disebut sebagai (*dakwah jama'ah*). *Dakwah Bil-Kitabah* biasa dikenal sebagai dakwah melalui tulisan tertulis berupa kata-kata. Komunikasi dakwah dengan cara ini kemudian berkembang dengan

bantuan dari teori Jurnalistik. Bentuk tulisan yang merupakan contoh dari *dakwah bil-kitabah* adalah tulisan-tulisan ilmiah, sastra, atau bunga rampai yang ada di dalam jurnal, majalah, brosur, surat kabar, buku, atau buletin (Ritonga, 2020).

Berbicara tentang manajemen dakwah masjid, penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan berbagai pendekatan dan metode. Artikel berjudul “Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid” yang diteliti oleh Ridwanullah dkk. (2018), menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang menjadi pendukung keberhasilan kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis masjid adalah sumber daya, komunikasi, dan struktur organisasi. Penelitian lain dilakukan oleh Azzama dan Muhyani (2019) yang dimuat dalam *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah* dengan judul “Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta sebagai Pusat Kegiatan Masyarakat”, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan turun langsung ke lokasi penelitian melalui observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 konsep manajemen masjid yaitu pemetaan, pelayanan, pemberdayaan, dan pertanggungjawaban.

Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi pentingnya manajemen dakwah masjid dalam memberdayakan ekonomi umat. Alwi (2020) menyebutkan terdapat beberapa faktor yang menyebabkan upaya pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid dapat berjalan ataukah tidak, di antaranya ketersediaan dana, keterlibatan secara aktif para partisipan, penggerak yang progresif, dan adanya kerja sama antarunsur dengan baik. Ketersediaan dana yang dimiliki masjid berperan penting dalam mendukung berbagai program, salah satunya program pemberdayaan ekonomi umat. Ketersediaan dana juga memungkinkan masjid berperan sebagai pusat ekonomi syariah, membantu masyarakat memberikan modal usaha dan pengembangan wirausaha berbasis komunitas.

Keterlibatan secara aktif para partisipan mencakup peran jamaah, pengurus masjid, dan masyarakat sekitar dalam program pemberdayaan ekonomi umat. Kolaborasi yang erat antara jamaah dan pengurus masjid berperan penting untuk menciptakan jaringan ekonomi yang kuat dan berkelanjutan. Dengan partisipasi aktif masyarakat memungkinkan pertukaran sumber daya, pengetahuan, dan pengalaman. Penggerak yang progresif adalah pengurus masjid yang memiliki visi ke depan dan berkomitmen untuk mendorong perubahan positif dengan mengadakan inovasi-inovasi sehingga program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid berjalan secara optimal.

Adanya kerja sama antar unsur dengan baik sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid. Adapun unsur yang terlibat di antaranya masyarakat, pengurus masjid, donatur, dan pedagang. Dengan kolaborasi yang efektif maka masjid dapat membuka akses lebih luas terhadap peluang usaha, modal, dan jaringan bisnis yang lebih baik.

Masjid Jami' Nurul 'Ilmi memiliki program pemberdayaan ekonomi umat berupa Pasar Rakyat. Pasar rakyat adalah pusat budaya di Indonesia yang di dalamnya terdapat nilai dan perilaku masyarakat yang diungkapkan (Prastyawan & Isbandono, 2018). Kalsum dan Purnomo (2019) mendefinisikan pasar tradisional atau yang dikenal dengan Pasar Rakyat sebagai pusat aktivitas

ekonomi dan indikator kesejahteraan masyarakat sebuah wilayah. Pasar ini sangat berpotensi untuk menggerakkan roda perekonomian yang berpusat pada ekonomi rakyat. Berdasarkan definisi tersebut, dalam penelitian ini Pasar Rakyat adalah tempat aktivitas ekonomi berupa jual-beli dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat dalam suatu wilayah.

Pemberdayaan berasal dari kata dasar "daya" yang memiliki arti "kekuatan". Pemberdayaan berarti memberikan kekuatan kepada kelompok lemah yang tidak memiliki kekuatan untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, seperti makan, pakaian, rumah, pendidikan, dan kesehatan (Habib, 2021). Ekonomi berasal dari kata "oikos" yang artinya keluarga rumah tangga dan "nomos" yang artinya aturan. Sehingga secara bahasa ekonomi diartikan sebagai aturan atau manajemen rumah tangga. Rumah tangga yang dimaksud bukan hanya tentang satu keluarga, namun mencakup rumah tangga yang lebih luas yakni rumah tangga bangsa, negara, dan dunia (Ihsan dkk., 2019).

Pemberdayaan ekonomi adalah Upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi, seperti meningkatkan faktor produksi, penguasaan distribusi, dan pemasaran yang bertujuan meningkatkan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan hidup dan kesejahteraan mereka (Rabbani dkk., 2021). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah memberikan kekuatan kepada masyarakat untuk meningkatkan ekonomi (produksi, distribusi, dan konsumsi), mendapatkan pendapatan yang memadai dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhan dasar.

Program Pasar Rakyat merupakan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid yang pada pelaksanaannya dipengaruhi oleh empat faktor. Pertama faktor ketersediaan dana, pada Masjid Nurul Ilmi ketersediaan dana didukung oleh program UUP (Unit Usaha Permodalan). Kedua faktor keterlibatan secara aktif para partisipan. Adapun partisipan pada program Pasar Rakyat di Masjid Jami' Nurul 'Ilmi terbagi menjadi tiga, yaitu pengurus masjid sebagai perancang program, pedagang sebagai pelaksana program, dan masyarakat sebagai pembeli. Ketiga faktor penggerak yang progresif yaitu pengurus masjid yang memiliki inovasi dalam perancangan program Pasar Rakyat berupa pengadaan voucher belanja dan pengajian Ahad pagi. Keempat faktor adanya kerja sama antar unsur dengan baik. Adapun pada program Pasar Rakyat, unsur tersebut terdiri dari masyarakat, pengurus masjid, donatur, dan pedagang.

Faktor ketersediaan dana yang membuat Pasar Rakyat Masjid Jami' Nurul 'Ilmi dapat berjalan dengan baik adalah adanya program UUP (Unit Usaha Permodalan). UUP (Unit Usaha Permodalan) merupakan program yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin berjualan di Pasar Rakyat, namun terkendala oleh modal. Pengurus Masjid Jami' Nurul Ilmi bekerja sama dengan donatur untuk menginisiasi program bantuan usaha berupa UUP (Unit Usaha Permodalan) sebesar Rp2.500.000. Hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh Bapak M. Fauroni selaku Sekretaris Masjid Jami' Nurul 'Ilmi.

*"Berdasarkan hasil musyawarah bersama pengurus Masjid Jami' Nurul Ilmi dan melihat masjid – masjid yang memiliki program – program dengan tujuan untuk memberdayakan umat, maka teretuslah Pasar Rakyat. Kita (pengurus masjid) bekerja sama dengan donator untuk mengadakan UUP (Unit Usaha Permodalan) sebesar Rp 2.500.000 untuk*

*membantu masyarakat yang ingin membuka usaha di Pasar Rakyat namun terhalang biaya (modal). UUP (Unit Usaha Permodalan) dapat diangsur 10 kali tanpa bunga dan tanpa jaminan.”*

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa faktor ketersediaan dana berupa pengadaan program UUP (Unit Usaha Permodalan) merupakan faktor keberhasilan Masjid Jami' Nurul Ilmi dalam memberdayakan ekonomi umat melalui metode Pasar Rakyat.

Keterlibatan secara aktif para partisipan sangat berperan penting dalam keberhasilan program Pasar Rakyat di Masjid Jami' Nurul 'Ilmi. Adapun partisipan yang terlibat dalam program ini adalah pengurus masjid, pedagang, dan masyarakat. Pengurus masjid yang cakap dalam mengelola program Pasar Rakyat membuat program Pasar Rakyat dapat berjalan dengan baik. Para pengurus bertanggung jawab dalam perencanaan, pengorganisasian, serta menyediakan tempat dan dukungan logistik bagi Pasar Rakyat. Selain itu, pengurus masjid juga memastikan bahwa program ini sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dan bermanfaat bagi masyarakat. Pedagang dalam hal ini berperan dalam menjajakan barang dagangannya, menawarkan produk yang beragam, dan berinteraksi dengan pembeli. Masyarakat sebagai konsumen atau pengunjung Pasar Rakyat berperan dalam memanfaatkan layanan yang tersedia, baik dengan membeli produk, terlibat dalam aktivitas keagamaan masjid, maupun ikut menyebarkan informasi tentang keberadaan Pasar Rakyat. Hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh Bapak M. Fauroni selaku Sekretaris Masjid Jami' Nurul 'Ilmi.

*“Kami (pengurus masjid) memfasilitasi para pedagang dengan grup WhatsApp yang berfungsi untuk membagikan informasi, seperti peraturan berjualan di Pasar Rakyat serta pemberitahuan akan datangnya hari-hari besar Islam sebagai peluang bagi pedagang untuk meningkatkan omset atau penjualan barang dagangannya”*

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa faktor keterlibatan aktif mempengaruhi keberhasilan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid.

Gambar 2. Pelaksanaan pengajian Ahad Pagi



Sumber: Dokumen peneliti

Keberhasilan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid melalui Pasar Rakyat sangat dipengaruhi oleh penggerak yang progresif. Inovasi-inovasi yang diinisiasi oleh pengurus masjid tidak hanya bermanfaat dalam jangka pendek tetapi juga bisa berkelanjutan. Dalam hal ini, inovasi yang diinisiasi oleh pengurus Masjid Jami' Nurul 'Ilmi berupa program pengajian Ahad pagi dan pengadaan *voucher* belanja. Pengajian Ahad Pagi merupakan program rutin setiap Ahad yang bertujuan untuk menambah ilmu-ilmu keagamaan. Pelaksananya dimulai dari pukul 08.00-09.00 WIB, pesertanya merupakan masyarakat sekitar yang didominasi oleh ibu-ibu. Banyak ibu-ibu yang menghadiri pengajian dengan membawa turut serta anak cucunya. Kehadiran para jamaah pengajian ini membuat Pasar Rakyat yang berada di sekitar masjid menjadi ramai dikunjungi, karena banyak dari mereka yang memanfaatkan waktu setelah pengajian untuk berbelanja. Secara tidak langsung, hal tersebut turut mendukung keberhasilan Pasar Rakyat sebagai program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid.

Pada pertengahan atau akhir sesi penyampaian materi, para ustaz atau ustazah akan memberikan kuis seputar materi yang telah disampaikan dengan hadiah berupa *voucher* atau barang, bagi siapa saja yang menjawab dengan benar. Sehingga, para jamaah yang mendapatkan *voucher* akan membelanjakannya setelah pengajian selesai.

Selain itu, pelaksanaan pengajian Ahad pagi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan Masjid Jami' Nurul Ilmi dalam memberdayakan ekonomi umat melalui metode Pasar Rakyat. Pengadaan *voucher* belanja merupakan program yang dilaksanakan untuk menarik pembeli sehingga Pasar Rakyat dapat terlaksana dengan baik. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak M. Fauroni selaku Sekretaris Masjid Jami' Nurul 'Ilmi, yaitu:

*“Masjid secara rutin mengeluarkan voucher belanja potongan harga sebesar Rp 5.000 sebanyak kurang lebih 450 lembar (Rp. 2.250.000) setiap minggunya. Voucher-voucher tersebut dibagikan kepada masyarakat setelah jamaah sholat subuh, sehingga penjual sudah jelas ada pembelinya.”*

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan salah satu pedagang Pasar Rakyat yaitu Ibu Dendawati, sebagai berikut: *“Saya sangat terbantu dengan adanya voucher belanja yang telah dibagikan karena dapat voucher tersebut dapat menarik banyak pembeli.”*

Gambar 3. Wawancara dengan pedagang Pasar Rakyat



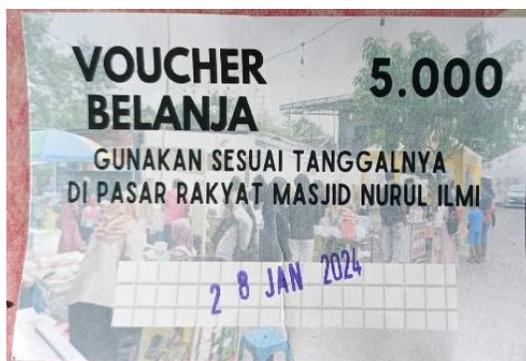
Sumber: Dokumen peneliti

Pengadaan voucher ini juga akan ditingkatkan nominalnya ketika bertepatan dengan acara-acara tertentu, seperti PHBI (Peringatan Hari Besar Islam). Hal ini tentunya akan menarik lebih banyak pembeli dan lebih memberdayakan masyarakat yang berjualan di Pasar Rakyat. Sebagaimana dipaparkan oleh bapak Fauroni selaku sekretaris Masjid Jami' Nurul Ilmi sebagai berikut:

*“Pada momen – momen tertentu, kegiatan besar di Ahad pagi (seperti PHBI) nominal dan jumlah vouchernya kami tingkatan. Voucher tersebut didapatkan dari kas masjid dan para donatur, sehingga pada momen tersebut, kami akan mencari lebih banyak donatur. Para pedagang akan kami infokan di grup WhatsApp untuk menaikkan omsetnya atau barang dagangannya.”*

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat diketahui bahwa, pengadaan *voucher* belanja merupakan faktor yang mempengaruhi keberhasilan program pemberdayaan ekonomi berbasis masjid melalui Pasar Rakyat.

Gambar 4. Voucher belanja Pasar Rakyat



Sumber: Dokumentasi peneliti

Adanya kerja sama antarunsur yang terlibat dalam program, merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid melalui Pasar Rakyat. Adapun unsur yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengurus Masjid Jami' Nurul 'Ilmi, para donatur, pedagang, dan masyarakat sekitar. Setiap unsur memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing dan saling mempengaruhi. Para pengurus Masjid Jami' Nurul 'Ilmi memiliki tugas untuk bekerjasama merancang program yang berkaitan dengan pelaksanaan Pasar Rakyat serta bertanggung jawab atas jalannya program tersebut. Para pengurus bersama dengan donatur bekerja sama dalam menyediakan dana untuk pengadaan *voucher* belanja dan modal bagi pedagang. Para pedagang juga berperan penting dalam keberhasilan program ini.

Kerja sama antara pedagang mencakup berbagi informasi dan strategi untuk mengatasi masalah, menjaga kualitas produk, dan menetapkan harga yang sama. Pasar rakyat yang dibangun berbasis masjid ini tetap nyaman dan menarik bagi masyarakat karena pedagang bekerja sama untuk menjaga pasar tetap tertib dan bersih.

Melalui kerja sama ini, pedagang tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka tetapi juga menciptakan pasar yang adil dan berkompetisi, yang berdampak positif pada pertumbuhan

ekonomi umat di lingkungan sekitar. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi juga berperan sebagai pendukung aktif dalam menjaga kelangsungan dan ketertiban pasar. Selain itu, masyarakat berperan dalam menyebarkan informasi mengenai Pasar Rakyat, sehingga dapat menarik lebih banyak partisipasi, baik dari segi pengunjung maupun pelaku usaha baru.

### Simpulan

Pasar Rakyat yang digagas oleh pengurus Masjid Jami' Nurul Ilmi merupakan salah satu strategi Manajemen dakwah yang difungsikan untuk memberdayakan masyarakat dalam bidang ekonomi. Adapun faktor yang mendukung keberhasilan pemberdayaan ekonomi umat melalui Pasar Rakyat di Masjid Nurul 'Ilmi, yaitu ketersediaan dana, keterlibatan secara aktif para partisipan, penggerak yang progresif, dan adanya kerja sama antar unsur dengan baik. Faktor ketersediaan dana berupa pengadaan program UUP. Faktor keterlibatan secara aktif para partisipan yang mencakup peran pengurus masjid, pedagang, dan masyarakat. Faktor penggerak yang progresif mencakup inovasi pengurus berupa program Pengajian Ahad Pagi dan Pengadaan *Voucher* Belanja. Faktor kerja sama antarunsur mencakup kerjasama pengurus masjid, para donatur, pedagang, dan masyarakat sekitar. Dengan adanya dukungan masyarakat, program pemberdayaan berbasis masjid ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang berkelanjutan. Maka dapat diketahui bahwa kerja sama antar unsur yang baik merupakan faktor keberhasilan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis masjid melalui Pasar Rakyat.

### Referensi

- Ayub, M. E. (1996). *Manajemen masjid*. Gema Insani.
- Afifah, Z. (2022). Revitalisasi Masjid Melalui Manajemen Sumber Daya Masjid Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat dan UMKM. *Eco-Entrepreneur*, 8(2), 8-16.
- Alwi, M. M. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Masjid di Tengah Pandemi Covid-19. *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*, 18(1), 89-104.
- Azzam, A., & Muhyani, Y. (2019). Manajemen masjid jogokariyan yogyakarta sebagai pusat kegiatan masyarakat. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1), 197-205.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Kota Semarang Dalam Angka 2023. Penerbit Badan Pusat Statistik Kota Semarang. Kota Semarang.
- Bayu, D. (2022). Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam. <https://DataIndonesia.Id/Ragam/Detail/Sebanyak-869-Penduduk-Indonesia-Beragama-Islam>.
- Cholis, N. (2022). Strategi Dakwah Dalam Mengatasi Patologi Sosial Dalam Pengawasan Penyakit Masyarakat Di Desa Kampung Melayu Kecamatan Bermani Ulu Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(2), 195-210.
- Effendi, B., & Saifudin, A. G. (2022). Optimalisasi Fungsi Masjid Sebagai Sarana Dakwah dan Pemberdayaan Ekonomi Umat. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 12-23.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 82-110.

- Hasibuan dan Harahap, J. (2022). Masjid Sebagai Pemberdayaan Ekonomi: Studi Atas Masjid Al-Hidayah Padang Matinggi. *Studi Multidisipliner: Jurnal Kajian Keislaman*, 9(2), 60-77.
- Ihsan, I., Hasan, M., & Fachrurazi, F. (2019). Pemberdayaan ekonomi masjid melalui pengelolaan dana umat di Masjid Kapal Munzalan Mubarakan. *Qusqazah*, 1(1), 37-56.
- Kalsum, E., & Purnomo, Y. (2019). Pola Pertumbuhan Pasar Rakyat di Kota Pontianak. *Langkau Betang: Jurnal Arsitektur*, 6(2), 136-153.
- Mahmud, A. (2020). Hakikat Manajemen Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 5(1), 65-76.
- Mauludi, M., Ifansyah, M. S., & Mu'in, F. (2021). Manajemen Dakwah Pada Daerah Kristenisasi di Mushalla At-Tasrip Surabaya. *Masjiduna: Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah*, 4(2), 29-33.
- Mubarok, M. Y. (2018). Arah Baru Model Pengabdian Masyarakat Berbasis Masjid Di Perguruan Tinggi. In *Proceedings of Annual Conference on Community Engagement* (Vol. 2, pp. 270-283).
- Nizar, M. (2018). STRATEGI DAKWAH AL BAYANUNI (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah). *Islamic Communication Journal*, 3(1), 74-87.
- Prastyawan, A., & Isbandono, P. (2018). "The role of local governments in traditional market revitalization". In *Journal of Physics: Conference Series* Vol. 953, No.1, January 2018.
- Rabbani, G., Muzzammil, F., Rojiati, U., & Kurniawan, A. (2021). Pemberdayaan Ekonomi melalui Program Kelompok Mingguan (PKKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Al-Mu'awanah: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 30-42.
- Ridwanullah, A. I., & Herdiana, D. (2018). Optimalisasi pemberdayaan masyarakat berbasis masjid. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 12(1), 82-98.
- Ritonga, K. (2020). Bentuk-Bentuk Komunikasi Dalam Perspektif Dakwah Islam. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 2(2), 255-268.
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam*, 1(1).