

Manajemen Dakwah Masjid Berbasis Pemetaan Sosial-Keagamaan Komunitas Industri di Kudus

Wahyu Khoiruz Zaman*,

*Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kudus, Indonesia

Submitted: 25 Juni 2026; Revised: 10 Juli 2026; Accepted: 12 Juli 2026

Abstract

Mosque da'wah in industrial communities requires management that is able to translate socio-religious mapping into adaptive programs. This article analyzes mosque da'wah management at Masjid Taqwa Ngemplak, Gondosari, Kudus, a mosque located in a cigarette-industry environment. Using a qualitative case study, data were collected through direct observation, semi-structured interviews with two key informants, and documentation of demographic, economic, and mosque activity data. The findings show that the mosque has strong social capital through routine religious gatherings, communal solidarity, mosque-based learning, and the initial adoption of QRIS for digital giving. However, four managerial issues remain central: weak youth regeneration, limited local preacher cadres, industrial work schedules, and underdeveloped digital da'wah. The novelty of this study lies in the formulation of an integrated mosque da'wah management model based on socio-religious mapping, which connects mapping of mad'u, imarah, local cadre development, bil-hal empowerment, digital media, and industry-supported social collaboration. This model offers practical implications for mosque administrators and village stakeholders in designing data-based, participatory, and context-sensitive da'wah programs.

Keywords: da'wah management; industrial community; mosque empowerment; socio-religious mapping.

Abstrak

Dakwah masjid pada komunitas industri membutuhkan manajemen yang mampu menerjemahkan pemetaan sosial-keagamaan menjadi program yang adaptif. Artikel ini menganalisis manajemen dakwah masjid di Masjid Taqwa Ngemplak, Gondosari, Kudus, yaitu masjid yang berada di lingkungan industri rokok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur dengan dua informan kunci, serta dokumentasi data demografis, ekonomi, dan aktivitas masjid. Temuan menunjukkan bahwa masjid memiliki modal sosial kuat melalui pengajian rutin, solidaritas warga, pembelajaran keagamaan, dan adopsi awal QRIS untuk infak digital. Namun, terdapat empat persoalan manajerial utama, yaitu lemahnya regenerasi pemuda, terbatasnya kader dai lokal, jadwal kerja industri, dan dakwah digital yang belum berkembang. Kebaruan penelitian ini terletak pada perumusan model manajemen dakwah masjid berbasis pemetaan sosial-keagamaan yang menghubungkan pemetaan mad'u, imarah, kaderisasi lokal, pemberdayaan bil-hal, media digital, dan kolaborasi sosial berbasis dukungan industri. Model ini memberikan implikasi praktis bagi takmir masjid dan pemangku kepentingan desa dalam merancang program dakwah yang berbasis data, partisipatif, dan kontekstual.

Kata Kunci: manajemen dakwah; komunitas industri; pemberdayaan masjid; pemetaan sosial-keagamaan.

*Corresponding Author:

wahyukz@uinsuku.ac.id

Pendahuluan

Masjid merupakan institusi keagamaan yang memiliki posisi strategis dalam kehidupan umat Islam. Dalam sejarah awal Islam, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pendidikan, ruang musyawarah, konsolidasi sosial, dan pemberdayaan umat. Fungsi tersebut terus berkembang dalam konteks masyarakat Indonesia karena masjid berada dekat dengan kehidupan sehari-hari warga dan menjadi lembaga keagamaan yang paling mudah dijangkau oleh jamaah. Gazalba (1994) menempatkan masjid sebagai pusat ibadah dan kebudayaan Islam, sedangkan Ayub (1996) menegaskan bahwa fungsi masjid perlu dikelola melalui manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Dalam perspektif pelayanan sosial, Al-Krenawi (2016) juga menunjukkan bahwa masjid memiliki relevansi penting dalam pendidikan, kesejahteraan, dan penyelesaian persoalan sosial komunitas.

Dalam perspektif manajemen dakwah, masjid tidak cukup dipahami sebagai bangunan fisik atau ruang pelaksanaan ritual salat. Masjid adalah organisasi sosial-keagamaan yang harus mampu membaca kebutuhan jamaah, menyusun program, mengelola sumber daya, membangun kader, serta mengevaluasi capaian dakwah. Munir dan Ilaihi (2006) menjelaskan bahwa manajemen dakwah menekankan proses pengelolaan unsur-unsur dakwah agar tujuan dakwah dapat dicapai secara efektif. Aziz (2019) juga menegaskan pentingnya pemahaman terhadap mad'u sebelum dai atau lembaga dakwah memilih pesan, metode, dan media dakwah. Karena itu, pemetaan sosial-keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai deskripsi kondisi jamaah, tetapi sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial.

Kebutuhan pemetaan semakin mendesak ketika masjid berada di tengah komunitas industri. Komunitas industri memiliki ritme sosial yang berbeda dari komunitas agraris maupun komunitas perkotaan murni. Jam kerja pabrik, sistem shift, kedisiplinan waktu, mobilitas ekonomi, dan perubahan pola komunikasi membentuk cara masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan. Mukarom (2020) menunjukkan bahwa dakwah pada masyarakat industri perlu disampaikan secara lebih kontekstual dan tepat sasaran karena perilaku keberagamaan masyarakat industri cenderung dipengaruhi oleh budaya kerja yang terprogram dan formal. Dalam konteks Kudus, industri rokok tidak hanya menjadi latar ekonomi, tetapi juga membentuk pola waktu, jaringan sosial, dan prioritas kehidupan keluarga pekerja.

Kajian tentang masjid dan pemberdayaan masyarakat telah berkembang cukup luas. Ridwanullah dan Herdiana (2018) menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis masjid dapat mengoptimalkan fungsi sosial masjid. Hasan dan Sulaeman (2019) menunjukkan bahwa masjid memiliki kapasitas mengembangkan partisipasi dan pemberdayaan sosial. Mauludi, Ibrahim, Rifaid, dan Thoha (2023) memperlihatkan bahwa dakwah bil-hal berbasis masjid dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi dan sosial ketika program masjid menyentuh kebutuhan konkret masyarakat. Kajian yang lebih mutakhir juga menempatkan keberlanjutan masjid dalam hubungan dengan tata kelola keuangan Islam, pemberdayaan ekonomi, dan layanan sosial jamaah (Hidayat et al., 2025).

Kajian lain menyoroti pentingnya peran pemuda, tata kelola profesional, dan digitalisasi masjid. Mannuhung dan Tenrigau (2018) menunjukkan bahwa pengelolaan remaja masjid menjadi bagian penting dari keberlanjutan fungsi masjid. Egidiasafitri, Kuswana, dan Yuliani (2018) menekankan pengelolaan masjid berbasis komunitas untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Muhlis, Sagara, dan Amani (2023) membahas

revitalisasi model manajemen masjid dalam konteks modal sosial. Sementara itu, Mohammed, Amoah, Abbas, dan Naayif (2025) menekankan pentingnya pengelolaan fasilitas masjid secara profesional, sehingga tata kelola masjid tidak hanya bergantung pada kerja sukarela, tetapi juga pada kompetensi manajerial. Perkembangan teknologi digital juga mendorong masjid mengembangkan media sosial, sistem informasi, pembayaran digital, dan model komunikasi jamaah yang lebih terbuka (Mutiara & Kustiawan, 2024; Ridwan, Rewira, & Saefuddin, 2025; Tabti, 2022; Wahid, 2024).

Jika dibaca secara sintesis, penelitian terdahulu bergerak pada tiga klaster. Klaster pertama membahas masjid sebagai pusat pemberdayaan dan layanan sosial. Klaster kedua membahas kelembagaan masjid, regenerasi pemuda, dan profesionalisasi pengelolaan. Klaster ketiga membahas digitalisasi agama, media sosial, dan transformasi komunikasi keagamaan. Ketiga klaster tersebut penting, tetapi belum banyak penelitian yang menghubungkannya secara terpadu melalui pemetaan sosial-keagamaan pada komunitas industri lokal. Akibatnya, program masjid sering dilihat sebagai daftar kegiatan, bukan sebagai hasil keputusan manajerial yang bersumber dari pembacaan terhadap struktur sosial jamaah.

Artikel ini mengisi celah tersebut melalui studi kasus Masjid Taqwa Ngemplak, Dukuh Ngemplak, Desa Gondosari, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus. Masjid ini berada di lingkungan masyarakat yang memiliki karakter industri kuat, terutama karena kedekatannya dengan kawasan industri rokok dan perusahaan-perusahaan lokal. Data observasi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki tingkat partisipasi keagamaan yang tinggi melalui salat berjamaah, pengajian rutin, yasinan, Ratibul Athos, istighosah, pengajian kitab, dan pengajian Jumat Kliwon. Akan tetapi, masjid juga menghadapi tantangan regenerasi IRMAS, ketergantungan pada dai eksternal, pemanfaatan digital yang masih terbatas, dan partisipasi jamaah yang dipengaruhi jadwal kerja industri.

Dengan demikian, novelty artikel ini bukan sekadar menghadirkan deskripsi tentang aktivitas Masjid Taqwa Ngemplak, melainkan merumuskan model manajemen dakwah masjid berbasis pemetaan sosial-keagamaan pada komunitas industri. Model tersebut disusun dari sintesis antara data lapangan, teori manajemen dakwah, modal sosial, pemberdayaan berbasis masjid, dan digital religion. Artikel ini berargumen bahwa masjid di komunitas industri membutuhkan manajemen yang tidak hanya menjaga rutinitas ibadah, tetapi juga mampu mengubah data sosial jamaah menjadi agenda imarah, kaderisasi, dakwah bil-hal, digitalisasi, dan kolaborasi sosial.

Berdasarkan latar tersebut, artikel ini bertujuan menganalisis manajemen dakwah masjid berbasis pemetaan sosial-keagamaan pada komunitas industri di Masjid Taqwa Ngemplak Kudus. Secara khusus, artikel ini menjawab tiga pertanyaan. Pertama, bagaimana peta sosial-ekonomi dan sosial-keagamaan jamaah Masjid Taqwa Ngemplak. Kedua, apa saja potensi dan tantangan dakwah yang muncul dalam konteks komunitas industri. Ketiga, bagaimana strategi pemberdayaan jamaah dapat dikembangkan melalui manajemen dakwah masjid yang adaptif, partisipatif, dan berbasis kebutuhan jamaah.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif lapangan dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian bukan menguji hubungan antarvariabel, melainkan memahami praktik manajemen dakwah, kondisi sosial-keagamaan jamaah, serta strategi pemberdayaan masjid dalam konteks sosial tertentu. Studi kasus digunakan karena Masjid Taqwa Ngemplak dipahami sebagai lokus spesifik yang memiliki kekhasan: berada di tengah masyarakat industri, memiliki kegiatan keagamaan aktif, tetapi juga menghadapi tantangan regenerasi dan digitalisasi. Creswell dan Poth (2018) menyebut studi kasus sebagai strategi penelitian yang memungkinkan peneliti mengeksplorasi suatu sistem terbatas secara mendalam melalui berbagai sumber data.

Pemilihan Masjid Taqwa Ngemplak didasarkan pada tiga pertimbangan. Pertama, masjid ini berada di wilayah Gondosari yang memiliki basis industri lokal, terutama industri rokok dan perusahaan kecil-menengah. Kedua, masjid memiliki kegiatan keagamaan yang relatif lengkap, mulai dari salat berjamaah, yasinan, pengajian kitab, pengajian Jumat Kliwon, hingga rencana program sosial. Ketiga, masjid sedang menghadapi persoalan manajerial yang relevan dengan tema penelitian, yaitu regenerasi pemuda, kaderisasi dai lokal, penyesuaian jadwal kegiatan dengan ritme kerja industri, dan pengembangan media digital. Dengan pertimbangan tersebut, kasus ini dipilih secara purposif karena mampu memperlihatkan hubungan antara peta sosial jamaah dan keputusan manajemen dakwah.

Lokasi penelitian adalah Masjid Taqwa Ngemplak, Dukuh Ngemplak, Desa Gondosari, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus. Pengumpulan data lapangan dilakukan pada 19 Mei 2026 melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk membaca kondisi fisik masjid, fasilitas, aktivitas ibadah, pola kehadiran jamaah, kegiatan pengajian, penggunaan QRIS, serta suasana sosial di sekitar masjid. Observasi dilakukan dengan teknik pencatatan lapangan, pencatatan kategori aktivitas, dan dokumentasi visual terbatas untuk membantu penyusunan data. Teknik observasi lapangan relevan digunakan untuk menangkap tindakan, ruang, aktivitas, aktor, dan peristiwa sosial-keagamaan sebagaimana ditekankan dalam tradisi penelitian kualitatif (Spradley, 1980).

Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada dua informan kunci, yaitu Bapak Ghazali sebagai tokoh masyarakat Dukuh Ngemplak dan Bapak Selamat sebagai Ketua Takmir Masjid Taqwa Ngemplak. Wawancara dengan Bapak Ghazali berfokus pada perubahan pola keagamaan masyarakat, tradisi lokal, kebutuhan kader ulama lokal, dan dinamika sosial warga. Wawancara dengan Bapak Selamat berfokus pada manajemen takmir, kegiatan rutin masjid, masalah IRMAS, rencana sedekah sayur, penggunaan QRIS, dan rencana pengembangan media sosial masjid. Wawancara berlangsung sekitar 30-45 menit untuk setiap informan, dicatat dalam catatan lapangan, lalu diringkas ke dalam tema-tema utama.

Jumlah informan utama yang terbatas dipertahankan karena penelitian ini menggunakan logika informan kunci, bukan survei representatif. Dua informan tersebut dipilih karena keduanya memiliki akses langsung terhadap informasi kelembagaan, sejarah sosial, kegiatan masjid, dan perubahan keagamaan masyarakat. Kecukupan data dijaga melalui triangulasi teknik dan sumber, yaitu membandingkan wawancara dengan observasi langsung, dokumen demografis, data ekonomi desa, catatan kegiatan masjid, dan data lapangan tentang aktivitas jamaah. Dengan demikian, kesimpulan penelitian tidak hanya bertumpu pada pernyataan dua informan, tetapi pada pertemuan antara data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi observasi dan wawancara. Dokumen yang dianalisis meliputi data demografis Desa Gondosari, data kependudukan per dukuh, data sektor ekonomi, ketenagakerjaan, kesejahteraan keluarga, pendidikan, serta catatan kegiatan keagamaan masjid. Bowen (2009) menekankan bahwa analisis dokumen berguna untuk memperkuat data kualitatif, memberikan konteks, dan memungkinkan proses triangulasi. Dalam penelitian ini, dokumen sosial-ekonomi desa digunakan untuk membaca karakter komunitas industri, sementara catatan kegiatan masjid digunakan untuk membaca struktur aktivitas dakwah.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikembangkan Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang berkaitan dengan peta sosial-ekonomi, aktivitas dakwah, potensi, tantangan, dan strategi pemberdayaan. Pada tahap kategorisasi, data dikelompokkan ke dalam tema demografi, ekonomi industri, kegiatan keagamaan, regenerasi pemuda, kaderisasi dai, dakwah digital, dan pemberdayaan bil-hal. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi tematik dan tabel analisis. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menghubungkan temuan lapangan dengan konsep manajemen dakwah, pemberdayaan berbasis masjid, dakwah bil-hal, modal sosial, dan digitalisasi keagamaan.

Pertimbangan etika penelitian dilakukan melalui permohonan izin secara lisan kepada informan, penjelasan tujuan penelitian, dan penggunaan data secara proporsional untuk kepentingan akademik. Identitas informan yang disebutkan dalam artikel adalah tokoh masyarakat dan ketua takmir yang memberikan informasi dalam kapasitas publik. Informasi yang bersifat pribadi tidak digunakan dalam analisis. Validasi hasil dilakukan dengan memeriksa konsistensi antara pernyataan informan, catatan observasi, dan data dokumentasi, sehingga data yang ditampilkan tidak keluar dari konteks sosial Masjid Taqwa Ngemplak.

Hasil dan Pembahasan

Peta Sosial-Ekonomi Jamaah dalam Lingkungan Industri

Pemetaan sosial-ekonomi menunjukkan bahwa Masjid Taqwa Ngemplak berada dalam lingkungan masyarakat yang cukup padat dan memiliki karakter industri. Desa Gondosari merupakan salah satu desa besar di Kecamatan Gebog. Berdasarkan data yang digunakan dalam observasi lapangan dan data statistik lokal, jumlah penduduk Desa Gondosari pada tahun 2024 mencapai 14.752 jiwa, terdiri atas 7.329 laki-laki dan 7.423 perempuan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, 2025). Dukuh Ngemplak Barat sebagai lokasi utama observasi memiliki 512 kepala keluarga dengan total 1.717 jiwa. Data tersebut menunjukkan bahwa masjid berada di tengah komunitas dengan basis jamaah potensial yang besar dan heterogen dari sisi usia, pekerjaan, serta kebutuhan keagamaan.

Karakter industri tampak dari keberadaan perusahaan besar dan kecil-menengah di wilayah desa. Laporan observasi mencatat terdapat 54 perusahaan yang beroperasi di wilayah Gondosari, terdiri atas 4 perusahaan besar dan 50 perusahaan kecil-menengah. Pabrik rokok menjadi salah satu entitas ekonomi penting yang membentuk identitas lokal. Data ketenagakerjaan menunjukkan bahwa dari 7.605 penduduk usia produktif, 6.550 orang bekerja penuh. Angka ini mengindikasikan bahwa sebagian besar warga memiliki keterikatan dengan ritme kerja yang teratur, terutama kerja industri yang menuntut kedisiplinan waktu.

Dalam konteks dakwah, kondisi ini memengaruhi kapan jamaah dapat hadir, jenis kegiatan apa yang diminati, dan bagaimana pesan dakwah sebaiknya dikemas.

Dari sisi kesejahteraan, mayoritas keluarga berada pada kategori Sejahtera II dan Sejahtera III, sedangkan keluarga prasejahtera relatif kecil. Kondisi ini menunjukkan adanya modal ekonomi yang cukup baik untuk menopang kegiatan sosial-keagamaan. Akan tetapi, modal ekonomi tidak otomatis berubah menjadi pemberdayaan. Diperlukan manajemen masjid yang mampu mengorganisasi infak, sedekah, kepedulian warga, dukungan perusahaan, dan partisipasi jamaah menjadi program yang terarah. Utama, Fitrandasari, Arifin, dan Muhtadi (2018) menegaskan bahwa pengelolaan dana masjid memiliki potensi diarahkan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat apabila dikelola secara transparan dan produktif. Temuan ini sejalan dengan Hidayat et al. (2025) yang menempatkan keberlanjutan masjid pada kemampuan mengintegrasikan sumber daya keuangan Islam dan pemberdayaan komunitas.

Pendidikan masyarakat yang tergolong cukup baik juga menjadi modal dakwah. Keberadaan TK, SD, MI, dan lembaga pendidikan nonformal membuka peluang bagi masjid untuk mengembangkan program literasi keagamaan yang lebih sistematis. Pengajian kitab, kelas remaja, pelatihan khutbah, dan kajian tematik dapat dirancang dengan mempertimbangkan tingkat pendidikan jamaah. Dalam konteks ini, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyampaian ceramah, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran komunitas. Rifai (2020) menegaskan bahwa masjid dapat berperan sebagai pusat pendidikan agama Islam ketika pengelolaan programnya diarahkan pada pembinaan berkelanjutan.

Tabel 1. Peta Sosial-Ekonomi Jamaah Masjid Taqwa Ngemplak

Aspek	Temuan Lapangan	Implikasi Manajemen Dakwah
Demografi	Desa Gondosari 14.752 jiwa; Ngemplak Barat 512 KK dan 1.717 jiwa.	Masjid perlu segmentasi program berdasarkan usia, pekerjaan, dan kebutuhan jamaah.
Ekonomi industry	Terdapat 54 perusahaan; industri rokok menjadi identitas ekonomi lokal.	Program dakwah harus menyesuaikan ritme kerja industri dan membuka peluang kolaborasi sosial.
Ketenagakerjaan	6.550 dari 7.605 penduduk usia produktif bekerja penuh.	Waktu kegiatan perlu fleksibel, ringkas, dan mempertimbangkan sistem shift.
Kesejahteraan	Mayoritas keluarga berada pada kategori Sejahtera II dan III.	Potensi infak, sedekah, dan pemberdayaan sosial dapat dikembangkan secara terencana.
Pendidikan	Akses pendidikan formal dan nonformal relatif tersedia.	Masjid dapat mengembangkan kajian tematik, pengajian kitab, dan kaderisasi dai lokal.

Tabel 1 memperlihatkan bahwa peta sosial-ekonomi bukan sekadar latar belakang, tetapi dasar penyusunan strategi dakwah. Jika mayoritas jamaah bekerja dalam sistem industri, kegiatan masjid tidak dapat disusun hanya berdasarkan kebiasaan pengurus. Takmir perlu memperhitungkan jam kerja, kelompok usia, jenis pekerjaan, dan kebutuhan sosial

jamaah. Dengan demikian, peta dakwah berfungsi sebagai instrumen manajemen: membantu masjid menentukan sasaran kegiatan, bentuk komunikasi, waktu pelaksanaan, dan prioritas pemberdayaan. Sintesis ini mempertegas bahwa dakwah masjid pada komunitas industri harus bergerak dari pola rutinitas menuju pola perencanaan berbasis data.

Masjid sebagai Pusat Ibadah, Kohesi Sosial, dan Dakwah Kultural

Hasil observasi menunjukkan bahwa Masjid Taqwa Ngemplak telah berfungsi sebagai pusat ibadah yang aktif. Salat berjamaah lima waktu berlangsung rutin dengan jadwal imam dan muadzin yang disusun secara teratur. Ketersediaan imam cadangan menunjukkan adanya tata kelola internal yang cukup matang. Pada level manajerial, keteraturan semacam ini penting karena kontinuitas ibadah berjamaah merupakan indikator dasar kemakmuran masjid. Manajemen masjid tidak hanya tampak dalam struktur organisasi, tetapi juga dalam kemampuan pengurus menjaga kegiatan harian tetap berjalan.

Temuan yang menarik adalah penyediaan jahe hangat dan kudapan ringan setelah salat Subuh berjamaah. Program sederhana ini dapat dibaca sebagai inovasi dakwah bil-hal karena tidak mengajak jamaah melalui ceramah semata, tetapi menghadirkan pengalaman sosial yang menyenangkan. Minuman dan kudapan bukan inti dakwah, namun menjadi medium untuk membangun keakraban, menumbuhkan kebiasaan hadir Subuh, dan memperkuat rasa memiliki terhadap masjid. Mauludi et al. (2023) menunjukkan bahwa dakwah bil-hal berbasis masjid dapat bekerja efektif ketika program masjid menyentuh kebutuhan konkret jamaah dan menciptakan perubahan dari ketergantungan menuju keberlanjutan.

Kegiatan mingguan, bulanan, dan tahunan di Masjid Taqwa Ngemplak memperlihatkan diversifikasi program. Kegiatan mingguan mencakup pengajian Maulid Nabi untuk anak-anak, yasinan bapak-bapak, pengajian ibu-ibu, Ratibul Athos, dan istighosah malam Ahad. Kegiatan bulanan mencakup Pengajian Jumat Kliwon yang dihadiri sekitar 300 jamaah dari Gondosari dan sekitarnya, serta pengajian kitab bersama KH. Aniq Mafis setiap Ahad Legi. Pada bulan Ramadan, kegiatan meningkat melalui kuliah Subuh, pengajian harian, serta pengajian malam tertentu. Ragam kegiatan ini menunjukkan bahwa masjid melayani berbagai segmen jamaah: anak-anak, bapak-bapak, ibu-ibu, jamaah umum, dan pencari kajian kitab.

Diversifikasi kegiatan tersebut menjadi indikator penting dalam manajemen dakwah. Masjid yang hanya melayani satu segmen jamaah berisiko kehilangan daya tarik bagi kelompok lain. Sebaliknya, kegiatan yang menjangkau berbagai segmen dapat memperluas basis partisipasi dan memperkuat posisi masjid sebagai institusi komunitas. Dalam kerangka modal sosial, kegiatan-kegiatan tersebut menciptakan jaringan, kepercayaan, dan norma bersama yang membuat warga merasa terhubung satu sama lain (Bourdieu, 1986; Putnam, 2000). Nurdin (2024) juga menunjukkan bahwa organisasi Islam berbasis iman dapat memperkuat modal sosial ketika mampu membangun kepercayaan, jaringan, dan solidaritas dalam komunitas. Modal sosial inilah yang menjadi dasar bagi program pemberdayaan berbasis masjid.

Wawancara dengan Bapak Ghazali menguatkan temuan tersebut. Ia menjelaskan bahwa masyarakat Ngemplak pada masa sebelumnya masih memiliki tradisi kejawen yang kuat, seperti selamatan dan tradisi Suro yang bercampur dengan kepercayaan lokal. Seiring meningkatnya intensitas pengajian dan kegiatan masjid, terjadi perubahan pola hidup keagamaan secara bertahap. Pernyataannya, “Alhamdulillah, adanya pengajian dan banyak

kegiatan itu, lama-lama masyarakat Ngemplak ada perubahan pola hidup,” menunjukkan bahwa dakwah masjid bekerja secara gradual melalui pembiasaan, keteladanan, dan kontinuitas kegiatan (Wawancara dengan Bapak Ghazali, 19/05/2026).

Perubahan tersebut tidak perlu dibaca sebagai pemutusan total dari budaya lokal, tetapi sebagai proses dakwah kultural. Dakwah masjid tampaknya tidak dilakukan dengan pendekatan konfrontatif, melainkan melalui penguatan kegiatan keagamaan yang perlahan membentuk orientasi baru masyarakat. Dalam masyarakat Jawa, perubahan praktik keagamaan sering berlangsung melalui negosiasi antara tradisi lokal dan pembinaan Islam yang lebih terorganisir (Geertz, 1960; Hefner, 2000). Masjid Taqwa Ngemplak memperlihatkan bahwa dakwah kultural dapat berjalan efektif ketika masjid mampu menjaga kohesi sosial sambil memperkuat literasi keagamaan.

Tabel 2. Ragam Aktivitas Dakwah Masjid Taqwa Ngemplak

Jenis Kegiatan	Bentuk Program	Sasaran	Fungsi Dakwah
Harian	Salat berjamaah lima waktu dan jahe hangat setelah Subuh.	Jamaah umum.	Pembiasaan ibadah, kohesi sosial, dan dakwah bil-hal.
Mingguan	Maulid anak-anak, yasinan, pengajian ibu-ibu, Ratibul Athos, istighosah.	Anak-anak, bapak-bapak, ibu-ibu, jamaah amaliyah.	Segmentasi jamaah dan penguatan tradisi keagamaan.
Bulanan	Pengajian Jumat Kliwon dan pengajian kitab Ahad Legi.	Jamaah lintas dukuh dan kecamatan.	Perluasan radius dakwah dan penguatan literasi keagamaan.
Tahunan	Kuliah Subuh dan pengajian Ramadan.	Jamaah umum.	Intensifikasi pembinaan spiritual pada momentum keagamaan.
Rencana	Sedekah sayur, media sosial masjid, penguatan IRMAS.	Jamaah rentan, pemuda, dan publik digital.	Pemberdayaan sosial, regenerasi, dan perluasan dakwah digital.

Sintesis dari bagian ini menunjukkan bahwa kekuatan Masjid Taqwa Ngemplak terletak pada kemampuannya menjaga keseimbangan antara imarah ritual dan kohesi sosial. Aktivitas harian, mingguan, bulanan, dan tahunan membentuk jaringan keagamaan yang berlapis. Namun, kekuatan ini baru menjadi modal manajemen dakwah apabila diterjemahkan ke dalam perencanaan kader, program sosial, dan strategi komunikasi yang lebih sistematis.

Tantangan Manajerial: Regenerasi, Dai Lokal, dan Jam Kerja Industri

Di balik aktivitas keagamaan yang kuat, observasi menemukan sejumlah tantangan manajerial. Tantangan pertama adalah regenerasi pemuda masjid. Wawancara dengan Bapak Selamat menunjukkan bahwa IRMAS belum berjalan optimal. Salah satu sebabnya adalah persepsi sebagian pemuda yang masih melihat masjid sebagai ruang orang tua. Persepsi ini menjadi masalah strategis karena keberlanjutan masjid sangat bergantung pada keterlibatan

generasi muda. Mannuhung dan Tenrigau (2018) menegaskan bahwa pengelolaan remaja masjid tidak dapat dipisahkan dari upaya menjaga keberlanjutan fungsi masjid di masa depan.

Problem regenerasi tidak cukup diselesaikan dengan ajakan normatif agar pemuda datang ke masjid. Diperlukan desain program yang sesuai dengan minat, bahasa, dan gaya partisipasi generasi muda. Kajian tematik, pelatihan kepemimpinan, pelatihan konten dakwah digital, kegiatan sosial, olahraga, kerelawanan, dan kelas kreatif dapat menjadi pintu masuk. Sakai (2012) menunjukkan bahwa dakwah kepada pemuda memerlukan pendekatan yang memperhatikan budaya populer, komunikasi yang dekat, dan figur yang relevan. Dalam konteks Masjid Taqwa Ngemplak, IRMAS dapat direvitalisasi bukan sekadar sebagai organisasi pelengkap, tetapi sebagai laboratorium kaderisasi dakwah.

Tantangan kedua adalah minimnya kader dai lokal. Bapak Ghazali menyampaikan perlunya lebih banyak kader ulama lokal agar masyarakat tidak terlalu bergantung pada penceramah dari luar. Ketergantungan pada dai eksternal memang dapat memperkaya wawasan jamaah, tetapi dalam jangka panjang dapat menghambat kemandirian dakwah. Kader lokal memiliki kelebihan karena memahami kultur, bahasa, problem sosial, dan ritme kehidupan warga. Karena itu, pengajian kitab bersama kiai, jadwal imam dan muadzin, serta kegiatan rutin masjid dapat dijadikan basis pelatihan dai lokal. Program ini dapat dimulai dari pelatihan khutbah, retorika dakwah, pembacaan kitab dasar, dan mentoring bersama ustaz senior.

Tantangan ketiga adalah jam kerja industri. Dominasi pekerjaan sebagai buruh dan karyawan pabrik membuat sebagian jamaah tidak selalu dapat hadir dalam kegiatan keagamaan. Jam kerja yang ketat, sistem shift, dan kelelahan kerja dapat mengurangi partisipasi dalam pengajian harian. Akan tetapi, kondisi ini bukan alasan untuk menurunkan intensitas dakwah, melainkan dasar untuk merancang bentuk kegiatan yang lebih adaptif. Pengajian singkat, jadwal alternatif, rekaman ceramah, pesan dakwah melalui WhatsApp, dan publikasi media sosial dapat membantu menjangkau jamaah yang tidak selalu hadir secara fisik.

Tantangan keempat adalah literasi keagamaan masyarakat yang masih perlu diperkuat. Kegiatan keagamaan sudah banyak, tetapi sebagian jamaah masih berada pada tingkat pemahaman Islam yang umum. Kondisi ini menunjukkan perlunya kurikulum dakwah masjid yang bertahap. Kegiatan populer seperti yasinan dan pengajian umum perlu dilengkapi dengan kajian tematik yang lebih sistematis, misalnya fikih ibadah, keluarga sakinah, etika kerja Islami, literasi zakat-infak, dan keislaman dalam kehidupan industri. Dengan demikian, masjid tidak hanya menjadi ruang seremoni keagamaan, tetapi juga pusat pembentukan pengetahuan dan karakter jamaah.

Secara analitis, empat tantangan tersebut memperlihatkan bahwa persoalan Masjid Taqwa Ngemplak bukan terletak pada lemahnya aktivitas keagamaan, melainkan pada kebutuhan transformasi manajerial. Masjid sudah memiliki modal kegiatan, aktor, dan solidaritas, tetapi perlu memperkuat sistem regenerasi, kurikulum dakwah, dan pengelolaan waktu. Di sinilah pemetaan sosial-keagamaan berfungsi sebagai dasar untuk menghubungkan data jamaah dengan keputusan program.

Dakwah Digital dan Keuangan Masjid: Dari QRIS ke Media Sosial

Pemanfaatan teknologi digital di Masjid Taqwa Ngemplak masih berada pada tahap awal, tetapi menunjukkan arah yang menjanjikan. Penggunaan QRIS untuk infak digital menjadi indikasi bahwa takmir mulai membuka diri terhadap sistem keuangan digital. Pada masyarakat yang semakin terbiasa menggunakan pembayaran nontunai, QRIS dapat mempermudah jamaah berinfak, terutama generasi muda dan pekerja yang jarang membawa uang tunai. Rahman dan Lasena (2024) menunjukkan bahwa implementasi QRIS untuk pengumpulan ZIS di masjid dapat memperluas kanal penghimpunan dana dan memperkuat praktik filantropi Islam digital. Arifin, Ratnasari, dan Pertiwi (2024) juga menunjukkan bahwa teknologi QRIS memiliki daya tarik bagi generasi muda dalam menyalurkan infak ke masjid.

Selain kemudahan transaksi, QRIS dapat menjadi pintu masuk transparansi keuangan. Pengurus masjid dapat mengembangkan laporan infak digital secara berkala, misalnya melalui papan informasi masjid, grup WhatsApp jamaah, atau akun media sosial. Transparansi penting karena kepercayaan jamaah menjadi modal utama dalam pengelolaan dana sosial. Ridwan et al. (2025) menegaskan bahwa digitalisasi manajemen masjid berpotensi membangun efisiensi dan transparansi pengelolaan. Karena itu, penggunaan QRIS perlu dipahami bukan hanya sebagai alat pembayaran, tetapi sebagai bagian dari tata kelola masjid modern.

Rencana pembuatan akun media sosial resmi masjid juga menjadi langkah penting. Media sosial dapat digunakan untuk mempublikasikan jadwal kegiatan, cuplikan ceramah, dokumentasi sedekah sayur, ajakan salat berjamaah, informasi keuangan, dan konten edukasi singkat. Mutiara dan Kustiawan (2024) memperlihatkan bahwa media sosial dapat mendukung kegiatan dakwah apabila dikelola melalui fungsi manajemen: perencanaan konten, pembagian tugas, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam konteks Masjid Taqwa Ngemplak, pengelolaan media sosial sebaiknya melibatkan pemuda agar sekaligus menjadi ruang kaderisasi IRMAS.

Dakwah digital perlu diposisikan sebagai pelengkap dakwah tatap muka, bukan pengganti. Campbell dan Evolvi (2019) menjelaskan bahwa praktik keagamaan digital kontemporer sering berjalan secara hibrid, menghubungkan ruang online dan offline. Tabti (2022) menunjukkan bahwa komunitas masjid dapat mengembangkan strategi digital untuk menjaga hubungan jamaah ketika interaksi fisik terbatas. Wahid (2024) juga memperlihatkan bahwa digital Islam berkembang sebagai medan kajian yang menghubungkan praktik keagamaan, teknologi, dan perubahan komunitas. Artinya, media sosial masjid bukan sekadar tempat mengunggah dokumentasi, melainkan jembatan yang menghubungkan jamaah pekerja industri dengan aktivitas masjid.

Namun, digitalisasi masjid perlu dikelola secara hati-hati. Akun media sosial yang tidak terkelola dapat berhenti setelah beberapa unggahan. Karena itu, takmir perlu membentuk Tim Media Masjid dengan struktur sederhana: penanggung jawab konten, dokumentasi, desain, admin media sosial, dan verifikasi informasi. Konten harus disusun berdasarkan kalender kegiatan, bukan hanya spontanitas. Evaluasi dapat dilakukan setiap bulan dengan melihat konsistensi unggahan, interaksi jamaah, jumlah publikasi kegiatan, serta dampaknya terhadap partisipasi pemuda. Dengan pendekatan ini, digitalisasi menjadi bagian dari manajemen dakwah, bukan sekadar atribut modernitas. Hidayat et al. (2024) memperkuat argumentasi ini dengan menunjukkan bahwa penguatan kompetensi pengurus masjid dalam

manajemen digital diperlukan agar teknologi benar-benar menjadi instrumen pelayanan jamaah.

Strategi Pemberdayaan Jamaah Berbasis Peta Dakwah

Berdasarkan peta sosial-keagamaan, strategi pemberdayaan jamaah Masjid Taqwa Ngemplak dapat diarahkan pada lima agenda. Agenda pertama adalah revitalisasi IRMAS. Revitalisasi ini perlu dimulai dari pendataan pemuda, dialog kebutuhan, dan penyusunan program yang relevan. IRMAS tidak cukup diberi tugas membantu kegiatan seremonial, tetapi perlu diberi ruang mengambil peran dalam desain program. Misalnya, pemuda dapat mengelola konten media sosial, menjadi panitia kajian tematik, mengorganisasi kegiatan sosial, dan menjadi relawan sedekah sayur. Keterlibatan semacam ini akan mengubah persepsi bahwa masjid hanya milik orang tua.

Agenda kedua adalah kaderisasi dai lokal. Kaderisasi dapat dilakukan melalui kelas retorika dakwah, pelatihan khutbah, pembacaan kitab dasar, pelatihan imam, dan mentoring dengan kiai atau ustaz senior. Pengajian kitab yang sudah berjalan bersama KH. Aniq Mafis dapat menjadi ruang transfer keilmuan, sedangkan jadwal imam dan muadzin dapat menjadi ruang latihan kepemimpinan ibadah. Kaderisasi dai lokal penting agar masjid memiliki sumber daya dakwah yang berkelanjutan. Dalam jangka panjang, keberhasilan kaderisasi dapat diukur dari munculnya pemuda yang mampu menjadi imam, khatib, moderator kajian, pengisi kultum, dan penggerak kegiatan sosial.

Agenda ketiga adalah penguatan dakwah bil-hal melalui program sedekah sayur. Program ini sudah direncanakan oleh takmir dan sangat relevan dengan kebutuhan pemberdayaan. Sedekah sayur dapat dirancang sebagai program mingguan yang melibatkan jamaah mampu, pedagang, petani, peternak, dan perusahaan sekitar. Penerima manfaat dapat diprioritaskan pada keluarga rentan, lansia, buruh berpenghasilan rendah, atau warga yang sedang sakit. Agar tidak berhenti sebagai kegiatan karitatif, program ini perlu dilengkapi dengan pencatatan penerima, rotasi donatur, dokumentasi, serta evaluasi dampak sosial. Zakiyyah dan Haqq (2018) menegaskan bahwa strategi dakwah bil-hal berbasis masjid dapat memperkuat peran masjid dalam menggerakkan pemberdayaan masyarakat.

Agenda keempat adalah kolaborasi sosial dengan industri sekitar. Keberadaan perusahaan di Gondosari selama ini berdampak pada ekonomi masyarakat. Dukungan perusahaan terhadap kegiatan masjid perlu diarahkan pada program yang lebih terukur, misalnya bantuan kegiatan Ramadan, dukungan pelatihan pemuda, program kesehatan jamaah, beasiswa anak buruh, bantuan sarana pendidikan Al-Qur'an, atau dukungan operasional sedekah sayur. Kolaborasi ini perlu menjaga independensi masjid, tetapi tetap membuka ruang sinergi sosial. Scheyvens, Banks, dan Hughes (2016) mengingatkan bahwa keterlibatan sektor swasta dalam agenda sosial perlu diarahkan melampaui pola bantuan biasa menuju dampak yang lebih berkelanjutan.

Agenda kelima adalah penyusunan kalender dakwah berbasis peta jamaah. Takmir perlu mengklasifikasikan kegiatan berdasarkan target jamaah dan waktu pelaksanaan. Kegiatan Subuh dapat diperkuat dengan program ringan yang membangun kebiasaan. Kegiatan malam dapat disesuaikan dengan jamaah pekerja. Kegiatan pemuda dapat ditempatkan pada waktu yang tidak berbenturan dengan sekolah, kerja, atau kegiatan keluarga. Kegiatan digital dapat digunakan untuk menjangkau jamaah yang tidak hadir. Dengan kalender semacam ini, masjid bekerja berdasarkan data, bukan semata rutinitas.

Tabel 3. Pemetaan Masalah, Potensi, Strategi, dan Indikator Dakwah

Masalah Dakwah	Potensi Pendukung	Strategi Program	Indikator Keberhasilan
IRMAS belum optimal.	Jumlah pemuda potensial dan kegiatan masjid sudah mapan.	Revitalisasi IRMAS, tim media, kajian kreatif, kegiatan sosial pemuda.	Ada struktur aktif, program bulanan, dan keterlibatan pemuda dalam kegiatan masjid.
Minim kader dai lokal.	Ada pengajian kitab, tokoh agama, imam, dan muadzin terjadwal.	Kelas retorika dakwah, pelatihan khutbah, mentoring ustaz senior.	Muncul dai, khatib, moderator, dan pengisi kultum dari warga lokal.
Jam kerja industri membatasi partisipasi.	Jamaah pekerja memiliki basis ekonomi dan solidaritas kuat.	Penjadwalan fleksibel, kajian singkat, konten digital, grup informasi.	Kegiatan dihadiri pekerja lintas shift dan tidak hanya kelompok usia tertentu.
Dakwah digital belum optimal.	Masjid memakai QRIS dan merencanakan media sosial.	Tim media masjid, kalender konten, publikasi kegiatan, laporan infak digital.	Akun aktif, informasi kegiatan tersampaikan, dan partisipasi pemuda meningkat.
Program sosial belum terstruktur.	Ada solidaritas warga dan peluang dukungan industri.	Sedekah sayur, bantuan jamaah rentan, kolaborasi perusahaan.	Program berjalan rutin, penerima terdata, dan dukungan jamaah meningkat.

Tabel 3 menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan tidak disusun secara terpisah dari masalah. Setiap masalah dakwah perlu dibaca bersama potensi pendukung dan indikator keberhasilannya. Pola ini membedakan manajemen dakwah berbasis pemetaan dari manajemen dakwah berbasis rutinitas. Jika manajemen berbasis rutinitas hanya mengulang kegiatan yang sudah ada, manajemen berbasis pemetaan menjadikan masalah dan potensi jamaah sebagai dasar perencanaan program.

Tabel 4. Agenda Aksi Strategis Berbasis Peta Dakwah

Agenda Aksi	Langkah Awal	Pelaksana Utama	Output yang Diharapkan
Revitalisasi IRMAS	Pendataan pemuda, forum dialog, dan penyusunan program kreatif.	Takmir dan pemuda masjid.	IRMAS aktif dengan kegiatan rutin dan peran jelas.
Kaderisasi dai lokal	Pelatihan khutbah, kultum, imam, dan retorika dakwah.	Takmir, kiai, dan ustaz senior.	Muncul kader dai lokal dari warga.
Sedekah sayur	Pendataan penerima, donatur, jadwal distribusi, dan dokumentasi.	Takmir, jamaah, dan relawan.	Program sosial rutin dan terukur.
Digitalisasi masjid	Pembentukan tim media, pembuatan akun, kalender konten, dan laporan QRIS.	Takmir dan IRMAS.	Media sosial aktif dan laporan infak lebih transparan.
Kolaborasi industri	Pemetaan perusahaan sekitar dan penyusunan proposal sosial masjid.	Takmir dan tokoh masyarakat.	Dukungan perusahaan untuk program sosial dan pendidikan jamaah.

Model Manajemen Dakwah Masjid pada Komunitas Industri

Berdasarkan temuan di atas, artikel ini menawarkan model manajemen dakwah masjid berbasis pemetaan sosial-keagamaan pada komunitas industri. Model ini terdiri atas enam komponen. Pertama, pemetaan mad'u yang meliputi demografi, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan, tradisi keagamaan, dan penggunaan teknologi. Kedua, penguatan imarah melalui kegiatan rutin yang melayani berbagai segmen jamaah. Ketiga, kaderisasi sumber daya dakwah melalui penguatan pemuda dan dai lokal. Keempat, pemberdayaan bil-hal melalui program sosial yang menyentuh kebutuhan warga. Kelima, digitalisasi manajemen melalui QRIS, media sosial, dokumentasi, dan transparansi. Keenam, kolaborasi sosial dengan lingkungan industri tanpa menghilangkan independensi masjid.

Ciri khas komunitas industri terletak pada kebutuhan penyesuaian waktu dan bentuk kegiatan. Masjid tidak dapat menuntut jamaah pekerja mengikuti seluruh kegiatan dengan pola yang sama. Sebaliknya, masjid perlu menyusun variasi program: kegiatan harian yang ringan, kegiatan mingguan yang segmentatif, kegiatan bulanan yang besar, kegiatan digital yang dapat diakses kapan saja, dan program sosial yang manfaatnya langsung terasa. Dengan demikian, dakwah masjid hadir tidak hanya di mimbar, tetapi juga dalam ritme kerja, ruang keluarga, solidaritas sosial, dan ruang digital jamaah.

Kelebihan model ini terletak pada kemampuannya menghubungkan data sosial dengan keputusan program. Dibandingkan model manajemen masjid yang hanya menekankan POAC secara umum, model ini memberi tekanan pada pembacaan konteks jamaah sebagai titik awal perencanaan. Dibandingkan pendekatan pemberdayaan yang hanya menonjolkan program sosial, model ini tetap menempatkan imarah, kaderisasi, dan literasi keagamaan sebagai inti

dakwah. Dibandingkan pendekatan digitalisasi yang hanya menekankan media, model ini menempatkan teknologi sebagai pelengkap dari relasi sosial jamaah. Namun, model ini juga memiliki keterbatasan karena memerlukan komitmen takmir, kapasitas pemuda, dan dukungan data yang diperbarui secara berkala.

Model ini dapat diterapkan pada masjid lain dengan karakteristik serupa, terutama masjid yang berada di sekitar pabrik, kawasan pekerja, atau desa dengan basis ekonomi industri. Akan tetapi, penerapannya perlu disesuaikan dengan konteks lokal. Masjid di kawasan agraris mungkin lebih menekankan kalender musim tanam dan panen, sedangkan masjid di kawasan perkotaan mungkin lebih menekankan mobilitas, segmentasi kelas menengah, dan kepadatan jadwal profesional. Karena itu, kontribusi utama model ini bukan memberikan resep tunggal, melainkan menawarkan kerangka kerja adaptif: membaca jamaah, mengelola modal sosial, menyusun program, menjalankan digitalisasi, dan mengevaluasi dampak.

Tabel 5. Model Manajemen Dakwah Masjid pada Komunitas Industri

Komponen Model	Orientasi	Contoh Implementasi di Masjid Taqwa Ngemplak
Pemetaan sosial-keagamaan	Membaca mad'u sebelum menyusun program.	Data demografi, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan, tradisi, dan ritme kerja industri.
Imarah segmentatif	Menghidupkan masjid melalui kegiatan lintas kelompok jamaah.	Salat berjamaah, pengajian ibu-ibu, yasinan, Maulid anak, pengajian kitab, Jumat Kliwon.
Kaderisasi lokal	Membangun keberlanjutan aktor dakwah.	IRMAS, pelatihan khutbah, pelatihan imam, mentoring ustaz senior.
Dakwah bil-hal	Mengubah solidaritas menjadi program sosial.	Jahe Subuh, sedekah sayur, bantuan jamaah rentan, dukungan industri.
Digitalisasi manajemen	Memperluas akses, transparansi, dan komunikasi.	QRIS, media sosial masjid, laporan infak digital, dokumentasi kegiatan.

Kontribusi artikel ini terletak pada upaya menghubungkan tiga medan kajian: manajemen dakwah masjid, pemberdayaan jamaah, dan konteks komunitas industri. Artikel ini menunjukkan bahwa komunitas industri tidak harus dipahami sebagai ruang yang melemahkan kehidupan keagamaan. Sebaliknya, apabila dikelola dengan pemetaan yang tepat, komunitas industri dapat menyediakan modal ekonomi, kedisiplinan organisasi, dan jejaring sosial yang memperkuat masjid. Tantangannya adalah bagaimana takmir mengubah modal tersebut menjadi sistem dakwah yang berkelanjutan.

Implikasi Praktis bagi Takmir Masjid

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya takmir menyusun peta dakwah tertulis sebagai dokumen kerja masjid. Dokumen tersebut tidak harus rumit, tetapi memuat data dasar jamaah, kategori usia, pekerjaan dominan, jadwal kegiatan, potensi donatur, aktor pemuda, tokoh agama lokal, serta masalah prioritas. Peta tertulis akan membantu pergantian pengurus karena program masjid tidak hanya bergantung pada ingatan tokoh tertentu. Selain itu, dokumen peta dakwah dapat menjadi dasar ketika masjid menyusun proposal kerja sama dengan pemerintah desa, perusahaan sekitar, atau organisasi keagamaan.

Takmir juga perlu membangun mekanisme evaluasi sederhana. Setiap kegiatan dapat dievaluasi melalui tiga pertanyaan: siapa yang hadir, manfaat apa yang dirasakan, dan apa yang perlu diperbaiki. Evaluasi semacam ini lebih sesuai untuk masjid komunitas karena tidak membutuhkan perangkat birokrasi yang berat. Hasil evaluasi dapat dibahas dalam rapat bulanan takmir, lalu disampaikan secara ringkas kepada jamaah. Transparansi proses akan memperkuat kepercayaan, sementara partisipasi jamaah dalam memberi masukan akan memperluas rasa memiliki terhadap masjid.

Bagi pemerintah desa dan organisasi keagamaan, temuan ini menunjukkan bahwa masjid dapat dijadikan mitra strategis dalam pemberdayaan sosial. Program desa terkait penguatan keluarga, kesehatan masyarakat, literasi digital, penanggulangan kemiskinan, dan pembinaan pemuda dapat disinergikan dengan masjid sepanjang tetap memperhatikan karakter keagamaan dan kemandirian kelembagaan masjid. Bagi perusahaan sekitar, keterlibatan sosial tidak seharusnya berhenti pada bantuan insidental, tetapi dapat diarahkan pada program berkelanjutan seperti pelatihan pemuda, dukungan pendidikan, dan kegiatan sosial jamaah.

Bagi pengembangan ilmu manajemen dakwah, kasus Masjid Taqwa Ngemplak menunjukkan bahwa peta dakwah dapat berfungsi sebagai jembatan antara data sosial dan desain program. Selama ini peta dakwah sering dipahami sebagai tugas deskriptif untuk mengetahui kondisi masyarakat. Artikel ini menegaskan bahwa peta dakwah seharusnya dilanjutkan menjadi keputusan manajerial: menentukan prioritas program, aktor pelaksana, strategi komunikasi, dan indikator keberhasilan. Dengan cara itu, peta dakwah tidak berhenti sebagai laporan, tetapi menjadi instrumen transformasi manajemen masjid.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Masjid Taqwa Ngemplak memiliki posisi strategis sebagai pusat ibadah, imarah, kohesi sosial, dan pemberdayaan jamaah pada komunitas industri Gondosari Kudus. Peta sosial-keagamaan memperlihatkan bahwa masyarakat memiliki basis demografis besar, tingkat kesejahteraan relatif baik, tradisi gotong royong kuat, serta aktivitas keagamaan yang aktif. Namun, masjid juga menghadapi tantangan regenerasi pemuda, keterbatasan kader dai lokal, jadwal kerja industri, dan dakwah digital yang belum berkembang secara sistematis.

Kontribusi konseptual artikel ini adalah perumusan model manajemen dakwah masjid berbasis pemetaan sosial-keagamaan pada komunitas industri. Model tersebut mengintegrasikan enam komponen: pemetaan mad'u, imarah segmentatif, kaderisasi lokal, dakwah bil-hal, digitalisasi manajemen, dan kolaborasi sosial berbasis dukungan industri. Dengan model ini, manajemen dakwah masjid tidak hanya dipahami sebagai pengelolaan

kegiatan rutin, tetapi sebagai proses mengubah data sosial jamaah menjadi program dakwah yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Secara praktis, temuan ini memberi implikasi bagi takmir masjid untuk menyusun peta dakwah tertulis, memperkuat IRMAS, membangun kader dai lokal, mengembangkan program bil-hal, serta mengelola QRIS dan media sosial secara terencana. Bagi pemerintah desa, masjid dapat menjadi mitra pemberdayaan sosial yang dekat dengan warga. Bagi organisasi keagamaan dan perusahaan sekitar, masjid dapat menjadi ruang kolaborasi sosial sepanjang tetap menjaga independensi, transparansi, dan orientasi kemaslahatan jamaah.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena berbasis pada satu lokasi observasi dengan dua informan kunci. Karena itu, temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik ke seluruh masjid di kawasan industri. Namun, temuan ini dapat menjadi ilustrasi analitis tentang bagaimana masjid di lingkungan industri membaca potensi dan tantangan jamaah. Penelitian lanjutan dapat membandingkan beberapa masjid di kawasan industri Kudus, Jepara, Demak, atau daerah lain untuk menguji, memperluas, dan memodifikasi model manajemen dakwah berbasis pemetaan sosial-keagamaan yang ditawarkan dalam artikel ini.

Daftar Pustaka

- Al-Krenawi, A. (2016). The role of the mosque and its relevance to social work. *International Social Work*, 59(3), 359-367. <https://doi.org/10.1177/0020872815626997>
- Arifin, S., Ratnasari, R. T., & Pertiwi, T. D. (2024). Exploring the impact of QRIS technology on Gen Z intention to contribute infaq to mosques. *Istinbath: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 23(2), 306-320. <https://doi.org/10.20414/ijhi.v23i2.729>
- Ayub, M. E. (1996). *Manajemen masjid*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Aziz, M. A. (2019). *Ilmu dakwah: Edisi revisi*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus. (2025). *Kecamatan Gebog dalam angka 2025*. Kudus: BPS Kabupaten Kudus.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2019). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2, 5-17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Egidiasafitri, E., Kuswana, D., & Yuliani, Y. (2018). Pengelolaan masjid berbasis kampus dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(4), 311-328. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v3i4.1213>
- Fernando, R., Hasanuddin, T., Rangga, K. K., & Utama, D. D. P. (2022). Professional mosque management model based on religious and academic activities in the community. *Khalifa: Journal of Islamic Education*, 6(2). <https://doi.org/10.24036/kjie.v6i2.275>
- Gazalba, S. (1994). *Masjid: Pusat ibadah dan kebudayaan Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Husna.
- Geertz, C. (1960). *The religion of Java*. Chicago: University of Chicago Press.

- Hasan, I., & Sulaeman, A. (2019). Social empowerment based on mosque. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 349, 656-659. <https://doi.org/10.2991/iccd-19.2019.173>
- Hefner, R. W. (2000). *Civil Islam: Muslims and democratization in Indonesia*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hidayat, A., Taufiq, A., Sunaryono, S., Munzil, M., Muhammad, H., & Subadra, S. U. I. (2024). Digital mosque management strengthening workshop to enhance the competence of mosque administrators in Malang City. *Community Empowerment*, 9(4), 727-732. <https://doi.org/10.31603/ce.11237>
- Hidayat, R., Rodoni, A., Sukardi, B., Fachrurazi, Asmanto, E., & Ismail, N. (2025). Transforming mosque sustainability: Leveraging Islamic economics and finance for community empowerment. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 16(2), 313-334. <https://doi.org/10.21580/economica.2025.16.2.28314>
- Mannuhung, S., & Tenrigau, A. M. (2018). Manajemen pengelolaan masjid dan remaja masjid di Kota Palopo. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 14-21. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v1i1.69>
- Mauludi, M., Ibrahim, M. S. S., Rifaid, M., & Thoha, A. F. K. (2023). Pemberdayaan ekonomi masyarakat Islam berbasis masjid: Studi kasus pemberdayaan yatim Masjid Ar Rahmah Surabaya. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 22(1), 1-12. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v22i1.7578>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mohammed, A. S., Amoah, C., Abbas, J., & Naayif, S. (2025). Facilities managers vs. mosque management committees: Evaluating the need for professional facilities management in mosque operations. *Facilities*, 43(5/6), 363-396. <https://doi.org/10.1108/F-07-2024-0102>
- Muhlis, M., Sagara, Y., & Amani, Z. (2023). Revitalization of mosque management models and their application in social capital. *Al-Qalam*, 29(2), 373-385. <https://doi.org/10.31969/alq.v29i2.1345>
- Mukarom, Z. (2020). Islamic da'wah in industrial society: Study of PT Indorama employees Synthetics Tbk Purwakarta. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 14(1), 1-24. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v14i1.8693>
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Mutiara, T. S., & Kustiawan, W. (2024). Implementasi fungsi manajemen dalam kegiatan dakwah menggunakan sosial media di Masjid Al-Musannif Medan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 1191-1199. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.5239>
- Nuridin, M. R. (2024). Islamic faith-based organisations and their role in building social capital for post-disaster recovery in Indonesia. *Disasters*, 48(S1), e12635. <https://doi.org/10.1111/disa.12635>
- Observasi di Masjid Taqwa Ngemplak, Gondosari, Kudus, 19/05/2026.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.

- Rahman, S., & Lasena, R. (2024). Digital filantropi Islam: Implementasi QRIS untuk pengumpulan ZIS di Masjid Kota Gorontalo. *Journal of Principles Management and Business*, 3(2), 111-121. <https://doi.org/10.55657/jpmb.v3i02.181>
- Ridwan, M., Rewira, A. E., & Saefuddin, A. (2025). Digitalisasi manajemen masjid dalam membangun efisiensi dan transparansi pengelolaan. *Ad-Da'wah*, 23(2), 49-62. <https://doi.org/10.59109/addawah.v23i2.147>
- Ridwanullah, A. I., & Herdiana, D. (2018). Optimalisasi pemberdayaan masyarakat berbasis masjid. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 12(1), 82-98. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i1.2396>
- Rifai, M. (2020). Masjid sebagai pusat pendidikan agama Islam. *Educreative: Jurnal Pendidikan Kreativitas Anak*, 5(3), 425-440. <https://doi.org/10.37530/edu.v5i3.128>
- Sakai, M. (2012). Preaching to Muslim youth in Indonesia: The dakwah activities of Habiburrahman El Shirazy. *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 46(1), 9-31.
- Scheyvens, R., Banks, G., & Hughes, E. (2016). The private sector and the SDGs: The need to move beyond business as usual. *Sustainable Development*, 24(6), 371-382. <https://doi.org/10.1002/sd.1623>
- Spradley, J. P. (1980). Participant observation. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Tabti, S. (2022). Digital mosque: Muslim communities in Germany and their digital strategies in the COVID-19 pandemic. *Journal of Muslims in Europe*, 11(3), 333-353. <https://doi.org/10.1163/22117954-bja10072>
- Utama, R. D. R., Fitrandasari, Z., Arifin, M., & Muhtadi, R. (2018). Can mosque fund management for community economic empowerment? An exploratory study. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 3(2), 451-457. <https://doi.org/10.30659/ijibe.3.2.451-457>
- Wahid, S. H. (2024). Exploring the intersection of Islam and digital technology: A bibliometric analysis. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101085. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101085>
- Wawancara dengan Bapak Ghazali, Tokoh Masyarakat Dukuh Ngemplak, 19/05/2026.
- Wawancara dengan Bapak Selamat, Ketua Takmir Masjid Taqwa Ngemplak, 19/05/2026.
- Zakiyyah, H., & Haqq, A. A. (2018). Strategi dakwah bil-hal dalam program Posdaya berbasis masjid. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(1), 127-143. <https://doi.org/10.24235/orasi.v9i1.2969>