



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA  
MASJID MELALUI *NEW NORMAL*  
*MARKETING* DI MASJID DINUL KHOLIS  
DESA SRUNI KECAMATAN GEDANGAN  
KABUPATEN SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos)

Oleh:

**Nurul Aini Ambarwati**  
**NIM.B92216116**

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT  
ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA 2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Aini Ambarwati  
NIM : B92216116  
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **“Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid Melalui *New Normal Marketing* Di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo”**, adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia dan menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 20 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Nurul Aini Ambarwati  
NIM. B92216116

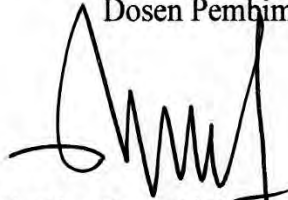
## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Nurul Aini Ambarwati  
Nim : B92216116  
Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam  
Judul : PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA  
MASJID MELALUI *NEW NORMAL MARKETING* DI  
MASJID DINUL KHOLIS DESA SRUNI  
KECAMATAN GEDANGAN KABUPATEN  
SIDOARJO

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Desember 2020

Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Ries Dyah Fitriyah, M.Si  
197804192008012014

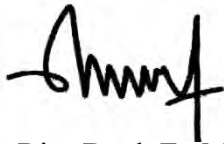
## PENGESAHAN TIM PENGUJI

### “PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA MASJID MELALUI *NEW NORMAL MARKETING* DI MASJID DINUL KHOLIS DESA SRUNI KECAMATAN GEDANGAN KABUPATEN SIDOARJO”

Nurul Aini Ambarwati NIM: B92216116  
Telah diuji dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji pada  
tanggal 07 Januari 2021

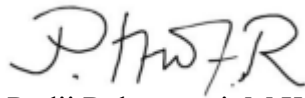
Tim Penguji

Penguji I



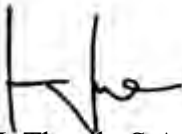
Dr. Hj. Ries Dyah F., M.Si  
NIP. 197804192008012014

Penguji II



Dr. Pudji Rahmawati, M.Kes  
NIP. 196703251994032002

Penguji III



Dr. H. Thayib, S.Ag, M.Si  
NIP. 197011161999031001

Penguji IV



Yusria Ningsih, S.Ag, M.Kes  
NIP. 197605182007012022



Surabaya, 11 Januari 2020

Dekan,

Dr. F. Abdul Halim, M.Ag  
NIP. 196307251991031003



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

---

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurul Aini Ambarwati  
NIM : B92216116  
Fakultas/Jurusan : FDK/ Pengembangan Masyarakat Islam  
E-mail address : [nurulainiamban@gmail.com](mailto:nurulainiamban@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi    ☐ Tesis    ☐ Desertasi    ☐ Lain-lain  
yang berjudul :

**PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA MASJID MELALUI NEW NORMAL MARKETING DI MASJID DINUL KHOLIS DESA SRUNI KECAMATAN GEDANGAN KABUPATEN SIDOARJO**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Sidoarjo, 07 Januari 2021  
Penulis

Nurul Aini Ambarwati

## ABSTRAK

Nurul Aini Ambarwati, B92216116. Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid Melalui *New Normal Marketing* Di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

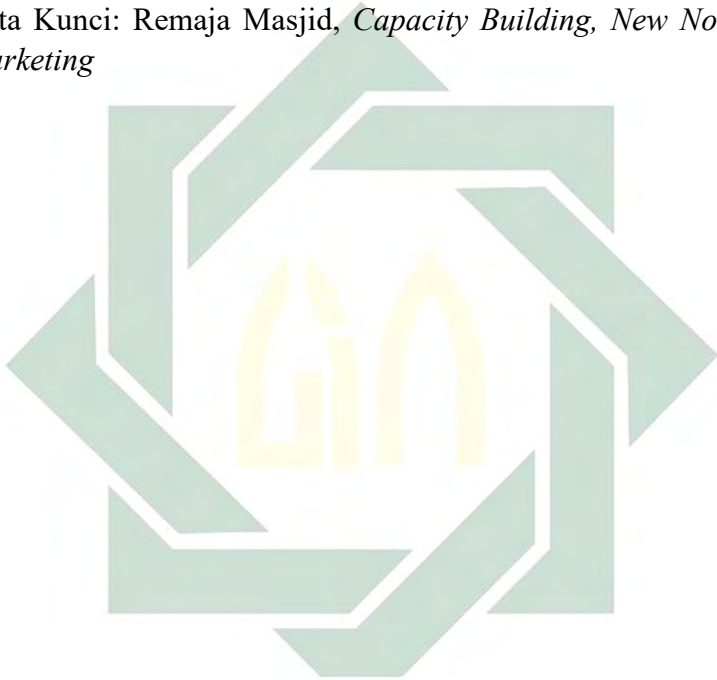
Masjid memiliki beragam perananan, diantaranya adalah sebagai tempat perkembangan sumber daya ekonomian umat. Remaja Masjid Dinul Kholis merupakan perkumpulan pemuda dengan semangat dan kreativitas. Dalam diri remaja masjid terdapat kapasitas yaitu berupa keterampilan, keahlian dan ilmu pengetahuan yang belum disadari dan belum terkelola dengan baik. Melalui riset aksi ini, peneliti mencoba untuk mengembangkan kapasitas yang dimiliki oleh remaja Masjid Dinul Kholis sehingga mampu mengelola aset dan potensi yang dimiliki. Penelitian aksi ini berfokus pada strategi perubahan dalam proses pemberdayaan remaja masjid melalui upaya penguatan kapasitas individu dan relevansi terkait antara pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* dengan dakwah pengembangan masyarakat Islam.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah ABCD (*Asset Based Community Development*) yang berbasis pada aset dan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid. Maka dalam proses peneltian dilakukan melalui langkah-langkah AI (*Appreciative Inquiry*) atau siklus 5-D, yaitu *Discovery* (Menemukan), *Dream* (Memimpikan), *Design* (Merancang), *Define* (Menentukan), *Destiny* (Monitoring dan Evaluasi).

Berbagai aspek terkait dengan *skill* dan kognisi yang dimiliki para anggota remaja masjid, diaplikasikan menjadi suatu tim kewirausahaan online. Dengan diawali identifikasi kemampuan individu, kemudian pembagian tugas sesuai dengan potensi masing-masing anggota dan dilanjutkan dengan proses membangun sistem penjualan *new normal marketing* untuk selanjutnya diperkuat menggunakan draf kerjasama. Maka terwujud kemandirian dalam bentuk aplikasi penjualan online, berupa *Whatsapp Business* dan Instagram Bisnis yang dikelola

sendiri oleh komunitas. Oleh karena proses penelitian dilakukan dalam lingkup yang berbasis Islam, maka relevansi dakwah yang terkandung didalamnya adalah sistem penjualan yang berbasis pada nilai-nilai Islam namun disesuaikan dengan sistem pemasaran online masa kini.

Kata Kunci: Remaja Masjid, *Capacity Building*, *New Normal Marketing*



## ABSTRACT

Nurul Aini Ambarwati, B92216116. The development of young Muslim activist capacity trough the New Normal Marketing at Dinul Kholis Mosque, Sruni Village, Gedangan District, Sidoarjo Regency.

The mosque has various roles, including being a place for the development of people's economic resources. The Young Muslim Activists at Dinul Kholis is a youth association with enthusiasm and creativity. In young Muslim activists, there is a capacity in the form of skills, expertise, and knowledge that has not been realized and has not been properly managed. Through this action research, the researcher tries to develop the capacity of Young Muslim activists at Dinul Kholis so that they are able to manage their assets and potential. This action research focuses on change strategies in the process of empowering the young Muslim activists through efforts to strengthen individual capacity and the related relevance of capacity building for young Muslims activist through new normal marketing and preaching of Islamic community development.

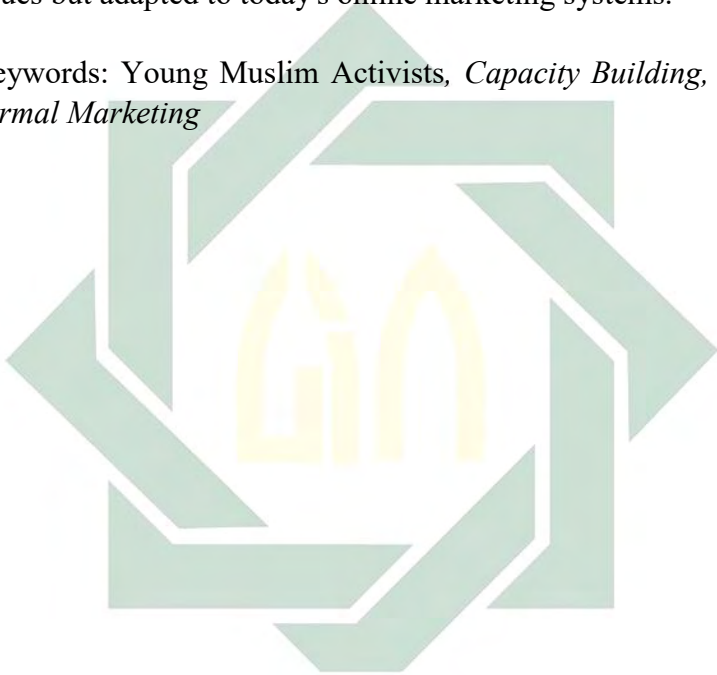
The method that used in this research is ABCD (Asset Based Community Development) which is based on the assets and potentials of young Muslim activists. So the research process is carried out through the steps of AI (Appreciative Inquiry) or the 5-D cycle, namely Discovery, Dream, Design, Define, Destiny (Monitoring and Evaluation).

Various aspects related to the skills and cognition possessed by young Muslim activists are applied to an online entrepreneurship team. Starting with the identification of individual abilities, then the division of tasks according to the potential of each member and continued with the process of building a new normal marketing sales system which is further strengthened using the collaboration draft. So independence is



realized in the form of an online sales application, in the form of WhatsApp Business and Instagram Business which are managed by the community themselves. Because the research process is carried out in an Islamic-based scope, the relevance of the preaching contained in it is a sales system based on Islamic values but adapted to today's online marketing systems.

Keywords: Young Muslim Activists, *Capacity Building*, *New Normal Marketing*



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN .....	1
A.    Latar Belakang .....	1
B.    Fokus Penelitian .....	6
C.    Tujuan Penelitian.....	6
D.    Strategi Penguatan Masyarakat .....	7
1.    Analisis Pengembangan Aset Melalui Skala Prioritas ( <i>Low Hanging Fruit</i> ).....	7
2.    Analisis Strategi Program.....	8
3.    Ringkasan Narasi Program.....	9
4.    Sistematika Pembahasan .....	12
BAB II	
KAJIAN TEORI .....	15
A.    Kajian Teori Dan Definisi Konsep.....	15
1.    Pemberdayaan Masyarakat.....	15
2. <i>Capacity Building</i> .....	16
3. <i>New Normal Marketing</i> .....	22

4. Pemberdayaan Ekonomi Dalam Perspektif Dakwah Islam .....	30
B. Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan Penelitian.....	41
1. Setengah Terisi lebih Berarti ( <i>Half Full And Half Empty</i> ).....	42
2. Semua Punya Potensi ( <i>No Body Has Nothing</i> ) .....	42
3. Partisipasi ( <i>Participation</i> ) .....	43
4. Kemitraan ( <i>Partnership</i> ) .....	43
5. Penyimpangan Positif ( <i>Positive Deviance</i> ) .....	44
6. Berasal dari dalam Masyarakat ( <i>Endogenous</i> ).....	44
7. Mengarah Pada Sumber Energi ( <i>Heliotropic</i> ).....	45
B. Prosedur Penelitian.....	45
1. <i>Discovery</i> (Menemukan).....	46
2. <i>Dream</i> (Memimpikan).....	47
3. <i>Design</i> (Merancang).....	47
4. <i>Define</i> (Menentukan).....	47
5. <i>Destiny</i> (Monitoring dan Evaluasi) .....	48
C. Mitra Penelitian .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data .....	50
1. Pemetaan Komunitas ( <i>Community Mapping</i> ) .....	50
2. Wawancara Semi Terstruktur.....	51
3. Pemetaan Aset Individu ( <i>Individual Inventory Skill</i> ).....	51

E. Teknik Validasi Data .....	51
1. Triangulasi Alat dan Teknik.....	52
2. Triangulasi Keragaman Sumber Informasi .....	52
F. Teknik Analisis Data.....	52
1. Skala Prioritas ( <i>Low Hanging Fruit</i> ).....	53
2. Perubahan Paling Signifikan ( <i>The Most Significant Change/MSD</i> ) .....	53
3. Perubahan <i>Before-After</i> .....	53
G. Jadwal Pendampingan .....	54
BAB IV	
PROFIL MASJID DINUL KHOLIS .....	56
A. Kondisi Jamaah Masjid Dinul Kholis .....	56
B. Kondisi Demografi .....	57
C. Profil Masjid Dinul Kholis .....	59
BAB V	
TEMUAN ASET.....	68
A. Pentagonal Aset.....	68
1. Aset Fisik.....	68
2. Aset <i>Financial</i> .....	71
3. Aset Manusia.....	74
4. Aset Sosial.....	81
B. Pemetaan Aset Individu ( <i>Individual Inventory Skill</i> )	84
BAB VI	
DINAMIKA PROSES PENGORGANISASIAN .....	90
A. Mengawali Proses Pendekatan (Inkulturasi) .....	90
B. Melakukan <i>Appreciative Inquiry</i> .....	92

1. <i>Discovery</i> (Menemukan) .....	92
2. <i>Dream</i> (Impian) .....	95
3. <i>Design</i> (Merancang) .....	98
4. <i>Define</i> (Menentukan) .....	100
5. <i>Destiny</i> (Monitoring dan Evaluasi) .....	101

## BAB VII

### PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA MASJID..... 103

A. Strategi Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid	103
1. Identifikasi Aset dan Potensi Remaja Masjid.....	103
2. Pembentukan Tim.....	103
3. Kegiatan Pelatihan Pemasaran Produk ( <i>New Normal Marketing</i> ) .....	105
4. Menyusun Draf Kerjasama.....	110
B. Implementasi Aksi.....	111
1. Proses <i>Branding</i> .....	112
2. Pengenalan Sosial Media untuk <i>Marketing</i> .....	115
3. Praktek Pembuatan Konten dan Persiapan Produk	118
4. Praktek Penjualan Produk Melalui <i>New Normal Marketing</i> .....	124
5. Penyusunan Draf Kerjasama .....	128

## BAB VIII

### EVALUASI DAN REFLEKSI ..... 130

A. Evaluasi Pelatihan <i>New Normal Marketing</i> .....	130
1. Perubahan Paradigma Masyarakat .....	132
2. Perubahan Ekonomi Remaja Masjid dan Jamaah Yang Terkait.....	134

B.	Refleksi Keberlanjutan .....	135
1.	Refleksi Pemberdayaan Masyarakat .....	135
2.	Refleksi Metodologis .....	138
3.	Refleksi Program Dalam Perspektif Islam .....	141
C.	Keterbatasan Peneliti .....	147
BAB IX		
PENUTUP .....		149
A.	Kesimpulan .....	149
B.	Rekomendasi Dan Saran .....	150
DAFTAR PUSTAKA .....		152

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Analisis Strategi Program ..... 8

Tabel 1. 2 Ringkasan Narasi Program ..... 10

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... 35

Tabel 3. 1 Pihak yang Terlibat ..... 48

Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian ..... 54

Tabel 4. 1 Usia Jamaah Masjid ..... 57

Tabel 4. 2 Pekerjaan Jamaah Masjid ..... 58

Tabel 5. 1 Kehadiran Jamaah Masjid ..... 74

Tabel 5. 2 Temauan Aset ..... 78

Tabel 5. 3 Aset dan Potensi Remaja Masjid ..... 85

Tabel 5. 4 Pembagian Tugas ..... 88

Tabel 7. 1 Pembagian Tugas Individu ..... 113

Tabel 7. 2 Management Keuangan ..... 122

Tabel 8. 1 Perubahan Paling Signifikan ..... 130

Tabel 8. 2 Hasil Evaluasi ..... 133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Desa Sruni .....	56
Gambar 4. 2 Kegiatan TPQ.....	61
Gambar 4. 3 Kegiatan Pengajian Remaja .....	63
Gambar 4. 4 Pengajian Umum.....	65
Gambar 4. 5 Pengajian Ibu-Ibu.....	66
Gambar 5. 1 Bangunan Masjid .....	68
Gambar 5. 2 Bangunan Tempat Tinggal.....	69
Gambar 5. 3 Bangunan TPQ.....	70
Gambar 5. 4 Transportasi Milik Masjid.....	71
Gambar 5. 5 Foto Bersama Remaja Masjid .....	76
Gambar 6. 1 Wawancara Dengan Jamaah .....	90
Gambar 6. 2 Penyampaian Maksud dan Tujuan .....	91
Gambar 6. 3 Proses Pendekatan .....	93
Gambar 7. 1 Pembagian Tim .....	114
Gambar 7. 2 Kegiatan Pelatihan .....	116
Gambar 7. 3 Akun Whatsapp.....	117
Gambar 7. 4 Akun Instagram.....	118
Gambar 7. 5 Pelatihan.....	119
Gambar 7. 6 Praktek Pengambilan Produk .....	120
Gambar 7. 7 Proses Produksi .....	121
Gambar 7. 8 Kegiatan Update Konten .....	125
Gambar 7. 9 Proses Packing Produk.....	127



**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2. 1 Tingkatan Capacity Building ..... 19

Bagan 2. 2 Social Business ..... 28



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Masjid merupakan tempat ibadah bagi umat beragama Islam. Fungsi masjid tidak hanya digunakan sebagai tempat beribadah saja, namun juga memiliki peran penting sebagai pusat kegiatan bagi umat Islam. Dalam sejarah peradaban Islam, masjid merupakan sarana untuk melakukan dakwah dan pengembangan sumberdaya ekonomi umat. Dimana saat masjid dibangun terdapat harapan dan cita-cita untuk melakukan dakwah dan pemberdayaan ekonomi umat juga masyarakat yang ada di sekitar masjid tersebut. Oleh sebab dengan adanya masjid umat Islam akan terbentuk secara kokoh dan terstruktur dengan adanya sistem, aqidah dan tatanan Islam.<sup>1</sup>

Masjid Nabawi di Madinah telah menjabarkan fungsinya sehingga lahir peranan masjid yang beraneka ragam. Sejarah mencatat tidak kurang dari sepuluh peranan yang telah diemban oleh Masjid Nabawi, yaitu Tempat ibadah (Shalat, dzikir); Tempat konsultasi dan komunikasi (masalah ekonomi-sosial budaya); Tempat pendidikan; Tempat santunan sosial; Tempat latihan militer dan persiapan alat-alatnya; Tempat pengobatan para korban perang; Tempat perdamaian dan peradilan sengketa; Aula dan tempat menerima tamu; Tempat menawan tahanan; Pusat penerangan atau pembelaan agama.<sup>2</sup>

Masjid memiliki berbagai peran dalam peradaban umat, meskipun dimasa kini masjid tidak lagi berjalan sama dengan pada masa kejayaan Islam, namun setidaknya masjid

---

<sup>1</sup> Dalmeri, "Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Ekonomi Dan Dakwah Multikultural", hlm:322, *Jurnal Walisongo*, Vol.22, No.2, November 2014, diakses pada Juli 2020 dari <https://journal.walisongo.ac.id>

<sup>2</sup> M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Quran: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 610. Diakses pada Agustus 2020 dari <https://books.google.co.id/>

harus berusaha untuk melakukan kesepuluh peran tadi, melalui pergerakan umat guna mencapai kehidupan duniawi dan ukhrawi yang lebih berkualitas.

Salah satu pilar kemajuan peradaban Islam adalah *amwāl* (*wealth*) atau ekonomi. Dalam hal ini, Ibn Khaldun mengatakan bahwa ekonomi adalah tiang dan pilar paling penting untuk membangun peradaban Islam (*imarah*). Tanpa kemapanan ekonomi, kejayaan Islam sulit dicapai bahkan tidak mungkin diwujudkan. Ekonomi penting untuk membangun negara dan menciptakan kesejahteraan umat.<sup>3</sup>

Menurut Abdul Hasan Sadeq yang dikutip oleh Dalmeri, mengemukakan bahwa terdapat dua cara dalam transfer sumber daya ekonomi umat. Pertama yaitu secara komersil yang terjadi melalui aktivitas ekonomi. Dan yang kedua secara sosial terjadi dalam bentuk bantuan zakat, infaq dan shodaqoh.<sup>4</sup> Dari dua hal tersebut dapat menjadi potensi bagi kemakmuran umat, dimana yang mampu secara jasmani bisa melakukan aktivitas ekonomi dan yang lemah atau tidak mampu, Islam melindungi dengan *sosial economic security insurance* dalam bentuk zakat, infak dan shodaqoh. Namun tetap, penyerahan zakat tersebut harus dikelola dan didistribusikan serta dimanfaatkan sesuai dengan proporsional.

Dalam kehidupan saat ini perwujudan kemapanan ekonomi melalui masjid dapat dilakukan melalui banyak hal yang dapat dimulai dari pembentukan umat. Masjid yang merupakan sumber pengetahuan Islam, dapat diaplikasikan dalam kehidupan dan kemampanan ekonomi. Umat atau jamaah masjid yang merupakan subjek dalam perubahan dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki guna memenuhi kebutuhan ekonomi umat. Seperti yang diketahui kemakmuran suatu masjid dapat diukur dari seberapa aktif

---

<sup>3</sup> Dalmeri, "Revitalisasi Fungsi Masjid,...hlm:322

<sup>4</sup> Dalmeri, "Revitalisasi Fungsi Masjid,...hlm:328

kegiatan masjid tersebut dan juga tingkat partisipasi dari jamaah masjid tersebut.

Jamaah masjid bisa terdiri dari berbagai macam usia dan latar belakang. Mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa hingga orang tua semua berkumpul menjadi satu dalam satu tempat yaitu masjid. Dalam hal ini jamaah usia remaja atau dewasa memiliki peran penting sebagai ujung tombak generasi penerus dari perkembangan masjid.

Bagi sebagian orang mungkin masjid hanya sebatas tempat kegiatan keagamaan seperti biasa, namun akan berbeda cerita bagi para remaja, perkumpulan remaja di masjid tidak hanya untuk kegiatan keagamaan namun juga berbagai aktivitas menarik lainnya. Seperti yang kita ketahui remaja dengan semangat dan juga kreativitasnya selalu menginginkan pembaharuan dengan berbagai kegiatan yang menarik. Sebagian masjid kini tidak hanya mengisi kegiatan masjidnya hanya dengan pengajian semata, namun juga berbagai kegiatan seperti pelatihan, pengembangan minat dan bakat hingga kegiatan sosial berupa bazar, juga berbagai kegiatan lainnya.

Masjid dalam hal ini memiliki peran dan posisi yang strategis guna mengawal golongan generasi muda melewati masa peralihan yang penuh gejolak ini dengan baik, yaitu utamanya dalam wadah organisasi remaja masjid. Tercatat, saat ini mulai banyak berdiri organisasi remaja masjid di banyak masjid dan menjadi bagian resmi dari struktur organisasi kepengurusan masjid. Di dalam organisasi ini, para anggota remaja masjid dibina dan dibentuk karakter kepribadian dan kecerdasannya sehingga kelak mampu menjalani kehidupan yang lebih Islami. Hal tersebut dapat dicapai dengan berbagai macam metode juga kegiatan minat, bakat dan kemampuan positif yang dimiliki para remaja yang kemudian ditampung dan disalurkan. Bagi masjid sendiri keberadaan organisasi remaja masjid sejatinya juga penting dalam mendukung tercapainya kemakmuran masjid yang

dicita-citakan, bagaimanapun tolok ukur kemajuan masjid pada sepuluh, duapuluh tahun yang akan datang dapat diukur dari bagaimana kondisi remaja pada masa kini. Jika pada saat ini masih belum ada pembinaan dan pengkaderan secara terstruktur berjenjang dan berkesinambungan sejak dini, bisa dipastikan masa depan masjid yang bersangkutan akan suram.<sup>5</sup>

Adanya remaja masjid yang merupakan generasi emas dengan segala inovasi dan kreativitasnya dapat diolah menjadi pemberdayaan ekonomi keumatan. Jika saat ini masyarakat tengah disibukan dengan aktivitas dirumah karena adanya pandemi, maka masjid juga ikut berperan penting dalam penanganan umat. Mulai dari pencegahan juga penanganan atas problematika yang muncul akibat adanya pandemi.

Masjid Dinul Kholis merupakan salah satu masjid di Desa Sruni yang memiliki jamaah dengan berbagai rentan usia. Dengan adanya jamaah, masjid ini dipenuhi dengan berbagai kegiatan mulai dari kegamaan hingga sosial. Beberapa kegiatan dipelopori oleh para remaja masjid, seperti kegiatan pengajian, keakraban, bazar barang bekas layak jual dan juga pelatihan. Kegiatan tersebut menjadi program unggulan guna memberi pengalaman bagi para remaja dimasa mendatang. Saat masa pandemipun remaja masjid setempat masih disibukan dengan pengajian yang dilakukan secara terbatas. Remaja masjid disini memiliki tingkat keaktifan dan semangat yang tinggi untuk selalu menghidupkan masjid dengan berbagai acara dan kegiatan. Hal ini dibuktikan dengan adanya program kerja tahunan guna menyusun jadwal dan target yang dimiliki remaja masjid. Pada tahun ini, remaja masjid memiliki kurang lebih 6 program kerja yang belum semuanya terlaksana akibat

---

<sup>5</sup> Sidi Gazalba, *Masjid Pusat Ibadah Dan Kebudayaan Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Husna, 1983), hlm: 58

adanya pandemi. Salah satu kegiatan yang harus diurungkan adalah berjualan bersama saat akhir pekan. Kegiatan tersebut merupakan program pelatihan wirausaha mandiri, yang bertujuan menjadikan remaja masjid memiliki pengalaman dibidang wirausaha. Namun akibat adanya pandemi program tersebut belum dapat terlaksana.<sup>6</sup>

Beberapa remaja masjid tetap berupaya untuk membuat kegiatan guna meramaikan kembali masjid dan menyalurkan kemampuan yang mereka miliki. Jika biasanya remaja masjid disibukkan dengan kegiatan belajar di lembaga pendidikan, untuk saat ini mereka mencoba kegiatan baru dengan mengelola sosial media untuk berwirausaha. Kejenuhan dan juga tuntutan kebutuhan mendorong beberapa jamaah memutuskan untuk mencoba mengelola sosial medianya menjadi usaha online. Namun demikian kegiatan ini hanya dilakukan oleh tiga orang remaja masjid saja yang memang secara pekerjaan dia dituntut untuk bisa mengoprasikan sosial media menjadi peluang usaha. Sebagian remaja masjid lainnya seringkali mengutarakan keinginannya untuk bisa menghasilkan uang, hanya saja mereka belum tau cara memulai, tidak mengetahui ilmunya dan modal yang cukup.

Masa *new normal* yang telah diberlakukan saat ini memang memberikan banyak pengalaman baru, dalam perekonomian, pendidikan dan juga gaya hidup. Pola perilaku dimasa pandemi ini menjadikan masyarakat melakukan hal-hal yang tidak lazim atau tidak biasa untuk dilakukan kini menjadi umum untuk dilakukan. Seperti jaga jarak, membatasi kontak fisik dengan orang lain, rutin mencuci tangan, memakai masker dan melakukan banyak kegiatan dengan sistem online. Kondisi tersebut juga terjadi dalam sektor ekonomi, dimana proses jual beli kini banyak dilakukan secara online. Masyarakat hanya perlu memesan

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan pengurus Masjid Dinul Kholis pada tanggal 30 Juni 2020 di Masjid Dinul Kholis

pada toko-toko online yang sudah tersedia kemudian barang akan dikirimkan sesuai dengan pesanan. Mau tidak mau di era *new normal* ini para pedagang konvensional/offline mulai membuka toko-toko online pada *market place* dan sosial media yang dimiliki untuk mempertahankan usaha yang dimiliki. Kemudahan dalam sistem online mendorong masyarakat membuat produk-produk rumahan untuk menambah perekonomian keluarga juga mengisi waktu luang akibat pembatasan kegiatan.

## **B. Fokus Penelitian**

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini :

1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo?
2. Bagaimana relevansi antara pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo dengan dakwah pengembangan masyarakat Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi yang digunakan dalam pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo
2. Mengetahui relevansi antara pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo dengan dakwah pengembangan masyarakat Islam



## D. Strategi Penguatan Masyarakat

### 1. Analisis Pengembangan Aset Melalui Skala Prioritas (*Low Hanging Fruit*)

*Low hanging fruit* merupakan suatu cara atau tindakan yang mudah untuk dilakukan guna menentukan mimpi manakah yang bisa direalisasikan dengan menggunakan potensi masyarakat yang dilakukan secara partisipatif. Ketika masyarakat sadar akan potensi atau aset yang dimilikinya, maka disitu akan tercipta rasa memiliki (*sense of bellonging*) dari masyarakat.<sup>7</sup> Adanya kesadaran terhadap aset tersebut menjadi sangat penting karena nantinya masyarakat diharapkan mampu memunculkan ide-ide baru mengenai pengembangan aset yang dimiliki. Inilah yang kemudian menjadikan pemahaman mengenai aset kebutuhan lokal dibutuhkan dalam penentuan skala priotas. Oleh karena itu proses awal yang dilakukan oleh masyarakat yaitu remaja masjid diajak untuk menemukan banyak mimpi melalui aset dan potensi, yang kemudian akan dipilih mana yang sangat memungkinkan untuk dilakukan guna membangun dan mengelola aset agar dapat dikembangkan dengan tujuan perubahan sosial yang lebih baik.

Penentuan skala prioritas ini merupakan salah satu cara yang sederhana untuk melakukan pemberdayaan masyarakat melalui aset. *Low Hanging Fruit* dapat disimpulkan sebagai suatu cara dalam melakukan pemberdayaan melalui penentuan kebutuhan dan kemampuan dengan cara sederhana yang mudah untuk dilakukan.

Remaja Masjid Dinul Kholis memiliki SDM yang mumpuni, yaitu sekumpulan anak muda yang kaya akan

---

<sup>7</sup> Nadhir Salahuddin, dkk., *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya (Asset Based Community-driven Development)*, (Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015), hlm 70



ilmu pengetahuan, ide dan juga memiliki cukup waktu luang. Para remaja ini juga memiliki semangat yang tinggi untuk belajar bersama. Dan seperti yang diketahui para pengurus masjid setempat memiliki program kerja yang belum bisa direalisasikan dengan maksimal.

Penentuan skala prioritas dimulai dari menemukan aset yang dimiliki oleh remaja masjid yang ada, kemudian mulai dikombinasikan antara aset dengan kemampuan atau keilmuan yang dimiliki remaja masjid, dan direalisasikan menjadi suatu program dan kegiatan berdasarkan pada skala prioritas yang disepakati bersama. Hal tersebut akan menghasilkan program sesuai dengan mimpi yang dibangun dengan tetap menyesuaikan kemampuan dan kebutuhan remaja masjid setempat.

## 2. Analisis Strategi Program

Berdasarkan aset dan juga potensi yang dimiliki oleh remaja masjid Dinul Kholis yaitu SDM dan juga dukungan dari pengurus masjid setempat, maka dapat dirumuskan strategi program untuk merealisasikan mimpi yang hendak dicapai melalui tabel berikut ini:

Tabel 1. 1

Analisis Strategi Program Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid Dinul Kholis

Potensi	Harapan	Strategi
Adanya sumber daya manusia yang memadai	Mampu mengenali dan mengelola setiap keahlian yang dimiliki	Memberi edukasi tentang potensi yang dimiliki dan Menyusun tim sesuai dengan keahlian
Tingginya semangat belajar dari remaja masjid	Mampu mandiri	Pelatihan <i>new normal marketing</i> dan melakukan Pembuatan produk

Adanya program kerja	Mendapat dukungan penuh dari pengurus masjid	Mengajak kerja sama dalam pengelolaan sistem jual beli
----------------------	--	--

*Sumber : Diolah dari hasil FGD bersama dengan remaja Masjid Dinul Kholis*

Tabel diatas menjelaskan jika terdapat 3 aset atau potensi yang dimiliki oleh remaja masjid Dinul Kholis, yang pertama yaitu adanya sumberdaya manusia yang memadai. Terdapat remaja masjid yang mumpuni dalam bidang jual beli online, juga memiliki keahlian dalam sistem pengelolaan jaringan internet. Harapan dari adanya SDM yang memadai menjadikan remaja masjid mampu mengenali dan mengelola keahlian yang dimiliki. Hal tersebut dapat dicapai melalui adanya edukasi dan pembentukan tim sesuai dengan keahlian yang dimiliki.

Remaja masjid setempat juga memiliki semangat belajar yang tinggi. Mereka mau untuk belajar dan berproses dengan hal-hal baru seperti jual beli online yang kemudian mampu menjadikan mereka lebih mandiri. Maka untuk mencapainya akan dilakukan proses, mulai dari pengemasan produk hingga penjualan dengan sistem *new normal marketing*.

Pengurus setempat juga memiliki rencana program kerja dalam bidang kewirausahaan yang belum terealisasi. Hal tersebut terhambat situasi pandemi saat ini. maka perlu membangun kerja sama antara pengurus masjid setempat dengan remaja masjid untuk dapat merealisasikan program.

### **3. Ringkasan Narasi Program**

Selanjutnya untuk memberi penjelasan mengenai susunan strategi pengembangan kapasitas remaja masjid yang dilakukan, akan diperinci dalam tabel ringkasan narasi program berikut ini:

Tabel 1. 2  
Ringkasan Narasi Program Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid  
Dinul Kholis

Tujuan akhir (Goal)	Terwujudnya Remaja Masjid Yang Mandiri Yang Mampu Mengembangkan Potensi Diri		
Tujuan (Purpose)	Adanya Peningkatan Perekonomian Melalui Sistem Pemasaran Online ( <i>New Normal Marketing</i> )		
Hasil	Adanya edukasi mengenai aset dan potensi remaja masjid	Pelatihan pengaplikasian <i>new normal marketing</i>	Adanya kerjasama dari pengurus masjid setempat
Kegiatan	<b>Keg 1.1 Identifikasi aset dan potensi remaja masjid</b> <b>Keg 1.1.1</b> Berkumpul bersama remaja masjid <b>Keg 1.1.2</b> FGD bersama remaja masjid <b>Keg 1.1.3</b> Konfirmasi aset dan potensi  <b>Keg 1.2 Pembentukan tim</b> <b>Keg 1.2.1</b> Mengumpulkan remaja masjid <b>Keg 1.2.2</b> Membagi tim sesuai dengan	<b>Keg 2.1 Praktek pengaplikasian <i>new normal marketing</i></b> <b>Keg 2.1.1</b> Mengumpulkan anggota kelompok <b>Keg 2.1.2</b> Menyiapkan peralatan yang dibutuhkan <b>Keg 2.1.3</b> Proses identifikasi produk <b>Keg 2.1.4</b> Melakukan proses <i>branding</i> <b>Keg 2.1.5</b> Melakukan proses pemasaran produk dengan	<b>Keg 3.1 Menyusun draf kerjasama</b> <b>Keg 3.1.1</b> FGD bersama pengurus masjid <b>Keg 3.1.2</b> Menyusun draf kerjasama <b>Keg 3.1.3</b> Proses pengajuan kerjasama

	jobdisk masing-masing <b>Keg 1.2.3</b> Membuat rencana tindak lanjut	sistem <i>new normal marketing</i> <b>Keg 2.1.6</b> Evaluasi dan Membuat rencana tindak lanjut	
--	--	--	--

Dari tabel diatas dapat dilihat goal atau tujuan akhir dari kegiatan penelitian ini adalah terwujudnya remaja masjid yang mandiri dan mampu mengembangkan aset yang dimiliki. Dalam hal ini aset yang dimaksud adalah potensi diri yang dimiliki masing-masing individu. Sedangkan untuk tujuannya yaitu adanya peningkatan ekonomi melalui sistem *new normal marketing* yang dimulai dengan pemasaran produk milik jamaah setempat yang dikelola bersama dan menguntungkan semua pihak yang ada didalamnya.

Demi mewujudkan tujuan diatas disusunlah beberapa kegiatan yang dimulai dengan memberikan edukasi akan potensi yang dimiliki oleh setiap individu yang ada didalam kelompok tersebut. Seperti yang diketahui remaja merupakan individu yang kritis dan inovatif, maka dalam kegiatan edukasi aset dan potensi lebih pada *sharing* kemampuan dan juga keinginan dari para remaja masjid. Remaja masjid yang sudah terstruktur mulai dipetakan aset dan potensinya menjadi tim-tim khusus untuk menyusun sistem kerja.

Setelah tim terbentuk dibuatlah jadwal pertemuan dan penyampaian materi untuk pelatihan *new normal marketing*. Kegiatan pelatihan hingga proses pemilihan dan pembuatan *branding* produk nantinya akan diikuti oleh seluruh peserta, sehingga seluruh remaja masjid mendapat ilmu baru dan dapat memahami cara mengelola usaha online mereka. Sedangkan untuk penentuan jenis produk akan disepakati bersama dan produk yang akan

dipasarkan merupakan produk milik jamaah setempat. Hal ini dipilih karena jamaah masjid memiliki produk yang layak jual dan membutuhkan pengembangan. Pemilihan produk milik lokal merupakan salah satu upaya menjaga kualitas dan dapat dijadikan media pembelajaran yang dekat dan mudah. Selain itu kegiatan ini akan memberi dampak bagi usaha milik jamaah, karena memiliki prospek untuk semakin berkembang.

Kegiatan tidak berhenti hanya pada pemilihan dan *branding* produk, namun setelah materi *new normal marketing* diberikan, seluruh peserta akan diajak untuk mempraktekkan secara langsung usaha online tersebut yaitu dengan memasarkan produk yang sudah di sepakati. Setelah praktek, kelompok akan tetap bertemu guna mendiskusikan pengalaman usaha online yang mereka alami selama proses praktek pemasaran dilakukan. Dalam pertemuan tersebut, juga dilakukan update terkait jalannya proses pemasaran online, sehingga kegiatan tetap berlanjut dan memberi manfaat bagi masing-masing individu.

Kelompok juga akan meminta dukungan dari para pengurus masjid, yaitu dengan mengajak kerjasama dalam bentuk dukungan untuk pengembangan sistem pemasaran. Kebijakan tersebut akan memperluas pasar dan menguntungkan antar masing-masing jamaah masjid. Kerjasama tersebut dapat dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai dan kerjasama akan disepakati bersama antara pengurus masjid dan perwakilan dari kelompok remaja masjid. Diharapkan jamaah nantinya akan saling mendukung dalam proses pengembangan dan pemasaran usaha online yang dijalankan oleh remaja masjid setempat.

#### **4. Sistematika Pembahasan**

Sistematika merupakan salah satu unsur yang penting dalam penelitian agar penulisan hasil penelitian dapat terarah. Dalam sistematika penulisan skripsi terdapat IX BAB, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai situasi dan kondisi nyata yang ada pada Remaja Masjid Dinul Kholis Desa Sruni. Berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Peneliti menjelaskan tentang pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* sebagai sarana untuk mengembangkan potensi yang dimiliki guna meningkatkan kapasitas individu remaja dalam bidang perekonomian.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori dan konsep yang bersangkutan dengan tema yang telah diangkat yaitu mengenai pemberdayaan, pengembangan kapasitas (*capacity building*), *new normal marketing* dan ekonomi dalam dakwah pengembangan masyarakat Islam.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. metodologi merupakan penjelasan mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, cara pandang yang digunakan peneliti dalam mengenali potensi aset hingga aksi yang akan dilakukan.

## BAB IV PROFIL MASJID DINUL KHOLIS

Bab ini menjelaskan mengenai profil Masjid Dinul Kholis, mulai dari kondisi jamaah Masjid Dinul Kholis seperti letak geografisnya, kondisi demografis, profil Masjid Dinul Kholis, struktur dan kegiatan yang dilakukan di Masjid Dinul kholis.

## BAB V TEMUAN ASET

Bab ini menjelaskan mengenai temuan lapangan berupa aset dan juga potensi yang dimiliki oleh Masjid Dinul Kholis dan Remaja Masjid Dinul Kholis dengan pemaparan yang lebih detail mengenai kondisi yang ada.

## BAB VI DINAMIKA PROSES PENGORGANISASIAN

Bab ini menjelaskan mengenai proses dan juga langkah-langkah yang dilakukan dalam menyelesaikan kegiatan penelitian. Mulai dari inkulturasi kemudian mengungkap masa lalu (*discovery*), memimpikan aset (*dream*), merencanakan (*design*), perancangan aksi Perubahan (*define*), serta monitoring dan evaluasi (*destiny*).

## BAB VII PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA MASJID

Bab ini menjelaskan mengenai proses mulai dari awal penemuan tema hingga remaja masjid mulai merumuskan keinginan dan kemudian merealisasikan mimpi yang ingin dicapai untuk mulai meningkatkan kapasitas melalui *new normal marketing*.

## BAB VIII EVALUASI DAN REFLEKSI HASIL PENGORGANISASIAN

Bab ini menjelaskan mengenai proses penelitian tentang apa yang diperoleh oleh remaja masjid dan juga peneliti. Kemudian penjelasan mengenai bagaimana refleksi keberlanjutan terkait refleksi secara teoritis dan refleksi secara perspektif dakwah Islam.

## BAB IX PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari peneliti dalam proses penelitian yang telah dilakukan dan juga memberikan saran serta rekomendasi untuk proses selanjutnya.



## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Kajian Teori Dan Definisi Konsep

#### 1. Pemberdayaan Masyarakat

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata “*power*” (kekuasaan atau keberdayaan). Oleh sebab itu ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan sesungguhnya tidak terbatas hanya pada pengertian diatas kekuasaan tidak vakum dan terisolasi. Kekuasaan senantiasa hadir dalam konteks relasi sosial antar manusia. Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga kelompok memiliki kekuatan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasar.<sup>8</sup>

Menurut Ife yang dikutip oleh Edi, berpendapat bahwa pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kekuasaan orang-orang yang lemah atau tidak beruntung. Dia juga mengutip pendapat dari Parsons, bahwa pemberdayaan merupakan suatu proses dimana masyarakat akan menjadi cukup kuat untuk ikut berpartisipasi, berbagi pengontrolan, dan berpengaruh dalam kejadian-kejadian yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan menekankan pada masyarakat untuk memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya.<sup>9</sup>

Menurut Chamber yang dikutip oleh Munawar Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep

---

<sup>8</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategi Pembangunan kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm 57

<sup>9</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*,... hal 58-59.



pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai masyarakat untuk membangun paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat *peoplecentered, participatory, empowerment and sustainable*. konsep pembangunan dengan model pemberdayaan masyarakat tidak hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (*basic need*) masyarakat tetapi lebih sebagai upaya mencari alternatif pertumbuhan ekonomi lokal.<sup>10</sup>

Maka konsep pemberdayaan masyarakat adalah upaya peningkatan kemampuan seseorang atau kelompok khususnya mereka yang rentan dan lemah sehingga memiliki daya, kekuatan dan kekuasaan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan peningkatan ekonomi lokal sehingga mampu meningkatkan kualitas hidupnya.

Untuk mencapai masyarakat yang berdaya yaitu dengan peningkatan partisipasi masyarakat untuk terlibat aktif dalam segala bentuk kegiatan pemberdayaan. Kemudian saling melakukan kontrol terhadap sesuatu yang ada disekitarnya dan juga melakukan peningkatan keterampilan dan ilmu pengetahuan. Maka terwujudlah otonomisasi kemandirian yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat memiliki power atau kekuatan dan kekuasaan atas dirinya sendiri dan juga orang lain yang terlibat didalamnya.

## 2. *Capacity Building*

### a. Konsep *Capacity Building*

Membangun kapasitas merupakan suatu konsep dalam melakukan pemberdayaan. Dimana dalam proses pemberdayaan salah satu cara yang digunakan adalah melalui pembangunan kapasitas. Menurut Maskun, pengembangan kapasitas merupakan suatu pendekatan

---

<sup>10</sup> Munawar Noor, "*Pemberdayaan Masyarakat*", *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Volume I, No 2, Juli 2011, hlm 88, diakses pada tanggal 9 Maret 2020 dari <http://journal.upgris.ac.id>

pembangunan yang berbasis pada kekuatan-kekuatan dari bawah secara nyata. Kekuatan tersebut seperti kekuatan sumberdaya alam, sumberdaya manusia, dan sumberdaya ekonomi sehingga menjadi suatu kapasitas lokal.<sup>11</sup>

Dalam hal ini kapasitas lokal yang dimaksud adalah kapasitas pemerintah daerah, kapasitas suatu lembaga swasta dan kapasitas masyarakat dalam bentuk peningkatan sumberdaya manusia dalam mengelola dan menghadapi tantangan pengembangan potensi alam dan ekonomi setempat.

Menurut Morison, *“Capacity building can best be seen as a process to induce, or set in motion, multi-level change in individuals, groups, organisations and systems. Ideally, capacity building seeks to strengthen the self-adaptive capabilities of people and organisations, in order that they can respond to a changing environment, on an on-going basis. Capacity building is a process and not a product. In particular, capacity building is a multi-level learning process, which links ideas to action. Capacity building, in this view, can be defined as actionable learning”*.<sup>12</sup>

Morison melihat pengembangan kapasitas sebagai suatu proses untuk mendorong atau menggerakkan perubahan multi level dalam individu, kelompok, organisasi dan sistem dalam rangka memperkuat kemampuan, menyesuaikan individu dan organisasi sehingga dapat merespon terhadap perubahan lingkungan secara berkelanjutan. Pengembangan kapasitas merupakan suatu proses pembelajaran yang menghubungkan antara ide dengan tindakan dimana

---

<sup>11</sup> Adi Fahrudin, *Pemberdayaan, Partisipasi Dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*, (Bandung Humaniora), Hlm 153.

<sup>12</sup> Terrence Morrison, *Actionable Learning A Handbook For Capacity Building Through Case Based Learning*, (Tokyo: ADBI Publishing 2001), Hlm: 4, diakses pada tanggal 30 Agustus 2020 dari <http://adb.org>

proses yang dilakukan dapat dilaksanakan secara berkesinambungan atau berkelanjutan.

Pengembangan kapasitas yang lebih ditekankan dalam penelitian ini yaitu pengembangan kapasitas manusia yang dimiliki oleh kelompok Remaja Masjid Dinul Kholis dengan harapan mampu memberikan dampak pada perkembangan kapasitas ekonomi setempat. Melalui pengembangan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid didukung dengan aset fisik dan financial dapat diwujudkan suatu sistem perekonomian baru dan terstruktur. Disisi lain pengurus masjid setempat bertugas untuk memberikan dukungan dan kerja sama dalam proses pengembangan kapasitas yang dilakukan dalam pengembangan aset dan potensi melalui *new normal marketing*.

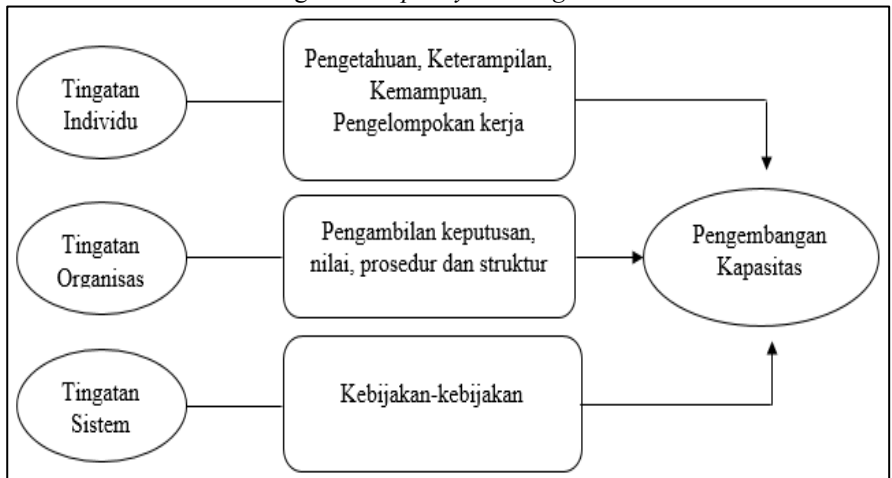
b. Tingkatan *Capacity Building*

Dalam pengembangan kapasitas atau *Capacity Building* terdapat beberapa tingkatan, Riyadi Soeprapto menyimpulkan dalam pengembangan kapasitas harus dilaksanakan secara efektif dan berkesinambungan pada 3 (tiga) tingkatan-tingkatan<sup>13</sup>, berikut merupakan bagan tingkatan dalam pengembangan kapasitas:

---

<sup>13</sup> Riyadi Soeprapto, "*Pengembangan Kapasitas Pemerintah Daerah Menuju Good Governance (The Capacity Building for Local Government Toward Good Governance)*", Artikel disampaikan Dalam Workshop Reformasi Birokrasi Pada Tanggal 30 Juni 2006 Di Kendari. Diakses pada tanggal 4 November 2020 dari <https://www.academia.edu>

Bagan 2. 1  
Tingkatan *Capacity Building*



Sumber: dikelola oleh peneliti dari bagan tingkatan capacity building oleh  
Riyadi Soeprapto

Berdasarkan bagan diatas dapat digambarkan jika terdapat tiga tingkatan dalam pengembangan kapasitas, yaitu:

- 1) Tingkatan sistem, seperti kerangka kerja yang berhubungan dengan pengaturan, kebijakan-kebijakan dan kondisi dasar yang mendukung pencapaian obyektivitas kebijakan tertentu;
- 2) Tingkatan institusional atau keseluruhan satuan, contoh struktur organisasi-organisasi, proses pengambilan keputusan di dalam organisasi-organisasi, prosedur dan mekanisme-mekanisme pekerjaan, pengaturan sarana dan prasarana, hubungan-hubungan dan jaringan-jaringan organisasi;
- 3) Tingkatan individual, contohnya keterampilan-ketrampilan individu dan persyaratan-persyaratan, pengetahuan, tingkah laku, pengelompokan pekerjaan dan motivasi-motivasi dari pekerjaan orang-orang di dalam organisasi-organisasi.

Dalam penelitian ini pengembangan kapasitas yang dilakukan berada ditingkat individual, dimana fokus pengembangan yang dilakukan berada pada kemampuan individu dalam menemukan dan mengembangkan aset yang dimiliki. Adanya aset dan juga kemampuan yang dimiliki individu akan dipadupadankan menjadi suatu sistem yang saling bergantung menjadi sistem penjualan *new normal marketing*. Sehingga remaja masjid dapat lebih optimal untuk mengembangkan aset yang dimiliki guna pengembangan individu dan juga kelompok untuk menuju kemandirian bersama.

c. Faktor- Faktor *Capacity Building*

Setidaknya terdapat lima pokok yang disebutkan oleh Riyadi Dalam artikel khusus terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembangunan kapasitas,<sup>14</sup> diantaranya yaitu:

1) Komitmen bersama (*Collective Commitement*)

Jenivia dkk menyebutkan, menurut Milen penguatan kapasitas membutuhkan waktu lama dan memerlukan komitmen jangka panjang dari semua pihak yang terlibat.<sup>15</sup> Di dalam pembangunan kapasitas sebuah organisasi baik sektor publik maupun swasta, *Collective Commitments* merupakan modal dasar yang harus terus-menerus ditumbuh-kembangkan dan dipelihara secara baik. Komitmen ini tidak hanya untuk kalangan pemegang kekuasaan saja, namun meliputi seluruh komponen yang ada dalam organisasi tersebut. Pengaruh komitmen bersama sangat besar, karena faktor ini menjadi dasar dari seluruh rancangan kegiatan dan tujuan yang akan dicapai bersama.

---

<sup>14</sup> Riyadi Soeprapto, "Pengembangan Kapasitas Pemerintah,... hlm 17-19

<sup>15</sup> Jenivia Dwi R. DKK, Pengembangan Kapasitas (*Capacity Building*) Kelembagaan Pada Bidang kepegawaian Daerah Kabupaten Jombang, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1, No.3, Hlm:106

Dalam suatu kelompok ataupun organisasi seluruh pihak yang terkait didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan dari pengembangan kapasitas. Komitmen bersama merupakan suatu hal mendasar yang harus ditumbuh-kembangkan dengan baik. Jika dalam organisasi atau kelompok tersebut tidak memiliki komitmen yang baik, maka sangat mustahil kegiatan pengembangan kapasitas dapat berlangsung dengan baik. Jika kepala, staff ataupun anggota lainnya tidak memiliki komitmen bersama yang merupakan pengaruh terbesar dalam pengembangan kapasitas, maka kemungkinan untuk berhasil sulit untuk dicapai.

## 2) Kepemimpinan yang kondusif (*Conducive Leadership*)

Kepemimpinan yang dinamis merupakan dasar untuk membuka kesempatan yang luas bagi setiap elemen organisasi untuk menyelenggarakan pengembangan kapasitas. Dengan kepemimpinan yang kondusif, maka akan menjadi alat pemicu untuk setiap elemen dalam mengembangkan kapasitasnya. Menurut Rivai dan Mulyadi, yang dijelaskan oleh Jenivia dkk dalam jurnalnya, menunjukan peranan pemimpin dalam tim,<sup>16</sup> diantaranya adalah:

- Memperhatikan gaya pribadi
- Proaktif dalam sebagian hubungan
- Mengilhami kerja tim
- Memberi dukungan timbal balik
- Membuat orang terlibat dan teikat
- Memudahkan orang lain melihat peluang dan prestasi
- Mencari orang yang unggul dan dapat bekerja secara konstruktif

---

<sup>16</sup> Jenivia Dwi R. dkk, Pengembangan Kapasitas (*Capacity Building*),...hlm: 106

- Mendorong dan memudahkan anggota untuk bekerja
- Mengakui prestasi anggota tim
- Berusaha mempertahankan komitmen
- Menempatkan nilai yang tinggi pada kerja tim

### 3) Reformasi Peraturan

Dalam sebuah organisasi harus disusun peraturan yang mendukung upaya pembangunan kapasitas dan dilaksanakan secara konsisten. Tentu saja peraturan yang berhubungan langsung dengan kelancaran pembangunan kapasitas itu sendiri, misalnya saja peraturan adanya sistem *reward* dan *punishment*.

### 4) Reformasi Kelembagaan

Reformasi kelembagaan ini pada intinya menunjuk kepada bagian struktural dan kultural. Maksudnya adalah adanya budaya kerja yang mendukung pengembangan kapasitas. Kedua aspek ini harus dikelola sedemikian rupa dan menjadi aspek penting dan kondusif dalam menopang program pengembangan kapasitas. Misalnya saja dengan menciptakan hubungan kerja yang baik antar karyawan dengan karyawan lainnya atau karyawan dengan atasannya.

### 5) Pengakuan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan agar dapat disusun program pengembangan kapasitas yang baik. Dengan adanya pengakuan dari personal dan lembaga tentang kelemahan dan kekuatan yang dimiliki dari kapasitas yang tersedia. Maka kelemahan yang dimiliki oleh suatu organisasi dapat dengan cepat diperbaiki dan kekuatan yang dimiliki organisasi dapat tetap dijaga dan dipelihara.

## 3. *New Normal Marketing*

### a. Definisi *New Normal*

Tahun 2020 ini merupakan tahun yang berbeda dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun ini seluruh dunia



harus bekerjasama melawan virus yang biasa disebut dengan virus Corona atau biasa disingkat covid-19. Virus ini pertama ditemukan di Wuhan China, dimana penyebarannya terjadi melalui kontak fisik dan benda. Banyak negara yang kemudian melaksanakan *lockdown* (pembatasan wilayah) selama beberapa bulan untuk meminimalisir penyebaran virus covid-19 ini. Indonesia sendiri usai melaksanakan program *lockdown* kini pemerintahan Indonesia melanjutkan dengan program PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa wilayah di Indonesia. Setelah program PSBB dan *lockdown* yang kemudian berpengaruh terhadap banyak sistem kehidupan, maka kini Indonesia mulai berada dimasa *New Normal* (Era baru).

Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Wiku Adisasmita, *New Normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, tapi ditambah dengan penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan covid-19.<sup>17</sup>

*New normal* merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan kondisi baru yang berbeda dengan kondisi sebelumnya yang kemudian menjadi suatu hal yang biasa untuk dilakukan. *New normal* digunakan untuk memastikan respons berbagai aspek dalam masyarakat yang dimulai dari makro, meso dan mikro dan efisiensi adaptasi terhadap perubahan yang terjadi. Berbagai aspek tersebut akan menjadi suatu dasar untuk memastikan kesiapan masyarakat dalam menyesuaikan kondisi,

---

<sup>17</sup> Fajar W.H, Mengenal Konsep New Normal , *Artikel Indonesia.go.id (Portal Informasi Indonesia)*, diakses pada tanggal 2 september 2020 dari <https://indonesia.go.id>



dimana setelah terjadinya krisis akibat pandemi menjadi masyarakat yang lebih kuat.<sup>18</sup>

Prinsip *new normal* adalah bisa menyesuaikan dengan pola hidup, dimana transformasi yang terjadi adalah untuk menata kehidupan dan pola perilaku baru ketika pandemi yang akan terus dibawa hingga ditemukan vaksin covid-19 ini. Setelah banyak dilakukan pembatasan kini Indonesia berada dimasa penyesuaian dimana masyarakat kini bisa menjalankan kembali aktivitas seperti normal namun dengan pola kehidupan yang baru. Dalam menangani hal ini tim gugus tugas telah menyiapkan jargon bertajuk empat sehat lima sempurna guna melakukan pencegahan penyebaran virus corona atau covid-19 ini. Empat sehat lima sempurna tersebut berisikan peraturan di era *new normal* seperti memakai masker, menjaga jarak fisik, mencuci tangan, serta istirahat yang cukup dan tidak panik. Dalam menghadapi covid-19 tubuh memerlukan makanan yang bergizi untuk menjaga imunitas tubuh, hal tersebut yang kemudian dijadikan pelengkap dalam lima sempurna. Hal ini ditujukan untuk seluruh elemen masyarakat sehingga mampu memahami dan melaksanakan protokol kesehatan.

Dimasa *new normal* ini masyarakat harus tetap menjaga kesehatan dan menjaga jarak guna mengurangi penyebaran virus corona yang terjadi. Pemerintah telah menganjurkan untuk melaksanakan semua kegiatan dilakukan secara daring atau online tanpa perlu bertatap muka dan berkontak secara fisik. Hingga saat ini seluruh proses pemerintahan, pendidikan hingga perekonomian dilakukan secara online dan jika harus bertemu maka dilakukan secara terbatas. Hal ini tentu saja menjadi

---

<sup>18</sup> Buheji, M., dan Ahmed, D. (2020), *Planning Competency The New Normal Employability Competency In Post-Covid-19 Pandemic*. (Business Management and Strategy), hlm: 160-179, diakses pada tanggal 23 Desember 2020 dari <https://ideas.repec.org>

tantangan tersendiri setelah panjangnya masa pandemi yang mempengaruhi kondisi perekonomian masyarakat. Alhasil mau tidak mau maka masyarakat harus menyesuaikan dengan penerapan Era *new normal*.

**b. Marketing**

**1) Definisi Marketing**

*Marketing* atau pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh para pengusaha dalam menjalankan bisnisnya agar lebih berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya suatu bisnis yang dijalankan berdasarkan pada keahlian pengusaha dalam mengelola sistem pemasarannya.

Kata *marketing* berasal dari kata *market* yang berarti pasar. Pasar merupakan tempat dimana orang melakukan melakukan pertukaran, karena adanya *demand* yang didukung dengan adanya daya beli, dan juga adanya *needs and want* yang berbeda-beda. *Marketing* sendiri berarti memasarkan, yaitu upaya manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan orang lain. Philip Kotler menyebutkan “*Marketing is societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and service and value with other.*”<sup>19</sup> Pemasaran adalah proses sosial dimana individu atau kelompok bisa mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan atau diinginkan melalui proses penawaran, pertukaran produk atau layanan dan nilai dengan lainnya.

**2) Marketing social**

Bornstein & Davis menjelaskan terkait kewirausahaan sosial, mereka menyebutkan kewirausahaan sosial “*a process by which citizens build or transform institutions to*

---

<sup>19</sup> Jordan Gamble, dkk, The Marketing Concept In The 21<sup>st</sup> Century: A Review Of How Marketing Has Been Defined Since The 1960s, *University Of Ulster, Jordanstown*, hlm: 9, diakses pada 10 Desember 2020 dari <https://www.researchgate.net/>

*advance solution to social problems, such as poverty, illness, illiteracy, environmental destruction, human rights abuse and corruption, in order to make life better for many*".<sup>20</sup> Kewirausahaan sosial adalah proses di mana warga negara membangun atau mengubah institusi untuk memberi solusi bagi sosial masalah, seperti kemiskinan, penyakit, buta huruf, kerusakan lingkungan, hak asasi manusia pelecehan dan korupsi, untuk membuat hidup lebih baik bagi banyak orang.

Diawali dengan pembentukan sistem kewirausahaan sosial sebagai awal untuk solusi dalam mengatasi problematika sosial, maka didalamnya adalah terkait dengan pemasaran sosial. Dimana tujuan dari kewirausahaan sosial adalah membangun masyarakat lebih baik, menjawab atas permasalahan sosial yang selama ini terjadi dan tidak kunjung usai. Kewirausahaan sosial merupakan salah satu jalan yang dapat ditempuh untuk menyelesaikan problematika sosial tersebut. Melalui kewirausahaan sosial yang dikelola dengan pemasaran sosial maka, selanjutnya perlu dipahami terkait pemasaran sosial.

Menurut Lefebvre dalam jurnal *application of social marketing in social entrepreneurship: evidence from india*, mendefinisikan *marketing* sosial adalah "*the application of the marketing discipline to social issues and causes, (that) provides a framework for developing innovative solutions to social problems that have long perplexed and frustrated us*".<sup>21</sup> Pemasaran sosial

---

<sup>20</sup> Mohammad Asgari Ghods, Entrepreneurial Marketing: The Missing Link In Social Enterprise Studies, *Journal Of Global Entrepreneurship Research*, (2019) 9:39, Hlm: 3, diakses pada 10 Desember 2020 dari <https://www.researchgate.net/>

<sup>21</sup> Archana Singh, dkk, "Application Of Social Marketing In Social Entrepreneurship: Evidence From India", *Journals Social Marketing*

merupakan suatu pengaplikasian dari disiplin pemasaran untuk mengatasi problematika sosial dengan menyiapkan kerangka kerja yang dikembangkan menjadi solusi inovatif dari problematika sosial selama ini.

Menurut Kotler dan Lee, "*Social marketing is a process that applies marketing principles and techniques to create, communicate, and deliver value in order to influence target audiences' behaviors which benefit the society as well as the target audience.*"<sup>22</sup> Pemasaran sosial merupakan suatu proses yang menerapkan prinsip dan teknik pemasaran untuk membuat, mengkomunikasikan dan memberi nilai guna mempengaruhi target konsumen yang sistemnya bermanfaat bagi masyarakat serta khalayak umum.

Andreas menjelaskan beberapa kriteria dalam pemasaran sosial: *first, focus on behavior change; second, audience research; third, careful segmentation; fourth, creation of attractive and motivational exchanges with target audience; fifth, use of all four Ps of the traditional marketing mix not just advertising or communication; and sixth, consideration of competition faced by the desired behavior.*<sup>23</sup> Pertama, Fokus pada perubahan perilaku; kedua, Penelitian khalayak; ketiga, Segmentasi yang cermat; keempat, Penciptaan pertukaran yang menarik dan motivasi dengan audiens target; kelima, Penggunaan 4P (*Product, place, promotion, price*) dan memadukan dengan pemasaran tradisional bukan hanya periklanan atau komunikasi; keenam, Pertimbangan persaingan yang dihadapi oleh perilaku yang diinginkan.

---

*Quarterly*, (Online), Vol.2 (3) 152-172, diakses pada 03 Desember 2020 dari <https://www.researchgate.net>

<sup>22</sup> Mohammad Asgari Ghods, *Entrepreneurial Marketing*,... hlm: 2

<sup>23</sup> Archana Singh, dkk, "*Application of social marketing*,...hlm:

Selanjutnya pemasaran sosial dapat dijelaskan melalui bagan terkait arah tujuan dari pemasaran sosial atau bisnis sosial.

Bagan 2. 2  
*Social Business*



Sumber: bagan posisi bisnis sosial oleh Yunus

Dalam bagan tersebut, mengutip dari tulisan Mohammad Asghari dari Yunus yang menyebutkan “*Social business vs profit-maximizing business and not-for-profit.*”<sup>24</sup> *Not-for-profit organizations, there is recovery of invested capital and their aim is to maximize social profit. Social business, the invested capital will be repaid and their aim is to maximize social profit. Profit maximizing business, their aim is to maximize financial profit and the invested capital will be repaid.*” Bisnis sosial vs bisnis yang memaksimalkan laba dan nirlaba. Dalam bisnis sosial tidak ada keuntungan organisasi, tidak ada pemulihan modal yang diinvestasikan dan tujuan mereka adalah memaksimalkan keuntungan sosial. Sosial bisnis, modal yang diinvestasikan akan dibayar kembali dan tujuannya adalah untuk memaksimalkan keuntungan

<sup>24</sup> Mohammad Asgari Ghods, Entrepreneurial Marketing: The Missing,...hlm: 3

sosial. Lain halnya dengan bisnis yang memaksimalkan laba dan nirlaba mereka memaksimalkan keuntungan bisnis dan tujuan mereka adalah untuk memaksimalkan keuntungan finansial dan modal yang diinvestasikan akan dibayar kembali.

Dari berbagai pendapat diatas, menunjukan jika dalam kewirausahaan sosial atau bisnis sosial merupakan kegiatan untuk membantu mengentas permasalahan sosial yang ada, sedang pemasaran sosial merupakan suatu teknik atau strategi dalam menjalankan proses kewirausahaan sosial yang kemudian dapat berdampak dalam penyelesaian problematika sosial yang terjadi.

#### c. Teknologi Masa Kini

Seperti yang diketahui, pada tahun 2020 ini dunia telah banyak mengalami perkembangan. Baik manusia juga penemuan teknologinya. Banyak ditemui saat ini pelayanan dengan berbasis online. Terutama dimasa pandemi hampir semua aktivitas banyak dijalankan dengan sistem online. Era masa kini yang biasa disebut dengan era milenial, dimana teknologi muncul dengan bermacam-macam dan semakin canggih fitur yang ditawarkan. Kemajuan teknologi ini tentu tidak lepas dari campur tangan manusia yang selalu mencoba hal baru untuk terus menerus dikembangkan. Perkembangan teknologi ini semakin tahun akan lebih canggih. Hal ini tidak dapat dihindari namun selayaknya menjadi manusia dan masyarakat masa kini harus bisa mengimbangi dengan memanfaatkan teknologi sesuai dengan kegunaannya.

Smartphone yang merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi, yang setiap tahunnya selalu mengalami perubahan dan perkembangan, baik desain, fitur dan juga kecanggihan yang dimiliki. Bahkan kini hanya dengan smart phone manusia dapat melacak banyak hal, membuat jarak semakin tak terbatas, mampu



menyelesaikan banyak urusan dengan mudah dan membeli barang tanpa perlu pergi ke toko penjualan.

Oleh sebab kemajuan teknologi ini, salah satu bidang yang cukup terpengaruh yaitu bidang ekonomi. Dimana proses jual beli kini banyak dilakukan secara online melalui aplikasi yang terdapat dalam smart phone ataupun pemesanan melalui sosial media. Hal ini memberi kemudahan dalam perkembangan ekonomi, Kemudahan dalam sistem jual beli dan juga peluang bagi banyak orang untuk mencoba hal baru.

Maka *new normal marketing* merupakan suatu sistem pemasaran yang dilakukan di era new normal, dimana pemasaran yang dilakukan berbasis pada sistem pemasaran sosial yang berbasis online sesuai dengan kondisi dimasa pandemi. Adanya *new normal marketing* mencoba memadukan sistem pemasaran sosial dan juga kemajuan di era masa kini. Selain itu *new normal marketing* juga mendukung program pemerintahan untuk mematuhi protokol kesehatan namun masyarakat tetap bisa produktif dengan menjalankan usaha online.

#### 4. Pemberdayaan Ekonomi Dalam Perspektif Dakwah Islam

Dakwah merupakan proses penyelamatan manusia dari berbagai persoalan yang merugikan, hal ini merupakan kerja dan karya besar manusia baik secara individual maupun sosial yang dipersembahkan untuk Tuhan dan sesamanya. Dakwah merupakan kerja sadar dalam rangka menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, mencapai kebahagiaan yang didasarkan pada sistem yang di sampaikan Allah SWT.<sup>25</sup> Secara normatif yang

---

<sup>25</sup> Mukhlis Aliyudin, Pengembangan Masyarakat Islam Dalam Perspektif Dakwah Islamiyah. *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol.4, No.14 Juli-Desember 2009. hlm 779, diakses pada tanggal 11 Maret 2020 dari <http://media.neliti.com>

dijadikan landasan dalam berdakwah terdapat dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

١٢٥

*Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (An-Nahl/16:125)*<sup>26</sup>

Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan jika dakwah merupakan kewajiban untuk mengajak manusia ke jalan Allah dengan cara *hikmah*, *mau'idhah hasanah*, dan *mujadalah* secara *ahsan* yang diaplikasikan dengan cara *bi ahsan al-qaul* dan *bi ahsan al-amal*.

Dalam Tafsir Al- Jalalaayn dijelaskan “Serulah (manusia, wahai Muhammad) ke jalan *Rabb*-mu (agama-Nya) dengan hikmah (dengan al-Quran) dan nasihat yang baik (nasihat-nasihat atau perkataan yang halus) dan debatlah mereka dengan debat terbaik (debat yang terbaik seperti menyeru manusia kepada Allah dengan ayat-ayat-Nya dan menyeru manusia kepada hujah). Sesungguhnya *Rabb*-mu, Dialah Yang Maha tahu, yakni Maha tahu tentang siapa yang sesat dari jalan-Nya, dan Dia Mahatahu atas orang-orang yang mendapatkan petunjuk. Maka Allah membalas mereka. Hal ini terjadi sebelum ada perintah

<sup>26</sup> Terjemah Kemenag 2002



berperang. Ketika Hamzah dibunuh (dicincang dan meninggal dunia pada Perang Uhud).<sup>27</sup>

Maka dakwah merupakan seruan untuk mengajak orang kepada jalan yang benar, dalam pemberdayaan, bagian ini menunjukkan dalam melakukan pengembangan kapasitas, seorang peneliti hendaknya menyampaikan melalui suatu ajakan untuk membawa masyarakat pada jalan yang lebih baik. Dalam pemberdayaan konsep seruan atau ajakan pada jalan yang benar menyesuaikan pada kondisi masyarakat. Jika yang ditemui adalah seseorang yang belum lemah dalam perekonomian maka masyarakat diajak untuk hidup mandiri, mampu memenuhi kebutuhan sendiri dengan memberi semangat, motivasi dan usaha untuk mampu memperbaiki kondisi ekonominya. Sehingga seruan yang disampaikan adalah ajakan untuk mampu mengembangkan kapasitas yang dimiliki yang merupakan suatu pemberian luar biasa dari Allah SWT. Manusia sebagai pemimpin dimuka bumi ini hanya ditugaskan untuk memberikan seruan, hal ini yang penting bagi seorang pemberdaya untuk terus berusaha mengajak masyarakat hidup mandiri, kuat dan bangkit dari kemiskinan. Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

الْمُؤْمِنُ الْقَوِيُّ خَيْرٌ وَأَحَبُّ إِلَى اللَّهِ مِنَ الْمُؤْمِنِ الضَّعِيفِ وَفِي كُلِّ خَيْرٍ

Artinya:”Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah daripada Mukmin yang lemah; dan pada keduanya ada kebaikan.”

Ayat tersebut memberi penguatan jika masyarakat yang hidup mandiri, kuat dan mampu memenuhi kebutuhan hidup mereka tanpa berpangku tangan kepada orang lain, artinya mereka adalah mukmin yang dicintai oleh Allah. Konteks ini menjelaskan jika ada kebaikan di dalam

---

<sup>27</sup> Muhammad bin Ahmad, Abdurrahman bin Abi Bakr al-Mahalli, As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, Dar ul-Hadīts, Kairo, tt, Halaman 363

masyarakat yang mau berusaha dan memiliki niat untuk menjadi sosok yang kuat dan mandiri, salah satunya yaitu mereka akan menjadi masyarakat yang produktif yang tidak lagi bergantung pada pihak lain dan juga berkecukupan secara ekonomi.

Allah tidak hanya memberi kewajiban kepada setiap manusia untuk berdakwah namun Allah juga memberikan aset dan potensi yang melimpah untuk kehidupan, hal ini terdapat dalam surat Al- A'raf ayat 10 yang berbunyi:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

*Artinya : Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana Kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur. (Al-A'raf/7:10)*<sup>28</sup>

Dalam ayat tersebut Allah telah menjelaskan jika manusia ditempatkan dimuka bumi ini dengan suatu penghidupan agar supaya manusia berusaha. Manusia diberikan sarana dan memiliki potensi untuk diasa dan dikembangkan sehingga menjadi hamba Allah yang produktif. Dalam ini manusia harus melakukan upaya pengembangan kapasitas diri untuk mencapai cita-cita kehidupannya sesuai dengan aturan Allah, sebagai wujud syukur kepadanya.

Sesungguhnya pandangan Islam adalah seperti yang dijelaskan dalam ayat ini, yaitu menghubungkan semua rincian dan bagian terkecil dari wujud, menghubungkannya secara amat serasi dengan satu sumber yang Maha Agung. Allah merupakan pencipta alam raya, Allah pula yang menciptakan manusia.

---

<sup>28</sup> Terjemah Kemenag 2002

Kehendak dan nikmat-Nya menjadikan alam raya ini sedemikian rupa, sehingga memungkinkan manusia untuk hidup dan berkembang biak. Dia juga menganugerahkan dalam diri manusia potensi yang menjadikannya mampu untuk mengenal sebagian dari hukum-hukum alam yang bisa digunakan untuk memenuhi hajat mereka.<sup>29</sup>

Dalam Islam ekonomi merupakan salah satu pokok bahasan yang cukup penting. Ekonomi mengurus keperluan hidup manusia di dunia. Ekonomi mengatur kehidupan jasmani dan agama mengatur kehidupan rohani. Keduanya seimbang, dalam perimbangan itu agama ditingkatkan nilainya karena rohani perlu menuntun jasmani dan agama perlu mengendalikan ekonomi.<sup>30</sup>

Allah telah menjelaskan kewajiban berdakwah kemudian Allah juga memberikan sumber kehidupan untuk pemenuhan segala kebutuhan manusia. Maka dari kedua hal tersebut dapat dipahami jika salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk berdakwah adalah melalui pengelolaan sumber daya manusia yang telah Allah berikan. Hal ini bertujuan untuk peningkatan ekonomi masyarakat, karena ekonomilah yang mengatur mengenai kebutuhan manusia secara jasmani, seperti kebutuhan manusia secara fisik. Jika kebutuhan fisik manusia tercukupi dan terpenuhi, maka kebutuhan rohani akan mudah dilakukan.

---

<sup>29</sup> Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Volume 5 (Ciputat: Lentera hati, 2007), hlm.19.

<sup>30</sup> Abdurrahman Wahid. (Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya. 2001) dikutip dalam: Arif Budimanta dan Bambang Rudito, *Metode dan Teknik Pengelolaan Community Development*, cet ke II (Jakarta: CSD, 2008), hlm: 33

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang sesuai dengan tema penelitian yang saat ini dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1

Tabel penelitian terdahulu

Aspek	Peneliti n 1	Penelitian 2	Peneliti an 3	Peneliti n 4	Peneliti n yang dikaji
Judul	Pemberdayaan Ekonomi Remaja Masjid: Studi Pendampingan Ekonomi Remaja Masjid Melalui Barang Bekas Di Desa Candipar i Kecamatan Porong Kabupaten Sidoarjo	Peran Remaja Masjid Al-Huda Dalam Memberdayakan Remaja Islam Di Desa Ujung Padang Kecamatan Aek Natas Kabupaten Labuhan Batu Utara	Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli Produk UMKM Camilan Seblak Pedas Ceria di Desa Bono Sedati Gede	Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (Ecommerce) Dalam Jaringan Sosial Internet	Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid Melalui <i>New Normal Marketing</i> Di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo
Peneliti	Misbahuddin Mashuri	Nurhajjah Simatupang	Ria Nur Fardhani	Ginangar Sri Lakutomo	Nurul Aini Ambarwati
Pendekatan	ABCD	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif	Kualitatif	ABCD

			Deskriptif		
Program	Membuat pelatihan pengelolaan barang bekas menjadi barang yang layak jual (bernilai) bersama dengan remaja masjid setempat	Mengetahui program yang dimiliki oleh remaja masjid Al-Huda dalam memberdayakan remaja islam yang ada disekitar masjid dan juga mengetahui hambatan dan upaya penyelesaian dari problem yang ditemukan	Menemukan fakta dan fenomena data mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh UMKM dalam memasarkan produk camilan seblak pedas ceria	Mengetahui tingkat pemasaran dalam jaringan sosial maupun e-commerce yang berkaitan dengan metode pemasaran modern maupun tradisional yang disusun dalam marketing mix	Membuat pelatihan penjualan online, dimana remaja masjid diajak mengemas produk hingga memasarkan produk dengan sistem pemasaran <i>New Normal Marketing</i> di masa pandemi
Hasil	Dengan pelatihan yang telah dilakukan remaja masjid mampu meningkat	Program pemberdayaan remaja masjid yang dilakukan diantaranya adalah	Strategi yang digunakan oleh UMKM dalam pemasaran yaitu	Dengan adanya e-commerce kini pemasaran dapat dilakukan dengan	Remaja masjid mendapatkan pengalaman dalam proses marketing di Era

	atkan potensi yang dimiliki yaitu dengan mengelola barang bekas menjadi barang layak jual sehingga mampu meningkatkan perekonomian	pengajian, olahraga, keterampilan, gotong royong, PHBI, pelaksanaan sekolah sore	melalui 2 tahapan, perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu yang didalamnya terdapat promosi dan perluasan pasar dengan sistem jual online dan offline	lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau daerah pemasaran hingga keseluruhan dunia. Namun e-commerce belum memberi dampak dalam peningkatan omset	<i>new normal</i> , dengan konsep pemasaran sosial yang dalam pemasarannya berbasis Islam, terbentuknya komunitas penjualan dengan sistem <i>New Normal Marketing</i>
--	--	--	--	--	---

Penelitian pertama berjudul pemberdayaan ekonomi remaja masjid: studi pendampingan ekonomi remaja masjid melalui barang bekas di Desa Candipari Kecamatan Porong Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ABCD (*Asset Based Community Development*). Program yang dijalankan yaitu membuat pelatihan pengelolaan barang bekas menjadi benda layak jual yang dilakukan bersama dengan remaja masjid setempat. Hasil dari program tersebut yaitu remaja

masjid mampu meningkatkan potensi yang dimiliki dengan mengelola barang bekas menjadi benda layak jual sehingga memberi dampak terhadap peningkatan ekonomi mereka. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saat ini adalah dari subyek yang digunakan yaitu remaja masjid dan analisis aset potensi remaja masjid. Kemudian perbedaannya adalah dari program yang dijalankan, penelitian terdahulu menggunakan aset bahan bekas yang kemudian dikelola kembali menjadi benda layak jual. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan aset kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh remaja masjid setempat.

Penelitian kedua berjudul peran remaja Masjid Al-Huda dalam memberdayakan remaja Islam di Desa Ujung Padang Kecamatan Aek Natas Kabupaten Labuhan Bary Utara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Program yang dijalankan adalah mengetahui atau mendeskripsikan program yang dimiliki oleh Masjid Al-Huda dalam memberdayakan remaja Islam di masjid tersebut, juga menganalisis hambatan dan penyelesaian dari adanya program yang telah disusun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan beberapa program pemberdayaan bagi remaja masjid seperti kegiatan keagamaan dan juga kegiatan sosial lainnya. Persamaan dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menganalisis program yang dimiliki oleh masjid bagi remaja masjidnya setempat. Sedangkan perbedaan dengan penelitian saat ini adalah penelitian saat ini tidak berhenti hanya pada analisis saja, namun juga melakukan aksi pemberdayaan melalui program yang dimiliki secara partisipatif.

Penelitian ketiga yang berjudul strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat beli produk UMKM



camilan seblak pedas ceria di Desa Bono Sedati Gede. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Program yang disusun dalam penelitian ini yaitu menemukan fakta dan fenomena data dalam pemasaran produk camilan seblak ceria. Penelitian ini menganalisis mengenai strategi yang digunakan oleh pemilik usaha dalam memasarkan produk yang dimiliki. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan ada 2 tahapan yang dilakukan oleh pemilik usaha yaitu melalui perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu yang didalamnya terdapat promosi dan juga perluasan pasar dengan sistem online dan offline. Persamaan dengan penelitian yang sedang dikaji saat ini adalah sama-sama menganalisis strategi pemasaran terutama pemasaran dengan sistem online. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah penelitian yang sedang dikaji tidak berhenti pada analisis saja, namun juga menyusun strategi pemasaran dan mempraktikannya secara langsung secara partisipatif dengan remaja Masjid Dinul Kholis.

Penelitian keempat berjudul analisis pemasaran terhadap bisnis online (*Ecommerce*) dalam jaringan sosial internet. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Program yang disusun dalam penelitian ini adalah mengetahui tingkat pemasaran dalam jaringan sosial maupun *e-commerce* yang berkaitan dengan metode pemasaran modern maupun tradisional yang disusun dalam marketing mix. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika dengan adanya *e-commerce* kini pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi, namun dalam penelitian ini belum menunjukkan terjadinya peningkatan omset. Persamaan dengan penelitian yang sedang dikaji adalah melakukan

pemasaran melalui jaringan sosial. Perbedaannya adalah penelitian saat ini tidak hanya fokus pada hasil dari pemasaran atau omset dari penjualan produk, namun lebih terhadap kemampuan subyek atau remaja masjid dalam mengenali dan mengelola aset yang dimiliki melalui penjualan produk dengan sistem *new normal marketing*.

Penelitian yang dikaji saat ini berjudul pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. pendekatan yang digunakan adalah ABCD (*Asset Based Community Development*). Rencana program dalam kegiatan pemberdayaan ini adalah edukasi terhadap aset dan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid, kemudian diolah menjadi pelatihan kewirausahaan dengan sistem *new normal marketing* atau pemasaran online dengan konsep kolaborasi dari marketing sosial dan marketing digital/online yang dalam proses penuaalannya berbasis pada nilai-nilai Islam. Kemudian dilanjutkan dengan penyusunan draf kerjasama dengan pihak pengurus masjid untuk memperluas pasar dan pengembangan produk.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*), Metode ABCD merupakan pendekatan pendampingan yang mengupayakan pengembangan masyarakat dilaksanakan dengan proses awal menempatkan manusia untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan yang dimiliki serta keseluruhan potensi dan aset yang ada yang potensial untuk dimanfaatkan. Pendekatan ABCD merupakan pendekatan yang mengarah pada pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan, dan pendaayagunaanannya secara mandiri dan maksimal. Pendekatan berbasis aset ini berfokus pada pengalaman atau sejarah keberhasilan yang telah dicapai, menemukan para pembaru atau orang-orang yang telah sukses dan menghargai potensi melakukan mobilisasi serta mengaitkan kekuatan dan aset yang ada.<sup>31</sup>

Metode penelitian ABCD (*Asset Based Community Development*) ini dipilih karena Masjid Dinul Kholis yang berada di Desa Sruni ini memiliki potensi yaitu jamaah pemuda dengan berbagai keahlian dan juga sebagai masjid yang digunakan untuk pemberdayaan masyarakat. Oleh sebab itu pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) dianggap sebagai suatu pendekatan yang tepat untuk melakukan analisis hingga aksi yang akan dilakukan.

Adapun paradigma dan prinsip-prinsip dalam pengembangan masayarakat yang berbasis aset ABCD

---

<sup>31</sup> Chistopher Dureau, *Pembaru dan Kekuatan Lokal untuk Pembangunan* (Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCES) Phase II, 2013), hlm: 36

(*Asset Based Community Development*) adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

### **1. Setengah Terisi lebih Berarti (*Half Full And Half Empty*)**

Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berbasis aset modal utama yang digunakan adalah merubah cara pandang masyarakat terhadap dirinya, tidak hanya berhenti pada kekurangan dan masalah yang dihadapi tapi memberikan perhatian khusus mengenai apa yang dimiliki dan apa yang dapat dilakukan. Dalam bagian ini digambarkan menggunakan gelas terisi setengah, maksudnya jika masyarakat hanya dibuat terfokus pada kekosongan yang ada artinya masyarakat hanya melihat kekurangan dan permasalahan. Sebaliknya jika masyarakat diajak untuk melihat isi gelas yang walaupun hanya setengah saja, masyarakat diajak untuk mengenali aset yang dimiliki dan mensyukuri semua yang dimiliki.

Dalam sudut pandang ABCD, aset tidak hanya sebatas untuk modal sosial, namun juga sebagai embrio perubahan sosial. Aset akan berfungsi sebagai jembatan untuk membangun relasi dengan berbagai pihak yang kemudian masyarakat dituntut untuk sensitif dan peka terhadap aset yang ada disekitar mereka. Masyarakat juga diajak untuk mampu mengelola dan mengembangkan "aset yang ada."

### **2. Semua Punya Potensi (*No Body Has Nothing*)**

Semua memiliki potensi, tidak ada sesuatu apapun yang diciptakan sia-sia. Al-qur'an telah menjelaskan jika "*manusia cerdas adalah manusia yang menyadari kelebihan yang dimiliki, dan tidak ada ciptaan Tuhan yang sia-sia di muka bumi ini*" (QS: Ali Imron 191). Sudah jelas dikatakan jika manusia yang cerdas adalah manusia yang menyadari akan potensi dan aset yang dimiliki.

---

<sup>32</sup> Nadhir Salahuddin, dkk, "*Panduan KKN ABCD*,... hlm: 20-43

Hanya saja seringkali seseorang tidak menyadari akan kelebihan dan potensi yang dimiliki.

Prinsip ABCD ini menguatkan jika semua memiliki potensi untuk digali dan dikembangkan. Tidak ada yang tidak memiliki kelebihan, bahkan seseorang yang memiliki keterbatasan fisik. Semua berhak berkontribusi dalam segala hal, termasuk dalam perubahan untuk menjadi lebih baik.

### **3. Partisipasi (*Participation*)**

Partisipasi berasal dari bahasa inggris yaitu "*Participation*" yang berarti pengambilan bagian atau pengikutsertaan. Partisipasi merupakan suatu keterlibatan mental dan emosi seseorang pada pencapaian tujuan dan ikut bertanggung jawab didalamnya. Dalam hal ini adanya partisipasi dari masyarakat merupakan suatu hal penting yang harus ada dalam suatu perubahan. Partisipasi yang dilakukan tidak melulu mengenai materi, namun juga tenaga, waktu, pikiran dan keahlian yang kemudian juga ikut memanfaatkan dan menikmati hasil dari perubahan yang dilakukan.

### **4. Kemitraan (*Partnership*)**

Partnership secara harfiah memiliki arti kemitraan. Secara istilah partnership yaitu "*a relationship between individuals or groups that is characterized by mutual cooperation and responsibility, as for the achievement of a specified goal.*" Hubungan yang dibangun antara beberapa individu atau grup yang didasari oleh kerjasama dan tanggung jawab yang sama dalam menggapai tujuan tertentu. Kemitraan sendiri merupakan proses pencarian/perwujudan bentuk-bentuk kebersamaan yang saling menguntungkan dan saling mendidik secara sukarela guna menggapai kepentingan bersama. Partnership merupakan modal utama yang sangat dibutuhkan dalam memaksimalkan posisi dan peran masyarakat dalam pembangunan yang dilakukan.

Masyarakat merupakan motor penggerak dalam pembangunan (*community driven development*), dengan hal ini diharapkan akan terbentuk rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap pembangunan yang terjadi di sekitarnya.

### **5. Penyimpangan Positif (*Positive Deviance*)**

*Positive Deviance* (PD) adalah suatu pendekatan terhadap perubahan perilaku individu dan sosial yang didasarkan pada realitas bahwa dalam setiap masyarakat meskipun bisa jadi tidak banyak terdapat orang-orang yang mempraktekkan strategi atau perilaku sukses yang tidak umum, yang memungkinkan mereka untuk mencari solusi yang lebih baik atas masalah yang dihadapi daripada rekan-rekan mereka.

PD merupakan modal yang digunakan dalam pendekatan berbasis aset yang menggunakan pendekatan dengan strategi yang khusus atau biasa untuk mencapai suatu kesuksesan atau penyelesaian permasalahan. PD menunjukkan jika terdapat perilaku dan strategi khusus yang memungkinkan seseorang atau kelompok untuk mengatasi masalahnya tanpa memerlukan sumber daya khusus. PD menjadi energi alternatif yang vital bagi proses pengembangan dan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan. Energi itu senantiasa dibutuhkan dalam konteks lokalitas masing-masing komunitas.

### **6. Berasal dari dalam Masyarakat (*Endogenous*)**

Istilah *endogenous* secara bahasa berarti dari dalam, dikembangkan dari dalam masyarakat. Pemaknaan kata *endogenous* akan mengikuti sub kata yang disifatinya. Sehingga ketika kata yang disifati dan muncul sebelumnya adalah pembangunan, maka pembangunan endogen berarti pembangunan yang dikembangkan dari dalam masyarakat sendiri. Pembangunan endogen mengandung arti pembangunan yang berdasar dari dalam konteks atau komunitas tertentu atau pembangunan yang



dikembangkan dari dalam masyarakat. Istilah pembangunan endogen pada prinsipnya mengacu pada tujuan pokok yaitu memperkuat komunitas lokal untuk mengambil alih kendali dalam proses pembangunan mereka sendiri.

## **7. Mengarah Pada Sumber Energi (*Heliotropic*)**

*Heliotropic* adalah istilah untuk menggambarkan proses berkembangnya tumbuhan yang condong mengarah kepada sumber energi. Demikian juga komunitas. Energi yang ada dalam pengembangan komunitas beragam macamnya. Diantaranya yaitu mimpi besar atau suatu harapan yang dimiliki oleh suatu komunitas, kemudian proses pengembangan yang apresiatif, ataupun keberpihakan anggota komunitas yang penuh totalitas dalam pelaksanaan program. Sumber energi ini layaknya keberadaan matahari bagi tumbuhan, terkadang bersinar dengan terang, terkadang mendung, dan pada suatu waktu tidak bersinar sama sekali. Namun dalam suatu komunitas energi ini harus senantiasa terjaga dan terus dikembangkan. Tidak hanya mengandalkan pada satu energi saja, namun perlu adanya pengenalan terhadap peluang-peluang yang ada dari luar yang mampu memberi kekuatan baru dalam proses pengembangan.

## **B. Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan AI (*Appreciative Inquiry*). AI (*Appreciative Inquiry*) adalah sebuah filosofi perubahan positif dengan pendekatan siklus 5-D. Dasar dari AI adalah sebuah gagasan sederhana yaitu, bahwa organisasi akan bergerak menuju apa yang mereka pertanyakan. Dalam hal ini suatu kelompok atau masyarakat yang sedang mempelajari terkait masalah atau konflik yang sedang dihadapi maka masalah tersebut akan semakin meningkat. Begitu pula apabila suatu kelompok mempelajari mengenai



pengalaman atau keberhasilan yang pernah terjadi maka hal tersebut juga akan cenderung meningkat.<sup>33</sup>

Hal berbeda antara AI dengan metodologi perubahan yang lain adalah bahwa AI sengaja mengajukan pertanyaan positif yang bertujuan untuk memancing percakapan konstruktif dan tindakan inspiratif dalam organisasi.

*Appreciative* (apresiasi) yaitu menghargai, melihat yang paling baik pada seseorang atau dunia sekitar, mengakui kekuatan, kesuksesan, dan potensi masa lalu dan masa kini, memahami hal-hal yang memberi hidup (kesehatan, vitalitas, keunggulan) pada sistem yang hidup. Meningkatkan dari segi nilainya, misal tingkat ekonomi telah meningkat nilainya. Sinonim nilai, hadiah, harga, dan kehormatan. *Inquiry* yaitu mengeksplorasi dan menemukan. Bertannya terbuka untuk melihat berbagai potensi dan kemungkinan baru. Sinonim menemukan, mencari, menyelidiki secara sistematis dan memelajari.

AI (*Appreciative Inquiry*) menggunakan siklus 5-D yaitu sebagai berikut:<sup>34</sup>

### **1. *Discovery* (Menemukan)**

Pada tahap ini peneliti mulai melakukan percakapan atau wawancara guna menemukan masa lalu yang pernah terjadi juga kesuksesan yang pernah diraih. Pada tahap ini peneliti mulai mengikutsertakan segala bentuk proses dan tanggung jawab perubahan kepada pihak yang berkepentingan yaitu entitas lokal. Masyarakat mulai diajak untuk memahami aset yang dimiliki di sekitarnya. Dalam hal ini para remaja masjid mulai diajak untuk memahami dan menganalisis aset juga potensi yang dimiliki.

---

<sup>33</sup> Chistopher Dureau, “Pembaru dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan”,... hlm: 92-94

<sup>34</sup> Chistopher Dureau, “Pembaru dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan”,... hlm: 96-97

## **2. *Dream* (Memimpikan)**

Pada tahap ini, temuan yang ada didefinisikan ulang menjadi harapan untuk masa depan dan cara untuk maju sebagai peluang dan aspirasi. Masyarakat atau komunitas diajak untuk mulai memikirkan seperti apa masa depan yang diinginkan, hal ini yang nantinya akan menjadi mimpi-mimpi yang kemudian akan diwujudkan untuk menuju pembangunan masyarakat. Munculnya harapan baru tersebut digunakan untuk mengembangkan aset yang ada dengan berbagai macam strategi dan cara yang kemudian akan ditentukan manakah yang paling memungkinkan untuk dilakukan.

## **3. *Design* (Merancang)**

Proses dimana seluruh komunitas atau kelompok yang terlibat dalam proses belajar tentang kekuatan atau aset yang dimiliki agar bisa mulai memanfaatkannya dalam cara yang konstruktif, inklusif, dan kolaboratif untuk mencapai aspirasi dan tujuan seperti yang sudah ditetapkan sendiri.

Masyarakat atau kelompok akan memahami letak aset yang dimiliki untuk kemudian dapat diolah dan dikembangkan menjadi suatu proses perubahan. Remaja masjid akan mulai menyadari kemudian merancang perubahan yang dalam hal ini remaja masjid akan bersama-sama mencoba mengembangkan aset dan kemampuan dalam diri juga kecanggihan teknologi masa kini.

## **4. *Define* (Menentukan)**

Pada tahap ini kelompok pemimpin dan pihak terkait mulai menentukan topik positif sebagai deskripsi awal mengenai perubahan yang diinginkan. Mulai menentukan kegiatan perubahan yang akan dilakukan. Pada tahap ini remaja masjid akan melakukan kegiatan perubahan dalam bentuk pengembangan kapasitas remaja masjid melalui

*new normal marketing* yang akan diselesaikan melalui beberapa kegiatan.

### 5. *Destiny* (Monitoring dan Evaluasi)

Tahap ini merupakan tindakan inspiratif yang mendukung proses belajar secara terus menerus dan inovasi tentang apa yang akan terjadi. Hal ini merupakan bagian akhir yang secara khusus fokus pada cara-cara personal dan organisasi atau komunitas untuk melangkah lebih baik lagi. Setelah sekian proses perubahan dirancang dan segala bentuk proses perubahan telah dilakukan, kegiatan terakhir yaitu melakukan evaluasi dan menyusun rencana tindak lanjut guna keberlanjutan dari proses perubahan agar terus berkembang dan memberi banyak manfaat.

### C. Mitra Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah remaja Masjid Dinul Kholis Desa Sruni. Peneliti memilih remaja Masjid Dinul Kholis untuk dijadikan subyek karena sesuai dengan kondisi kebutuhan penelitian, dimana penelitian yang akan dilakukan adalah pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing*, dimana para remaja akan belajar bersama cara untuk berjualan online. Pihak-pihak yang terlibat adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1  
Pihak- Pihak Yang Terlibat

No.	Organisasi/Kelompok	Karakteristik	Kepentingan Utama	Sumber Daya yang dimiliki	Sumber Daya yang dibutuhkan	Tindakan yang dilakukan
1.	Kepengurusan Masjid Dinul Kholis	Regulator	Memberikan dukungan dan kerjasama	Otoritas/kekuasaan	Sumber daya manusia dan finansial	Merancang dan menyusun peraturan guna

			berkaitan dengan kegiatan pengembangan kapasitas remaja			memper lancar kegiatan pengembangan kapasitas remaja melalui <i>new normal marketing</i>
2.	Remaja Masjid Dinul Kholis	Aktor	Ikut berpartisipasi dalam proses perubahan sosial	Tenaga, massa, pemikiran dan ilmu pengetahuan	Keikutsertaan dalam setiap kegiatan dan program yang dilakukan	Berpartisipasi dan mendukung penuh dalam segala bentuk kegiatan perubahan sosial
3.	Perguruan Tinggi	Akademisi	Riset dan advokasi kebijakan	Ilmu pengetahuan	Kontribusi pengetahuan mengenai temuan baru	Memban tu dalam proses penyusunan pengembangan kapasitas remaja masjid melalui <i>new</i>

						<i>normal marketi ng</i>
--	--	--	--	--	--	----------------------------------

*Sumber: dikelola dari hasil FGD 2020*

Pihak-pihak yang terkait dalam proses pengembangan kapasitas remaja ini diantaranya adalah kepengurusan remaja masjid yang merupakan regulator sebagai pemilik kekuasaan yang nantinya akan membantu dalam proses penyusunan kegiatan. Kemudian remaja masjid yang merupakan aktor ataupun agen perubahan yang ikut berpartisipasi dari awal hingga melanjutkan keberlangsungan program. Selanjutnya perguruan tinggi yang memberi kontribusi atas berjalannya program.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data guna memperoleh informasi yang sesuai dengan keadaan lapangan yang ada di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni. Berikut beberapa teknik yang digunakan untuk pengumpulan data:

##### **1. Pemetaan Komunitas (*Community Mapping*)**

*Mapping* adalah suatu pemetaan merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menggali informasi terkait dengan sarana fisik dan kondisi sosial dengan menggambarkan kondisi wilayah secara umum dan menyeluruh dalam suatu peta.<sup>35</sup> Pada bagian ini, masyarakat atau komunitas didorong untuk berpartisipasi dan saling bertukar informasi. Sehingga mampu menemukan aset dan potensi yang dimiliki. Dalam penelitian ini remaja masjid diajak untuk melakukan pemetaan komunitas melalui forum diskusi bersama atau FGD (*Focus Group Discussion*) untuk memetakan setiap aset dan potensi yang ada.

---

<sup>35</sup> Agus Afandi, *Metodologi Penelitian Sosial Kritis*, (Surabaya, UINSA Press 2014), hlm: 84

## 2. Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara semi struktur merupakan suatu alat penggalan informasi berupa tanya jawab yang sistematis tentang pokok-pokok tertentu. Wawancara semi terstruktur bersifat semi terbuka, artinya jawaban tidak ditentukan terlebih dahulu, pembicaraan lebih santai, namun dibatasi oleh topik yang telah dipersiapkan dan disepakati bersama.<sup>36</sup> Hal ini dilakukan untuk mengetahui keterampilan masing-masing individu yang ada dalam kelompok. Dimana kegiatan wawancara semi terstruktur dilakukan pada remaja masjid dan beberapa pengurus masjid setempat.

## 3. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)

Pemetaan aset individu digunakan untuk mengetahui aset atau kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam komunitas. Hal ini dapat dilakukan melalui kuisioner, wawancara perorangan (*Interview*) atau melalui FGD (*Focus Group Discussion*). Dalam proses pemberdayaan masyarakat, adanya perpaduan kemampuan individual akan memberi dampak perubahan yang signifikan. Karena potensi terdapat dalam setiap diri manusia, namun seringkali komunitas ataupun diri belum menyadari potensi yang dimiliki sebagai sebuah aset yang dapat dikembangkan.<sup>37</sup> Pemetaan aset individu dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara terhadap remaja masjid setempat.

## E. Teknik Validasi Data

Setelah dilakukan proses pengumpulan data, hal yang perlu dilakukan selanjutnya yaitu validasi data untuk memastikan apakah data yang diperoleh sudah valid untuk digunakan ataukah ada ketidaksamaan sehingga perlu dilakukan pencarian data lebih lanjut. Maka dari itu validasi

---

<sup>36</sup> Agus Afandi, *Metodologi Penelitian Sosial Kritis*,... hlm: 102

<sup>37</sup> Nadhir Salahuddin, dkk., *Panduan KKN ABCD*,... hlm: 65

data perlu untuk dilakukan sebagai bukti keakuratan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini teknik validasi data yang dilakukan menggunakan triangulasi data. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Triangulasi Alat dan Teknik**

Selain melakukan observasi secara langsung pada suatu wilayah/lokasi, selanjutnya dilakukan interview dan diskusi dengan masyarakat setempat dalam rangka memperoleh informasi yang kualitatif. Pencatatan terhadap hasil observasi dan data kualitatif dapat dituangkan baik dalam tulisan maupun diagram.<sup>38</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan FGD (*Focus Group Discussion*), dimana masyarakat diajak untuk berdiskusi dan membahas satu topik atau tema yang sudah disepakati. FGD ini dilakukan dengan tujuan untuk memvalidasi data yang telah diperoleh peneliti bersama dengan masyarakat.

### **2. Triangulasi Keragaman Sumber Informasi**

Informasi yang dicari meliputi kejadian-kejadian penting dan bagaimana prosesnya berlangsung. Sedangkan informasi dapat diperoleh dari masyarakat atau dengan melihat langsung tempat lokasi.<sup>39</sup> Untuk memperkuat data yang diperoleh peneliti juga melihat secara langsung kondisi yang ada di lapangan.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis merupakan sesuatu yang penting dalam penelitian. Data dan juga informasi yang sudah terkumpul tidak serta merta di biarkan, dalam hal ini analisis perlu dilakukan untuk menindaklanjuti hasil penemuan yang ada. Sehingga peneliti dan juga masyarakat mampu untuk mengenali aset juga problem lapangan yang dihadapi. Berikut merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

---

<sup>38</sup> Agus Afandi, *Metodologi Penelitian Sosial Kritis*,... hlm: 74-75

<sup>39</sup> Agus Afandi, *Metodologi Penelitian Sosial Kritis*,... hlm: 75



### **1. Skala Prioritas (*Low Hanging Fruit*)**

Skala prioritas merupakan suatu cara untuk menganalisis data melalui penentuan mimpi atau harapan dari adanya perubahan yang paling memungkinkan untuk dilakukan. Penentuan mimpi dilakukan dari pengumpulan beberapa harapan dan impian dari anggota komunitas yang kemudian dipilih mana yang paling dibutuhkan untuk segera direalisasikan dan yang paling memungkinkan untuk segera dilaksanakan. Ini merupakan suatu hal yang penting dalam proses perubahan, karena melalui analisis setiap aset dan juga impian dari komunitas maka saat proses perubahan dilakukan masyarakat memiliki rasa memiliki terhadap program yang akan dijalankan, sehingga dapat terwujud program pemberdayaan yang partisipatif.

### **2. Perubahan Paling Signifikan (*The Most Significant Change/MS*)**

Perubahan Paling Signifikan (*The Most Significant Change/MS*) merupakan suatu cara untuk menganalisis data melalui metode pemantauan dan evaluasi setiap perubahan yang terjadi dalam komunitas. Dimana setiap anggota akan menjelaskan dan mengevaluasi perubahan apa yang terjadi dalam komunitas atau paling menonjol dan paling signifikan dirasa oleh anggota komunitas. Kemudian komunitas, yang dimaksud yaitu para remaja masjid juga menjelaskan mengapa perubahan tersebut dirasa paling berpengaruh dan bagaimanakah tindak lanjut yang harus disusun agar perubahan yang terjadi terus berjalan, berkembang dan berkesinambungan.

### **3. Perubahan *Before-After***

Teknik selanjutnya yang digunakan untuk menganalisis data adalah menggunakan perubahan *before-after*, peneliti dan juga masyarakat dapat menganalisis keadaan sebelum dilakukannya proses perubahan hingga saat telah

dilakukannya proses perubahan. Sehingga masyarakat mampu menilai apa saja perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah dilakukannya program perubahan atau pemberdayaan komunitas.

### G. Jadwal Pendampingan

Penelitian mulai dilakukan pada bulan Juli di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. Berikut jadwal penelitian yang telah disusun:

Tabel 3. 2  
Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Pelaksanaan (Minggu)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Mengadakan FGD bersama remaja masjid</b>									
Koordinasi dengan pengurus masjid dan pihak terkait									
Merumuskan fokus tema (analisis potensi dan aset)									
Menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan									
Monitoring dan evaluasi kegiatan									
<b>Pembentukan tim</b>									
Koordinasi dengan remaja masjid dan stakeholder terkait									
Menentukan waktu dan tempat pembagian tim									
Pembagian tim									
Penyusunan rencana kegiatan									
<b>Pelaksanaan kegiatan</b>									

praktek pengaplikasian <i>new normal marketing</i>										
Melakukan identifikasi produk										
Melakukan proses branding										
Melakukan pemasaran dengan sistem <i>new normal marketing</i>										
Monitoring dan evaluasi kegiatan										
<b>Menyusun draf kebijakan</b>										
FGD remaja masjid bersama dengan pengurus masjid										
Penyusunan draf										
Monitoring evaluasi										

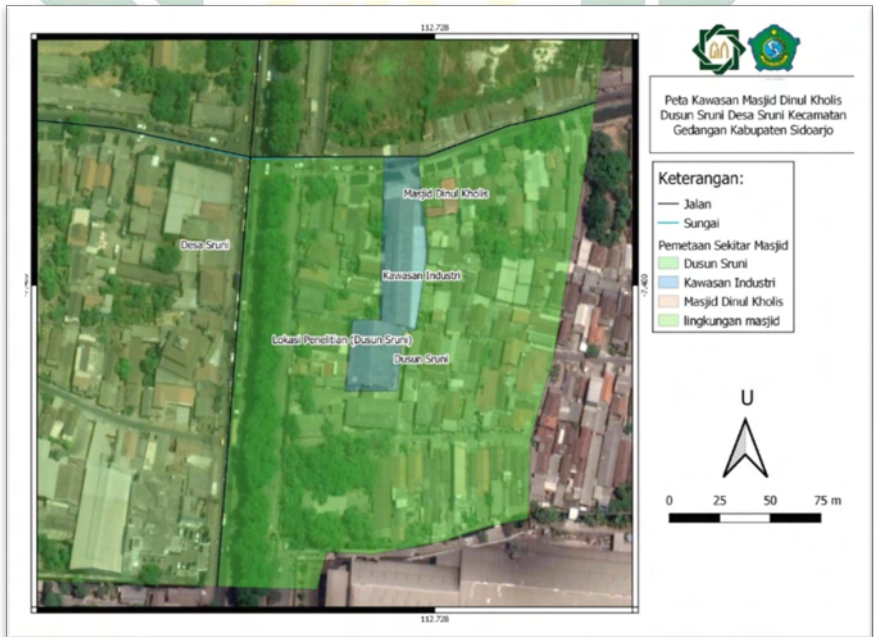
## BAB IV

### PROFIL MASJID DINUL KHOLIS

#### A. Kondisi Jamaah Masjid Dinul Kholis

Masjid Dinul Kholis terletak di kawasan Desa Sruni, tepatnya di Jl. Manggis RT01/ RW01 Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. Desa Sruni sendiri terdiri dari 4 RW dan 23 RT, dengan jumlah kepala keluarga 8.207 kk. Kemudian untuk jarak tempuh dari Desa Sruni ke ibukota Kabupaten tidak terlalu jauh hanya sekitar 2 km. Secara umum Kecamatan Gedangan merupakan kawasan industri karena memang dapat ditemui banyak sekali pabrik juga bergudangan yang saling berjajaran. Selain rumah warga disini juga terdapat banyak bangunan perumahan, pabrik dan pergudangan.

Gambar 4. 1  
Peta Desa Sruni RT01/RW01



*Sumber: hasil pemetaan peneliti*

Masjid Dinul Kholis letaknya tidak jauh dari Jalan Raya Gedangan, namun untuk sampai di masjid harus melalui gang yang hanya bisa dilalui oleh 2 sepeda motor yang saling berpapasan. Tepatnya di Jl. Manggis RT01/RW01 Desa Sruni. Bangunan masjid ini berdiri di samping pabrik plastik dan juga komplek rumah warga yang saling berhimpitan, sehingga tidak dapat ditemui tanah lapang kecuali lahan parkir milik masjid. Masjid Dinul Kholis ini juga berada di kawasan perbatasan antara Desa Sruni Dengan Desa Punggul, lebih tepatnya pada ujung Timur Desa Sruni.

## B. Kondisi Demografi

Jamaah Masjid Dinul Kholis merupakan kelompok masyarakat yang tersebar dibeberapa Desa. Seperti yang telah dijelaskan jika letak masjid ini berbatasan dengan Desa Punggul, oleh sebab itu jamaah yang ikut kegiatan masjid merupakan jamaah dari Desa Sruni, Punggul, Tebel dan beberapa perumahan yang ada disekitarnya. setidaknya ada 169 jamaah termasuk 53 diantaranya adalah para remaja masjid.

Tabel 4. 1  
Jumlah Jamaah Masjid Dinul Kholis Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Dewasa	41	46	87
2.	Remaja	27	26	53
3.	Anak-anak	12	17	29
<b>Total</b>		80	89	169

*Sumber: Dikelola dari hasil pendataan jamaah masjid 2020*

Dalam peramutan jamaah masjid diatas, maka disusunlah struktru kepengurusan jamaah yang berjenjang sesuai dengan kategori usianya. Secara umum kepengurusan terpusat tersusun dari berikut ini:

Tabel 4. 2  
Jumlah Jamaah Masjid Dinul Kholis Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Belum/Tidak Bekerja	6	7	13
2.	Ibu Rumah Tangga	0	29	29
3.	Buruh	10	1	11
4.	Guru	3	0	3
5.	Pedagang	1	8	9
6.	Penjahit	1	4	5
7.	Pegawai	15	1	16
8.	Pengusaha	7	0	7
9.	Tukang Bangunan	1	0	1
10.	Transportasi Online	3	0	3
11.	Polisi	1	0	1
12.	Pensiun	1	0	1
13.	Mahasiswa	0	4	4
14.	Sekolah	27	28	65
<b>Total</b>		79	82	161

*Sumber: Dikelola dari hasil pendataan jamaah masjid 2020*

Jamaah Masjid Dinul Kholis merupakan masyarakat dengan berbagai macam latar belakang dan pekerjaan. Terdapat 13 jamaah yang belum memiliki pekerjaan, mereka sebagian adalah jamaah yang baru saja menyelesaikan pendidikannya. Kemudian 29 ibu-ibu yang hanya menjadi ibu rumah tangga. Kawasan Desa Sruni yang merupakan kawasan industri menjadikan beberapa masyarakat setempat berprofesi sebagai buruh, disini terdapat sekitar 11 orang yang bekerja sebagai buruh. Sebagian ada juga yang memiliki usaha sendiri seperti pedagang dan penjahit sekitar 14 orang. 16 orang lainnya menjadi pegawai dan 7 orang menjadi pengusaha industri rumahan beberapa produk tekstil dan pengolahan kulit seperti sepatu, tas dan dompet.

### **C. Profil Masjid Dinul Kholis**

Masjid Dinul Kholis merupakan masjid yang sudah berdiri sejak tahun 1975. Kala ini bangunan masjid hanya berupa rumah gubuk sederhana. Masjid ini dibangun diatas tanah waqaf dari Hj. Dewi Asiyah bersama dengan suaminya H. Saberun. Seiring dengan perkembangan masjid Dinul kholis juga mengalami perkembangan, baik jumlah jamaah maupun bangunannya. Pada tahun 1983 Masjid Dinul Kholis mengalami renovasi besar-besaran dengan tambahan tanah waqaf dari Hj. Fatimah dan waqaf bangunan dari H. Tukiman.

Jika awalnya masjid ini hanya memiliki jamaah sejumlah 3 kepala keluarga namun kini sudah memiliki 169 jamaah. Setiap hari masjid ini selalu disibukkan dengan berbagai kegiatan. Masjid merupakan tempat untuk bertukar informasi, lembaga pendidikan dan kesejahteraan umat. Dengan adanya masjid ini masyarakat yang tinggal disekitar masjid mendapat keuntungan. Seperti halnya saat kegiatan idul qurban. Maka masjid ini akan membagikan daging qurban tidak hanya pada jamaah saja namun juga pada warga sekitar masjid. Kemudian saat warga sekitar membutuhkan bantuan, maka jamaah akan dengan senang hati memberi bantuan. Saat dilaksanakan gotong royong RT/RW jamaah masjid yang memiliki waktu luang diajak untuk membantu gotong royong guna menjaga lingkungan bersama. Keramahaan pengurus dan jamaah, juga kepedulian kepada lingkungan sekitar membuat masjid ini semakin berkembang.

Masjid ini juga memiliki struktur kepengurusan yang disusun secara terstruktur dan tertata disetiap jenjangnya. Kepengurusan juga disusun berdasarkan hasil musyawarah bersama antara anggota pengurus sebelumnya dan akan disepakati bersama. Terdapat sekitar 3 kepengurusan yang berjenjang yaitu TPQ, Remaja Masjid dan Kepengurusan Umum.



Struktur kepengurusan dibuat berjenjang untuk memudahkan dalam peramutan jamaah masjid. Karena setiap usia memiliki jenis kegiatan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Hal ini akan memberi kemudahan dalam meramut dan juga menjaga keberlangsungan masjid ini. seperti yang diketahui, kondisi masjid 5-10 tahun mendatang dipengaruhi dari bagaimana kondisi generasi penerus saat ini.

Adanya struktur kepengurusan ini juga mempermudah dalam penyusunan program kerja, yang kemudian menjadikan jamaah diberbagai usia mendapatkan kegiatan sesuai dengan kebutuhannya. Berikut merupakan beberapa institusi atau lembaga yang ada di Masjid Dinul Kholis:

1. TPQ (Taman Pendidikan Al-Quran)

Taman Pendidikan Al-Quran Dinul Kholis memiliki 35 santri yang mengaji di TPQ ini. Kebanyakan merupakan anak-anak dari jamaah masjid ini sendiri. Dalam pengelolaan TPQ tetap berada dibawah naungan kepengurusan masjid secara umum termasuk dalam pengambilan keputusan yang dilakukan secara musyawarah. Kegiatan di TPQ dilaksanakan setiap hari senin hingga sabtu pukul 16.00 hingga 17.00. Para santri diajarkan baca tulis al-quran dan hafalan doa serta surat-surat pendek. Setiap hari sabtu santri diajak untuk bercerita, menggambar, mewarnai dan games untuk menambah semangat mereka. Selain itu TPQ ini juga memiliki program unggulan tahfidz, yang diikuti oleh seluruh santri setiap hari kamis selesai kelas.

TPQ terbagi menjadi 2 kelas yaitu kelas A dan kelas B, dimana kelas A merupakan santri dengan rentan usia 5-8 tahun dan kelas B merupakan santri dengan rentan usia 9-12 tahun. Dalam kondisi pandemi saat ini kegiatan TPQ tetap berjalan namun terbatas dan dengan mentaati protokol kesehatan.

Gambar 4. 2  
Kegiatan TPQ Dinul Kholis



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

## 2. Remaja Masjid

Adanya susunan kepengurusan yang terstruktur dan juga pengkaderan yang baik, mendorong setiap rentan usia memiliki aktivitas di masjid yang berbeda-beda. Remaja masjid merupakan jenjang selanjutnya yang diisi dengan santri dengan rentan usia 13-25 tahun. Seorang santri dikatakan masuk dalam remaja masjid apabila dia belum menikah, apabila seorang santri

tersebut masih berusia 23 tahun namun sudah menikah, maka dia sudah tidak termasuk dalam anggota remaja masjid. Dan akan masuk pada jenjang selanjutnya. Dinul Kholis memiliki remaja masjid sebanyak 53 orang yang terdiri dari anak sekolah hingga pemuda yang sudah bekerja.

Remaja Masjid Dinul Kholis ini memiliki berbagai kegiatan atau program pada setiap tahunnya. Sekiranya pada tahun ini terdapat 6 program kerja yang terdiri dari kegiatan pelatihan, sharing dan hiburan. Setiap program yang disusun merupakan hasil kesepakatan musyawarah dan menyesuaikan kebutuhan remaja saat ini. program kerja yang dibuat juga ditujukan untuk melatih kemandirian, kecakapan dan persiapan untuk menghadapi dunia setelah menikah. Pengurus sempat menyatakan jika sudah 2 program kerja berjalan ditahun ini, dan beberapa harus terbengkalai akibat adanya pandemi. Seperti program rekreasi dan pelatihan kewirausahaan. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya pembatasan dimasa pandemi.

Selain banyak kegiatan umum, remaja masjid disini juga memiliki jadwal pengajian rutin setiap hari selasa dan kamis pukul 19.30 hingga 20.30. Pengajian ini diisi dengan materi al-quran dan juga al-hadits. Terkadang sesekali dari para pengurus umum juga memberikan petuah atau nasehat kepada para remaja mengenai berbagai hal terutama masalah pergaulan dan penjagaan diri di masa remaja ini. Karena bagi seorang remaja masjid yang memiliki jiwa dan semangat yang luar biasa, selain membutuhkan pengalaman dan juga wadah untuk kreativitasnya, mereka juga membutuhkan bimbingan dan dorongan rohani, agar mampu tumbuh menjadi generasi yang cerdas dan berakhlakul karimah.

Gambar 4. 3  
Kegiatan Pengajian Remaja Masjid Dinul Kholis



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Kegiatan masjid ini termasuk padat, selain adanya program kerja yang bisa berbeda-beda setiap tahunnya, kemudian kegiatan pengajian rutin dan ada juga kegiatan yang memang secara rutin dilaksanakan setiap tahunnya. Salah satunya yaitu kegiatan rutinan setiap idul fitri dan idul adha atau peringatan hari besar dan kegiatan diakhir tahun. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan kegiatan keakraban yang dilaksanakan dengan tujuan kebersamaan dan menjaga silaturahmi antar remaja

masjid, karena diisi dengan kegiatan non formal sehingga mampu memberi ruang bagi remaja masjid untuk saling bersenda gurau dan menjalin kedekatan. Hal ini yang kemudian menjadikan remaja masjid setempat menjadi bersaudara karena kedekatan yang terjalin.

### 3. Kepengurusan Umum

Jika sebelumnya telah dijelaskan terkait jenjang kegiatan bagi usia anak-anak hingga dewasa, kini adalah jenjang inti yang merupakan cakupan dari keseluruhan jamaah. Dimana seluruh kegiatan yang dilakukan dimasjid harus diketahui dan disetujui oleh para pengurus umum ini. Selain itu pengurus umum ini juga menyusun kegiatan termasuk mengelola dana yang keluar masuk dimasjid ini.

Secara umum para ibu-ibu dan bapak-bapak jamaah masjid disini termasuk dalam peramutan oleh kepengurusan umum dimana kegiatan yang dilakukan merupakan hasil dari musyawarah pengurus umum. Ibu-ibu dan bapak-bapak memiliki jadwal kegiatan pengajian umum rutin pada hari senin dan rabu kemudian pada hari jumat dikhususkan hanya untuk ibu-ibu saja. Pengajian dimulai pada pukul 19.00 hingga 21.00. namun karena pembatasan kegiatan, saat ini pengajian umum dilaksanakan beberapakali pada hari minggu pagi.

Gambar 4. 4  
Pengajian Umum



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Tidak hanya pengajian rutin, bapak-bapak juga memiliki kegiatan khusus seperti gotong royong ataupun musyawarah rutin. Kemudian bagi ibu-ibu juga terdapat kegiatan pelatihan, menjenguk anggota jamaah yang sedang sakit atau kesusahan dan juga arisan yang dilaksanakan pada waktu-waktu tertentu. Setiap dilaksanakannya kegiatan TPQ ataupun remaja, ibu-ibu dan bapak-bapak juga diikut sertakan, baik dalam persetujuan, pendanaan hingga partisipasinya untuk mengikuti jalannya acara. Hal ini dilakukan agar para



orang tua dapat memantau dan mendukung penuh kegiatan yang dilaksanakan oleh masjid.

Gambar 4. 5

Kegiatan Pengajian Khusus Ibu-Ibu Masjid Dinul Kholis

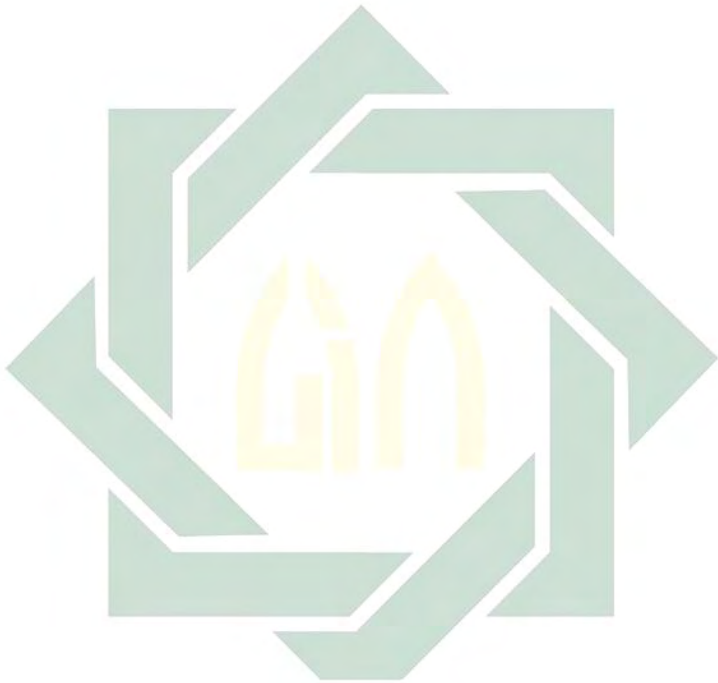


*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Ibu-ibu jamaah setempat juga memiliki jadwal pengajian rutin khusus ibu-ibu dan remaja masjid putri. Kegiatan tersebut dibuat khusus untuk menyampaikan terkait dengan kebutuhan wanita. Tujuan adanya pengajian khusus wanita ini adalah agar jamaah wanita dapat memahami ilmu terkait dengan kewanitaan secara lebih maksimal dan juga memberi peluang untuk ibu-ibu berkarya, karena selain pengajian ibu-ibu biasa membuat



kegiatan masak-masak atau pengembangan lainnya terkait dengan keahlian wanita.



## BAB V TEMUAN ASET

### A. Pentagonal Aset

#### 1. Aset Fisik

Secara umum aset fisik yang dimiliki oleh Masjid Dinul Kholis diantaranya adalah beberapa bangunan yang merupakan milik masjid, seperti bangunan masjid, bangunan TPQ, dapur, serta bangunan beberapa kamar yang digunakan untuk tempat tinggal pengurus yang belum memiliki rumah. Bangunan Masjid Dinul Kholis berkapasitas sekitar 150- 200 orang saja, masjidnya memang tidak terlalu besar. Selain itu karena proses pembangunan yang masih terhambat, sehingga beberapa fasilitas belum dapat digunakan secara maksimal.

Masjid ini juga dilengkapi dengan halaman yang biasa digunakan untuk parkir kendaraan bermotor juga untuk olah raga ringan bagi para jamaah setempat. Luas tanah yang dimiliki masjid ini adalah sekitar 325m<sup>2</sup>. Yang digunakan untuk masjid, TPQ, halaman parkir dan bangunan kost milik masjid.

Gambar 5. 1  
Bangunan Masjid Dinul Kholis



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Bangunan masjid Dinul Kholis memang tidak nampak besar, selain itu pembangunan lantai dua juga belum selesai, karena dibangun secara bergantian dan lebih mengutamakan yang dibutuhkan. Oleh sebab itu saat memiliki dana pembangunan dialokasikan bukan untuk renovasi masjid melainkan untuk pembangunan TPQ dan tempat tinggal bagi jamaah yang meramut masjid yang belum memiliki rumah.

Gambar 5. 2

Bangunan Tempat Tinggal Bagi Jamaah Yang Meramut Masjid



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Diatas merupakan gambar salah satu bangunan yang sengaja dibuat oleh masjid untuk ditempati pengurus yang bertugas meramut masjid dan belum memiliki tempat tinggal. Dan dibawah ini merupakan gambar TPQ yang dimiliki oleh masjid ini.

Gambar 5. 3  
Bangunan TPQ Dinul Kholis



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Selain aset bangunan masjid ini juga memiliki kendaraan bermotor yang bisa digunakan oleh anggota atau jamaah masjid setempat jika membutuhkan. Dalam penggunaannya pun tidak ada biaya sewa, hanya saja para jamaah biasa mengisi bahan bakar kendaraan tersebut secara bergantian setelah menggunakannya.

Gambar 5. 4  
Kendaraan Bermotor Masjid Dinul Kholis



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Selain digunakan oleh para jamaah sekitar masjid, kendaraan bermotor tersebut biasa digunakan untuk menjemput santri TPQ yang orang tuanya tidak bisa untuk mengantar. Saat harus menghadiri undangan kegiatan dari masjid lain, remaja masjid setempat juga biasa menggunakannya.

Selain aset bangunan dan kendaraan, Masjid Dinul Kholis saat ini juga dilengkapi dengan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi, dimana karena adanya pandemi kini mulai dilakukan uji coba pengajian online. Alhasil masjid harus menyediakan beberapa peralatan seperti LCD, proyektor, laptop, kamera dan jaringan internet. Untuk saat ini pengadaan barang masih sampai pada pembelian LCD, proyektor, dan kamera, sedangkan untuk laptop dan jaringan internet didapat dari pinjaman dan sumbangan jamaah setempat. Karena seperti yang diketahui kegiatan keagamaan ini merupakan ladang amal bagi jamaah, sehingga mendorong jamaah sama berbondong-bondong untuk saling memenuhi kebutuhan masjid.

## **2. Aset *Financial***

Aset *financial* atau aset keuangan yang dimiliki Masjid Dinul Kholis semua terpusat dari jamaah. Dimana

perputaran uang yang terjadi merupakan uang hasil dari shodaqoh dari para jamaahnya. Secara keseluruhan uang shodaqoh didapat saat pengajian berlangsung secara suka rela dan ikhlas tanpa membatasi jumlah. Uang shodaqoh dikelola untuk keperluan masjid seperti perawatan dan pengembangan juga kegiatan-kegiatan kegamaan maupun sosial. Uang shodaqoh yang masuk akan didata oleh bendahara umum menjadi uang kas masjid. Dari uang yang terkumpul setiap pengajian, masjid ini memiliki tabungan yang setiap bulannya dikelola baik untuk kegiatan kegamaan dan juga pengembangan masjid. Karena uang terus berputar yaitu masuk dan keluar lagi untuk kegiatan membuat jumlah kas masjid pun tidak berkembang terlalu banyak, karena selalu digunakan untuk masjid.

Selain dari shodaqoh jamaah, Masjid Dinul Kholis memiliki pemasukan dari bangunan yang saat ini ditinggali oleh beberapa jamaah. Setidaknya terdapat tiga bangunan kamar, yang dikost oleh jamaah yang belum memiliki tempat tinggal. Biaya untuk kost sendiri sejumlah 200.000 ribu rupiah. Uang tersebut dibayarkan setiap bulan kepada bendahara masjid untuk kemudian digunakan sebagai uang pengembangan masjid. Karena kost tersebut merupakan salah satu aset bangunan yang dapat menghasilkan nilai secara financial.

Kemudian ada juga arisan ibu-ibu yang dilakukan setiap minggu. Kegiatan ini ditujukan untuk meringankan dan membantu ibu-ibu jamaah setempat agar mampu mengelola keuangan yang dimiliki. Hasil dari arisan adalah sebuah voucher yang bisa digunakan untuk belanja sembako di toko khusus yang juga dikelola oleh organisasi masjid. Sehingga akan terjadi proses simbiosis mutualisme karena saling menguntungkan satu sama lainnya.

Sedangkan untuk remaja masjid sendiri, selain shodaqoh mereka juga memiliki pengelolaan uang pribadi yang dikelola oleh pengurus khusus remaja masjid. Remaja



masjid memiliki kas yang rutin dibayarkan setiap satu bulan sekali, dimana jumlah dari pembayaran ditentukan dari status remaja masjid tersebut, untuk remaja masjid yang masih sekolah dibatasi sejumlah 2.000 rupiah dan untuk remaja masjid yang sudah bekerja dibatasi sejumlah 5.000 rupiah. Selain itu remaja masjid disini juga biasa mengumpulkan barang barokah atau barang yang sudah tidak terpakai untuk kemudian dijual kepada pengepul. Inisiatif ini direalisasikan karena adanya keluhan saat selesai pengajian banyak sampah botol juga gelas plastik yang menumpuk, sedangkan hampir setiap malam ada pengajian, alhasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat baik untuk lingkungan juga keuangan remaja masjid. Tidak hanya sampah yang memiliki nilai jual, namun juga barang-barang milik jamaah yang terkadang memenuhi rumah namun tidak bermanfaat seringkali dishodaqohkan kepada pengurus remaja masjid untuk kemudian dijual kepada tengkulak atau bank sampah yang ada di Desa Sruni. Dengan dua kegiatan keuangan tadi, remaja masjid memiliki uang untuk dimanfaatkan guna keperluan kemajuan dan pengembangan jamaah utamanya yang berusia remaja.

Seluruh pengelolaan uang dimasjid ini memberi dampak yang besar baik untuk kegiatan juga pembangunan. Biasanya jika kebutuhan keuangan membutuhkan nominal yang cukup besar maka jamaah yang diberikan oleh Allah rezeki berlebih secara otomatis akan memberi shodaqoh separuh atau bahkan menutup semua kebutuhan masjid secara mandiri. Hal ini tidak menutup kemungkinan untuk jamaah lainnya bershodaqoh, karena peluang dalam memenuhi kebutuhan tidak harus berupa uang namun juga barang seperti konsumsi.

Hampir seluruh kegiatan jamaah dikelola dan dipenuhi kebutuhannya oleh jamaah sendiri, baik dengan cara ditentukan nominalnya ataupun seikhlasnya. Selama ini hanya TPQ saja yang mendapat bantuan dari luar.



Bantuan dana tersebut didapatkan dari pemerintah yang disini adalah Kemenag setempat. Bantuan tersebut berupa uang insentif bagi para pengajar TPQ. Karena TPQ disini dalam proses belajar mengajarnya tidak dipungut biaya sedikitpun sehingga bantuan dari pemerintah ini dirasa sangat membantu untuk memberi semangat kepada para pengajar TPQ. Selain dari bantuan, pengajar mendapatkan ukhro dari shodaqoh jamaah masjid. Hal itulah yang membuat TPQ disini mampu untuk tidak memungut biaya dalam proses belajar mengajar.

### 3. Aset Manusia

Masjid Dinul Kholis merupakan salah satu masjid yang ada di Desa Sruni dengan jumlah jamaah yang cukup banyak. Terdapat 169 jamaah yang aktif di masjid ini, yang terdiri dari orang tua, remaja hingga anak-anak.

Dalam meramut jamaah, masjid ini memiliki struktur kepengurusan seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Semua pengurus menjalankan tugas sesuai dengan kewajiban dan tanggung jawabnya masing-masing. Pengurus masjid selalu mencoba menyusun program dan mengajak secara aktif para anggota atau jamaah untuk ikut dan berperan aktif dalam berbagai kegiatan. Maka tidak dapat dipungkiri kedekatan antara pengurus dan anggota terjaga dengan baik. Tidak ada batasan atau perbedaan, hanya status dan tanggung jawabnya saja yang berbeda.

Selain keikutsertaan jamaah masjid dalam segala bentuk kegiatan, jamaah masjid tetap memfungsikan masjid sebagai tempat ibadah sholat wajib lima waktu. Hal ini terbukti dari kehadiran jamaah disetiap sholat wajib, berikut merupakan data kehadiran sholat jamaah lima waktu:

Tabel 5. 1

Kehadiran Jamaah Sholat Wajib Di Masjid Dinul Kholis

No.	Jadwal Sholat	Kehadiran (% Dari Jumlah Jamaah)
1.	Sholat Subuh	20%

2.	Sholat Dhuhur	25%
3.	Sholat Asar	25%
4.	Sholat Maghrib	35%
5.	Sholat Isya	35%
6.	Sholat Jumat	25%

*Sumber: Dikelola dari hasil pengamatan pada bulan september-november 2020*

Kehadiran jamaah sholat tidak begitu banyak, karena adanya pandemi yang membuat beberapa jamaah menghindari kerumunan dan memilih sholat jamaah bersama keluarga mereka masing-masing. Selain itu karena letak rumah jamaah yang cukup jauh dengan lokasi masjid membuat kehadiran jamaah sholat wajib semakin sedikit. Namun jika dihari itu sedang dilaksanakan pengajian rutin di malam hari, maka jumlah peserta sholat isya bertambah, karena jamaah yang rumahnya jauh akan hadir dan mengikut sholat berjamaah.

Jamaah masjid selalu menginginkan Masjid Dinul Kholis ini difungsikan sesuai dengan fungsi masjid selama ini, selain untuk tempat beribadah, masjid juga difungsikan sebagai sarana pendidikan dan juga ekonomi. Hal ini pula yang dilaksanakan oleh para jamaah. Terdapat lembaga pendidikan untuk anak usia dini hingga remaja. Seperti yang diketahui jika jamaah masjid disini terdiri dari bermacam-macam usia mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua.

Anak-anak yang berusia sekitar 5-12 tahun, masuk dalam lembaga pendidikan Al-Quran. Di masjid ini terdapat sekitar 29 anak yang aktif mengikuti kegiatan di TPQ Dinul Kholis. Setiap hari kecuali hari minggu, anak-anak selalu belajar tata cara membaca Al-Quran dengan baik dan benar. Setiap hari 90% anak-anak hadir dalam kegiatan belajar, terutama dihari sabtu, dimana kegiatan diisi dengan bermain, bercerita, mewarnai dan menggambar. Tingkat kehadiran di hari sabtu bisa mencapai 100%, karena mereka sangat antusias untuk mengikuti kegiatan.

Setelah mereka lulus dari TPQ mereka memasuki tahap pengajian remaja. Pengajian tersebut diikuti sekitar 53 remaja yang aktif mengikuti pengajian rutin dan juga kegiatan pendukung lainnya. Hal ini dapat dibuktikan dari jumlah kehadiran, 80% dari jumlah remaja masjid selalu menghadiri kegiatan pengajian rutin. Kehadiran semakin meningkat saat diadakan kegiatan non formal seperti makan bersama, idul adha atau kegiatan keakraban lainnya maka kehadiran bisa mencapai 95%.

Gambar 5. 5

Foto Bersama Remaja Masjid Putri Setelah Kegiatan Keakraban



*Sumber: Dokumentasi pribadi peneliti*

Melihat semangat dan antusias dari pemuda di masjid ini, maka para orang tua juga tidak ingin kalah, mereka bisa dikatakan sangat antusias. Dari 87 jamaah hampir 80% diantaranya selalu aktif, hanya saja karena beberapa diantaranya merupakan mereka yang sudah berusia senja dan memiliki riwayat penyakit, sehingga mengharuskan mereka untuk absen atau hanya mengikuti minimal sebulan sekali kegiatan di masjid, karena secara fisik mereka sudah lemah. Namun patut diapresiasi jamaah masjid yang berusia senja sangat bersemangat untuk selalu meramaikan masjid,

apabila fisik mereka tidak mampu menghadiri masjid, maka mereka menyisihkan sebagian harta mereka untuk dimanfaatkan oleh masjid, baik untuk kegiatan saat itu atau kebutuhan lainnya. Buat mereka itu bukan paksaan melainkan salah satu bentuk semangat dan kepedulian atas kemakmuran masjid ini.

Dibalik kesemangatan seluruh jamaah terdapat jajaran kepengurusan yang senantiasa mengawal segala kegiatan agar dapat terlaksana dengan maksimal. Pengurus masjid setempat mengapresiasi semangat dari seluruh jamaah masjid, terutama para remaja masjidnya. karena selain aktivitas rutin pengajian remaja, para remaja setempat juga memiliki program kerja yang disusun disetiap tahunnya. Oleh sebab itu pengurus masjid juga ikut mengkontrol dan memberikan dukungan kuat atas setiap program yang dijalankan. Menariknya lagi saat remaja masjid memiliki kegiatan, baik saat pengajian atau kegiatan umum lainnya dari pengurus masjid, tidak hanya pengurus masjid yang ikut memberi bantuan dan kontrol atas keaktifan remaja masjid, namun juga para orang tua, sehingga pengurus remaja masjid setempat sangat terbantu karena selain adanya keaktifan dari remaja sendiri, dukungan secara finansial ataupun fisik juga ikut diberikan. Hal inilah yang kemudian memudahkan pengurus remaja masjid untuk menjalankan setiap program yang dimiliki. Karena semua aspek yang ada di dalamnya yaitu pengurus, peserta dan orang tua, saling mendukung sehingga membentuk suatu sistem yang tertata rapi.

Dalam kegiatan penelitian ini tidak hanya remaja masjid namun juga pengurus umum dan beberapa jamaah ikut andil didalamnya. pengurus umum dan beberapa jamaah lain mendukung dan memberi bantuan dalam jalannya penelitian. Kemudian untuk remaja masjid setempat yang merupakan subyek penelitian, secara khusus diajak untuk menemukaenali dan mengembangkan aset

potensi pribadi yang ada pada dirinya. Hal ini ditujukan untuk membangun kesadaran dalam diri remaja masjid yang dilakukan dengan menggunakan FGD.

Beberapa hal yang dapat ditemui dari dalam diri remaja masjid Dinul Kholis diantaranya adalah ilmu pengetahuan, semangat, kreatifitas, kemauan dan juga keahlian. Waktu luang yang mereka miliki di masa pandemi ini mendorong mereka untuk memiliki lebih banyak waktu digunakan untuk mengembangkan potensi dan juga aset dalam diri mereka. Temuan aset dari remaja masjid dapat diklasifikasikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. 2

## Temuan Aset Dan Potensi Remaja Masjid Dinul Kholis

<b>Aset</b>	<b>Nilai Ekonomi</b>	<b>Peran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Harapan</b>
Ilmu pengetahuan	Remaja masjid dinul kholis terdiri dari berbagai latar belakang keilmuan yang dapat dipadukan menjadi sistem perekonomian yang menguntungkan.	Remaja masjid dengan berbagai keilmuan yang bisa bekerja sesuai dengan keilmuan yang dimiliki seperti, Keilmuan dalam bidang tata boga, Keilmuan dalam bidang tata busana,	Melalui FGD dan juga sharing informasi bersama	Remaja masjid dapat mengaplikasikan keilmuan yang dimiliki dan juga mengasah keilmuannya agar lebih berkembang di kondisi pandemi yang memaksa mereka untuk tetap dirumah namun tetap dapat bermanfaat

		Keilmuan dalam bidang teknologi (pembuatan konten), dan juga pengalaman dalam bidang usaha		bagi diri dan juga komunitasnya.
Semangat	Remaja masjid memiliki kemauan untuk melakukan perubahan	Mendorong remaja masjid untuk tetap istiqomah dalam belajar dan mencoba hal baru	Menemukan aset yang terdapat dalam diri	Semangat yang menggebu dimasa muda tidak akan terbuang sia-sia karena diolah dan dimanfaatkan dengan baik
Waktu luang	memiliki waktu kosong yang dapat di kelola menjadi usaha	Waktu luang memberi mereka kesempatan untuk mencoba dan belajar banyak hal baru seperti belajar	Melakukan pertemuan setiap minggu	Waktu kosong mereka dapat dimanfaatkan dan memberi dampak baik bagi kemajuan setiap individu

		dan mencoba membuka usaha		
Kreativitas	Setiap remaja masjid akan memanfaatkan kreatifitasnya, pembuatan, pengemasan hingga pemasaran dengan sistem pemasaran yang sesuai dengan kondisi new normal saat ini	Menciptakan suatu sistem pemasaran baru yang dikelola secara bersama-sama	Melalui penyampaian pengalaman keberhasilan dari masing-masing individu	Kreativitas yang dimiliki remaja masjid tidak terpendam, namun bisa dimanfaatkan dan diaplikasikan secara langsung

*Sumber: dikelola dari hasil FGD bersama Remaja Masjid Dinul Kholis*

Tabel diatas menjelaskan jika aset yang ditemukan dalam diri individu remaja masjid ini adalah ilmu pengetahuan, semangat, waktu luang dan kreativitas. Melihat kondisi remaja masjid yang berlatar belakang keilmuan berbeda-beda, kemudian kondisi pandemi dan semangat juga ide-ide kreatifnya mampu mewujudkan kemandirian dengan menciptakan pengembangan kapasitas individu. Selain itu remaja masjid yang sudah dekat antar personal, dapat mewujudkan rasa kepercayaan antar satu sama lain. inilah kemudian yang dapat dijadikan terwujudnya tim yang saling mendukung satu sama lainnya.



#### 4. Aset Sosial

Dinul Kholis terbagi menjadi beberapa lembaga yang ada didalamnya, yaitu pengurus umum, remaja masjid dan TPQ. Ketiga intitusi tersebut menaungi jamaah sesuai dengan usianya. Pengurus umum merupakan inti dari Masjid Dinul Kholis, sedangkan remaja masjid merupakan naungan dibawahnya. Mereka ada bersama-sama saat masjid ini memiliki jamaah sesuai dengan usia tersebut, hal ini ada mulai saat masjid ini di aktif digunakan untuk kegiatan. Kemudian untuk TPQ, awal bedirinya masih sekedar mengajar biasa belum ada sertifikasi formal, namun mulai tahun 2013 TPQ ini sudah diresmikan dan berada dibawah naungan Yayasan Barokah Mulya Insani namun secara kepemilikan dan pengelolaan ikut pada Masjid Dinul Kholis.

Jamaah Masjid Dinul Kholis merupakan jamaah yang terdiri dari beberapa masyarakat dari beberapa desa di sekitar Desa Sruni. Meskipun terdiri dari jamaah dari beberapa desa namun kerukunan dan kekompakan dalam anggota jamaah masjid dapat diwujudkan dengan maksimal. Jamaah masjid terbagi dari beberapa desa diantaranya adalah Desa Sruni, Desa Punggul, Desa Gemurung dan Desa Tebel. Jamaah yang berada di Desa Sruni merupakan mereka yang tinggal disekitar bangunan masjid, mereka juga yang secara intens mengurus masjid.

Secara umum dalam Masjid Dinul Kholis para jamaah masjid selalu diajak untuk hidup rukun dan kompak dalam segala hal juga menjaga dan menghormati setiap orang. Hal ini diterapkan sedini mungkin oleh seluruh masyarakat sekitar masjid. Beberapa bulan yang lalu masjid Dinul Kholis baru saja melakukan proses pengembangan sarana dan prasarana masjid, yaitu pembaharuan paving halaman masjid. proses pembangunan dilakukan secara gotong royong, dimana bapak-bapak dan remaja laki-laki bertugas dalam proses pembangunan dan ibu-ibu juga remaja putri

diberi tugas untuk memberi konsumsi kepada yang bertugas.

Dalam menjalankan kegiatan keagamaan seperti saat rutinan pengajian, jamaah masjid secara otomatis memasuki masjid dengan berjabat tangan dan saling tegur sapa untuk menjalin ukhuwah yang baik. Namun karena sedang dalam masa pandemi pengurus masjid sementara waktu melarang untuk melakukan jabat tangan guna mengurangi kontak fisik untuk mencegah penularan dan mematuhi protokol kesehatan dari pemerintah. Kemudian saat proses pengajian berlangsung selalu ada konsumsi shodaqoh bergilir dari jamaah yang kemudian akan dibagikan secara merata saat pengajian berlangsung.

Setiap tahun saat menjalankan Idul Adha atau Hari Raya Qurban jamaah masjid juga saling gotong royong berbagi tugas, dimana bapak-bapak dan remaja masjid laki-laki bertugas untuk menyembelih, memotong daging, dan menimbang juga membagikan. Dan para ibu-ibu bertugas untuk memotong daging dalam ukuran yang lebih kecil untuk kemudian di masak sebagai hidangan saat proses penyembelihan usai. Sedangkan untuk remaja masjid putri mereka bertugas untuk menyiapkan dan membersihkan peralatan makan yang digunakan saat kegiatan. Proses penyembelihan terasa ringan karena dilakukan bersama-sama dengan cepat, rapi dan mudah. Hal ini menjadikan seluruh jamaah selalu aktif untuk mengikuti kegiatan karena seluruh kegiatan terstruktur dan saling membantu satu sama lainnya yang kemudian dapat mewujudkan masyarakat yang rukun dan kompak.

Tidak hanya dalam kegiatan Idul Adha, saat Idul Fitri pun jamaah masjid setempat terutama para remaja akan berbondong-bondong datang (*ujung-ujung*) kerumah seluruh jamaah secara bergantian. Kegiatan ini dilakukan selain untuk meramaikan idul fitri juga menjaga silaturahmi antar jamaah. Sedangkan untuk jamaah yang

baru berkeluarga biasanya *sowan* atau berkunjung dimalam hari kepada para sesepuh masjid atau mereka yang dianggap tua dimasjid tersebut. Kegiatan ini dapat mewujudkan kebahagiaan antar jamaah masjid.

Selama ini jamaah masjid mengaku sangat senang, selain karena seluruh jamaah masjid ramah dan rukun, jamaah juga merasa diberi kesempatan untuk selalu berbuat amal sholeh, baik dalam bentuk perbuatan ataupun shodaqoh. Jamaah yang dijatah untuk bershodaqoh baik untuk konsumsi ataupun hal penting lainnya merasa diperhatikan dan diperdulikan, mereka dapat menerapkan ilmu yang disampaikan saat pengajian secara langsung.

Dalam hal ini, walaupun kondisi terbatas jarak tidak membuat jamaah masjid tidak peduli satu sama lain, namun mereka tetap menjaga komunikasi mereka yaitu melalui banyaknya kegiatan yang dilaksanakan oleh masjid juga kegiatan diluar kegiatan masjid. Hal tersebut terjadi karena kedekatan hati dan rasa memiliki satu sama lain yang dimiliki oleh jamaah. Dan apabila terdapat kabar ada salah satu jamaah masjid yang mengalami sakit atau ditimpa musibah lainnya ataupun memiliki hajat apapun, seketika jamaah masjid akan berbondong-bondong mendatangi jamaah masjid tersebut guna membantu meringankan beban atau ikut berpartisipasi dalam berbagai keperluan.

Tidak hanya dalam kegiatan yang secara umum diikuti oleh seluruh jamaah masjid, remaja masjid secara khusus juga memiliki kegiatan yang juga aktif diikuti remaja masjid setempat. Tahun ini remaja masjid setempat memiliki 6 program kerja diantaranya adalah pelatihan merawat bayi, pelatihan kewirausahaan, rekreasi, jalan sehat (olahraga), sharing menjadi muslimah yang baik dan bikin konten bersama. Program tersebut disusun guna memberi kegiatan bersama dan menampung setiap aspirasi yang diinginkan oleh remaja masjid. Hal ini yang kemudian

menjaga rasa hormat dan gotong royong karena adanya tanggung jawab satu sama lainnya untuk berperan aktif.

## **B. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)**

Pemetaan inividu merupakan suatu cara untuk mengajak para pengurus utamanya para remaja masjid mengetahui dan menemukenali aset yang mereka miliki. Diantaranya adalah aset kemampuan dalam diri mereka yang kemudian dapat diolah menjadi suatu sistem jual beli yang menarik.

Memetakan aset individu dapat dilakukan dengan *sharing* bersama saat peneliti bertemu usai kegiatan masjid dilaksanakan. Remaja setempat biasa saling bertukar pikiran dan berkeluh kesah setelah pengajian berakhir. Seperti biasa jika mereka yang sudah berpengalaman untuk bekerja mengeluhkan sulitnya bekerja di kondisi pandemi saat ini. Kemudian para remaja yang masih sekolah saling mengeluhkan rasa jenuh akibat sistem pembelajaran online. Saat itu pengurus masjid sempat memberi masukan untuk membuat kegiatan non formal guna membangun semangat untuk kembali menikmati aktifitas saat ini, namun kini keluh kesah mereka berubah mengenai keuangan yang semakin sulit memaksa mereka harus memutar otak dan banyak berpuasa.

Jika kita membaca situasi saat ini kesulitan perekonomian, rasa jenuh dan juga sulitnya mendapatkan lapangan pekerjaan memaksa remaja untuk semakin kreatif dan inovatif agar mampu bertahan hidup dimasa pandemi. Kemudian peneliti mencoba menyatukan setiap aset dan potensi yang dimiliki remaja masjid dibalik keluh kesah yang disampaikan. Berikut merupakan temuan aset dan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid yang menjadi peluang dalam mengembangkan kapasitas.

Tabel 5. 3  
Aset Dan Potensi Remaja Masjid Dinul Kholis

<b>No.</b>	<b>Nama Remaja Masjid</b>	<b>Aktivitas</b>	<b>Keterampilan/ Kemampuan Yang Dimiliki</b>
1.	Bianca Bella Dina	Mahasiswa Semester 3 Fak. Psikologi, Pemilik Akun Olshop @biebelstore.id dan Tim dari Akun Olshop @kaos.kata_co dan @penghobikopi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengalaman memiliki dan mengelola online shop</li> <li>- Memiliki cara berkomunikasi yang baik (seller asyik)</li> <li>- Kemampuan mengelola online shop melalui media sosial (Instagram, Whatsaap, Facebook)</li> </ul>
2.	Ade Saputri	Mahasiswa program pendidikan profesi Ners semester 1, pemilik olshop masker, kaos kaki dan makanan ringan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengalaman memiliki dan mengelola online shop</li> <li>- Pengalaman menjadi reseller</li> <li>- Kemampuan mengelola sosial media (Whatsaap)</li> </ul>
3.	Maharani Silfia Nurillah	Mahasiswa semester 1 Fak. Sastra	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan dalam berkomunikasi (menawarkan dan mempromosikan produk)</li> </ul>

4.	Aghni Afiyah	Pelajar Jurusan RPL Kelas 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto dan video</li> <li>- Membuat desain</li> <li>- Pengalaman menjadi reseller</li> </ul>
5.	Rizqillah Miftah	Pelajar Jurusan Tata Busana Kelas 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengalaman menjadi reseller</li> <li>- Kemampuan menjahit</li> <li>- Kemampuan mengelola sosial media (Whatsaap)</li> </ul>
6.	Nury Armainia	Modiste, Alumni Tata Busana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan menjahit</li> <li>- Keahlian dalam proses produksi</li> <li>- Kemampuan mengelola sosial media (Whatsaap)</li> </ul>
7.	Faiza Sabila Rusda	Pelajar Jurusan Multimedia Kelas 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto dan video</li> <li>- Membuat desain</li> <li>- Pengalaman menjadi reseller</li> <li>- Mengaplikasikan sosial media (Facebook, whatsapp)</li> </ul>
8.	Sofia Karisma Wati	Guru mengaji Alumni Multimedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto dan video</li> </ul>
9.	Sabila Khoirun Nisa	Fresh Graduate Jurusan Perhotelan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan dalam berkomunikasi (menawarkan dan</li> </ul>

			<p>mempromosikan produk)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengalaman menjadi reseller</li> <li>- Kemampuan mengelola sosial media (Whatsaap)</li> </ul>
10.	Aulia Lisabila Rosyada	Pelajar SMP kelas 2, pemilik olshop sinom seger dan s'coklat_asyik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan dalam pemasaran produk milik sendiri</li> <li>- Pengalaman menjadi reseller</li> <li>- Kemampuan dalam berkomunikasi (menawarkan dan mempromosikan produk)</li> <li>- Kemampuan mengelola sosial media (Whatsaap)</li> </ul>
11.	Sasi Kirani Z	Pelajar SMP kelas 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan dalam pengaplikasian sosial media (Whatsaap)</li> </ul>
12.	Syifa'a Malika	Pelajar SMP kelas 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan dalam pengaplikasian sosial media (whatsaap)</li> </ul>

*Sumber: dikelola dari hasil FGD bersama Remaja Masjid Dinul Kholis*



Setiap remaja masjid memiliki keahlian juga ilmu pengetahuan masing-masing sesuai dengan latar belakang pendidikan yang dianut dan juga pengalaman yang dimiliki. mulai dari keahlian dalam bidang teknologi hingga keterampilan dalam bidang usaha. Maka dari bermacam-macam keahlian juga keterampilan yang dimiliki dapat dikelola menjadi suatu sistem yang saling melengkapi satu sama lainnya.

Berdasarkan pemetaan aset yang dimiliki individu remaja masjid Dinul Kholis dapat disusun pembagian tim sesuai dengan latarbelakang keilmuan yang dimiliki. berikut adalah tabel pembagian tugas dalam kegiatan pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal* marketing:

Tabel 5. 4  
Pembagian Tugas Berdasarkan Aset Dan Potensi Individu

No.	Kategori	Jumlah
1.	Sosial Media	4
2.	Menjahit	2
3.	Manajemen	1
4.	Editing	3
5.	Marketing	2

Sumber: dikelola dari hasil FGD bersama remaja Masjid Dinul Kholis

Tabel diatas menunjukan beberapa kategori pembagian tim sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh remaja masjid. Terdapat 5 kategori, yang pertama sosial media yaitu adalah mereka yang biasa mengelola sosial media dengan rapi dan menarik. Kemudian menjahit adalah mereka yang memiliki pengalaman dalam bidang tata busana. Karena produk pertama yang akan dipasarkan adalah barang tekstil sejenis pakaian dan jilbab, maka dibutuhkan penjahit dan karena remaja masjid sendiri ada yang bisa, maka keahliannya hanya butuh untuk diasa dan dikembangkan. Kemudian manajemen adalah mereka yang

nantinya akan mengatur keuangan yang terjadi selama proses pemberdayaan dilaksanakan. Editing adalah mereka yang membuat konten dalam pemasaran. Remaja masjid yang berlatar belakang pendidikan multimedia atau sejenisnya adalah mereka yang terlibat dalam bidang ini. terakhir adalah marketing ini adalah yang utama adalah yang memberikan materi juga membagi pengalaman dalam bidang pemasaran, khususnya dibidang marketing online.



## BAB VI

### DINAMIKA PROSES PENGORGANISASIAN

#### A. Mengawali Proses Pendekatan (Inkulturas)

Proses pendekatan merupakan sesuatu hal yang penting untuk dilakukan sebelum melakukan penelitian. Karena peneliti merupakan salah satu jamaah masjid tersebut yang kurang lebih sudah bergabung selama 11 tahun lamanya, maka pada proses pendekatan atau inkulturasi bukanlah sesuatu hal yang sulit dan tidak membutuhkan waktu lama. Hal tersebut yang kemudian memberi kemudahan pada awal penelitian. Dimana berawal dari cerita-cerita singkat dan juga keluh kesah dari beberapa jamaah dapat menjadi informasi penting yang kemudian ditindak lanjuti dengan penelitian secara resmi.

Gambar 6. 1  
Wawancara Dengan Jamaah



*Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti*

Pada awal proses penyusunan penelitian ini, peneliti banyak menampung masukan dan juga kisah-kisah yang kemudian mulai didiskusikan dengan pengurus setempat. Setelah mendapatkan dukungan peneliti segera mengurus surat perizinan guna menjaga legalitas penelitian yang akan dilakukan. Mengurus surat perizinan merupakan suatu hal yang perlu dilakukan meskipun melakukan penelitian ditempat yang tidak asing bagi peneliti karena melalui surat ini penyampaian tujuan akan tersampaikan dengan baik dan mendapat dukungan penuh, jika orang jawa katakan

*“unggah-ungguh”* atau sudah menjadi sopan santun untuk selalu meminta izin sebelum melakukan suatu hal.

Perizinan dilakukan dengan menyampaikan maksud dan tujuan kepada para pengurus Masjid Dinul Kholis. Dengan mengikuti musyawarah bulanan di Masjid, peneliti menyampaikan maksud dan tujuan yang kemudian disambut pengurus dengan beberapa informasi dan juga masukkan untuk menindaklanjuti proses penelitian. Pengurus masjid mengapresiasi semangat dan mendukung penuh atas dilaksanakannya kegiatan penelitian yang akan dilakukan.

Gambar 6. 2  
Penyampaian Maksud Dan Tujuan



*Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti*

Selain menyampaikan perizinan kepada pengurus masjid, peneliti juga melakukan pendekatan kepada beberapa jamaah masjid yang berpengaruh dan yang ikut serta dalam proses penelitian. Informasi yang didapatkan dari hasil pendekatan menggunakan kegiatan wawancara secara mendalam dapat digunakan untuk mempermudah proses penelitian, penyampaian maksud dan juga menjalin kerjasama dengan jamaah masjid setempat. Karena saat semakin banyak jamaah yang mengetahui akan adanya kegiatan ini maka akan semakin banyak dukungan dan partisipasi dari jamaah.

## **B. Melakukan *Appreciative Inquiry***

### **1. *Discovery* (Menemukan)**

Pada tahap ini peneliti mencoba menemukan aset dan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid. Proses *discovery* dilakukan saat peneliti telah membangun kedekatan dengan remaja masjid setempat. Kedekatan dan penemuan aset dapat dilakukan dengan FGD dan juga wawancara mendalam terhadap beberapa remaja masjid. Pendekatan dilakukan tidak hanya sekali dua kali namun hingga beberapa kali pertemuan. Ini bertujuan untuk membangun kesamaan tujuan dan harapan dengan remaja masjid setempat. Pendekatan dilakukan salah satunya dengan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh masjid, seperti pengajian rutin dan juga kegiatan diluar pengajian seperti kegiatan keakraban (santai bersama) oleh remaja masjid.

Gambar 6. 3  
Proses Pendekatan Peneliti Dengan Remaja Masjid



*Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti*

Karena adanya pandemi maka kegiatan masjid banyak dibatasi, baik dalam jumlah peserta, lama kegiatan, juga jenis kegiatannya. Pengurangan kegiatan ini bertujuan untuk mematuhi protokol kesehatan dan juga meminimalisir penularan Covid-19. Sehingga saat pengajian ataupun kegiatan umum lainnya diikuti oleh peserta terbatas dan dalam waktu yang singkat. Pengurus masjid menuturkan jika dalam kondisi pandemi ini kegiatan keagamaan juga kegiatan umum lainnya dirasa tetap perlu untuk dilaksanakan guna memperkuat keimanan jamaah dan juga memberi dukungan dalam menghadapi pandemi ini. Itulah sebabnya kegiatan tetap diselenggarakan meskipun dengan terbatas dan mematuhi protokol kesehatan.

Remaja Masjid Dinul Kholis memiliki beberapa program kerja setiap tahunnya yang berbeda-beda sesuai dengan hasil musyawarah bersama. Pada tahun ini setidaknya terdapat sekitar 6 program kerja remaja masjid yaitu olah raga bersama, *sharing* cara merawat bayi, *sharing* menjadi muslimah yang baik dan benar, rekreasi, bikin konten dan pelatihan kewirausahaan. Beberapa program kerja sudah terlaksana, namun beberapa masih



terhambat karena adanya pandemi. Pengurus masjid menyangkan program-program yang belum terlaksana. Mereka berharap program tersebut dapat terlaksana untuk mengisi waktu luang dimasa pandemi. Pelatihan kewirausahaan yang digadang-gadang untuk dapat memberi pemasukan pada remaja masjid masih terus dicari jalan tengahnya agar dapat terlaksana. Saat penyusunan program pengurus masjid menyusun rencana program kewirausahaan dengan praktek jualan secara langsung yang bertujuan untuk membangun kemandirian dan rasa percaya diri dalam diri remaja masjid, namun dimasa pandemi ini banyak kekhawatiran jika harus mempraktekan program sesuai dengan rencana awal.

Peneliti menemukan adanya remaja masjid yang cukup berpengalaman dalam bidang penjualan online. Pasar online saat ini lebih banyak diminati dari pada pasar offline terutama pada kondisi pandemi saat ini. masyarakat membatasi dirinya untuk bertemu dan bertransaksi secara langsung dengan penjual. Kini masyarakat cukup mempercayai produk yang dijual online terutama dengan tawaran harga yang seringkali jauh dari harga pasar offline. Seperti yang dikatakan oleh Bella salah satu remaja masjid yang juga merupakan penjual online *“sekarang yang penting itu kita bisa desain produk dengan menarik, mengemas produk dengan lebih rapi dan membuat permainan harga”*. Hal ini menunjukkan jika dalam pelaksanaan pasar online yang kini menjamur dan kian diminati, membutuhkan strategi dan pola untuk dapat terjun didalamnya. selama ini remaja masjid belum pernah mendapatkan pengalaman berjualan online, karena selain tidak memiliki produk mereka saat ini masih terbatas hanya sebagai konsumen saja.

Bisnis online merupakan suatu usaha yang dapat dilakukan oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun. Terutama saat ini banyak aplikasi dan sosial media yang



memang didesain untuk para pelaku bisnis. Sehingga memudahkan konsumen dan produsen untuk saling berkomunikasi. Dengan setiap kemudahan dan kecanggihan yang ditawarkan pasar online kini semakin diminati, bahkan toko-toko offline saat ini juga dilengkapi dengan fitur penjualan online. Banyak remaja yang mulai menggeluti usaha online atau bisnis online, selain mereka yang melek akan teknologi mereka juga menyadari akan manfaat dari adanya kecanggihan teknologi yang kini harus dimaksimalkan sebagai pemakai yang cerdas, tidak hanya untuk bersaing kecanggihan tapi juga bagaimana manfaat yang bisa dihasilkan.

## 2. *Dream (Impian)*

Tahap selanjutnya setelah peneliti melakukan *discovery* adalah menyusun *dream* yaitu mimpi dan juga harapan yang *diinginkan* oleh remaja masjid. Peneliti mulai mengajak untuk memahami harapan dan keinginan selama ini, mulai dari pengalaman sukses dimasa lalu hingga harapan untuk kedepan.

Peneliti yang juga merupakan salah satu jamaah masjid setempat memulai dengan kisah mandiri remaja masjid dalam kurun waktu 3-5 tahun yang lalu. Kala itu jika remaja masjid hendak melaksanakan salah satu program kegiatan keakraban mereka mampu memenuhi kebutuhan untuk acara tersebut tanpa berpangku tangan pada pengurus umum. Dimana dapat ditemui para remaja masjid yang saling terikat, saling memberikan dorongan dan selalu bekerja sama dalam kebaikan. Jika salah satu membutuhkan maka yang lainnya akan siap membantu dengan berbagai macam cara. Seperti saat kegiatan rutinan Idul Adha, jika biasanya masak memasak butuh suntikan dana dari pengurus umum, kala itu pengurus remaja masjid lebih mendorong anggotanya untuk bekerja sama. Mereka membuat daftar kebutuhan dan kemudian dibagi secara merata kepada seluruh anggota remaja masjid untuk

membantu dalam pemenuhan semua kebutuhan tersebut. Hal ini menunjukkan jika saat itu mereka sukses untuk bekerja sama, bergotong royong dan mandiri. *“pengen mbak kayak dulu gitu, kita punya program, kita jalankan sendiri, jadi ga minta-minta uang sama pengurus, klo punya acara itu ga sungkan, soalnya kita bisa mandiri”* kata Bella salah satu remaja masjid setempat saat sedang bercerita usai kegiatan pengajian. Bella yang juga merupakan anggota remaja masjid generasi lama turut menyampaikan jika kerja sama kini mulai pudar, karena remaja masjid lebih disibukan dengan urusan masing-masing, *“wes jarang ngumpul, jarang onok kegiatan. Arek-arek dadi ga niat dan ga ketoto”* (Sudah jarang berkumpul, tidak ada kegiatan, anak-anak jadi tidak memiliki niat dan tidak tertata).<sup>40</sup>

Hal ini memancing peneliti untuk menarik aspirasi dari remaja masjid, mengenai hal-hal apa saja yang mereka inginkan dari adanya remaja masjid ini, terutama bagi remaja masjid putri. Sebagian remaja masjid kemudian menyampaikan beberapa keluhan mengenai hiburan dan juga keinginan untuk menambah pemasukan, terutama untuk membeli kuota, karena berbagai kegiatan mereka sekarang dilakukan secara daring. Hal ini ditekankan oleh jamaah yang sudah berusia 18 keatas karena mereka merasakan secara langsung perubahan gaya hidup dimasa kini. Selain itu peneliti juga melihat jika akhir-akhir ini banyak jamaah yang sering memposting produk-produk yang ditawarkan lewat sosial media terutama whatsapp. Beberapa diantaranya adalah Iza, Ila, Putri, Nisa, dan Afi. Saat ditanya bagaimana penjualan mereka dan dari mana mereka mendapatkan produknya, ditemukan dua kondisi yang berbeda. Pertama

---

<sup>40</sup> Bella, Remaja Masjid Dinul Kholis, 4 Agustus 2020 di Teras Masjid Dinul Kholis

dari Putri “*Alhamdulillah mbak, lumayan posting-posting satu dua ada yang nyantol*”(Alhamdulillah mbak, setelah posting satu dua ada yang tertarik untuk membeli). Ini menunjukkan jika ada hasil yang didapat dari kegiatan penawaran produk melalui sosial media. Kondisi kedua yaitu penjualannya tanpa kelanjutan hanya berhenti pada posting atau menawarkan produk tanpa hasil apapun. Hal ini yang dirasakan oleh Nisa, Ila, Iza dan Afi. Saat ditanya mereka kerap menjawab “*iseng ae mbak, ngewangi koncoku*” (Coba-coba aja mbak, membantu teman). Karena belum memiliki *chanel* untuk berjualan, baik dalam bentuk produknya dan juga sistem pemasarannya maka penjualan mereka hanya diawali dengan coba-coba saja. Hal ini dilakukan oleh beberapa remaja masjid karena ingin menambah uang saku mereka, terutama dikondisi pandemi saat ini. Nisa mengatakan “*ya pengen se mbak oleh duit, lumayan iso gawe tambahan, tapi yaopo coba carane?opo sing tak dol?*”( Iya ingin mbak dapat uang, bisa untuk tambahan, tapi bagaimana caranya? Apa yang bisa saya jual?). Disini Nisa yang kini sudah lulus dari masa SMA merasa ingin menambah pemasukan dan juga pengalaman, karena sudah merasa malu jika harus berpangku tangan kepada orang tua, dia berharap minimal bisa menambah uang sakunya sendiri.

Setelah mendapatkan cerita, pengalaman dan keluh kesah selanjutnya mimpi dan harapan mulai disusun. Dimana mereka yang ingin mandiri, ingin meningkatkan kemampuan yang dimiliki, dan mampu memanfaatkan teknologi bisa dikelola menjadi suatu sistem. Setiap keinginan dan mimpi yang ingin dicapai berakhir pada kemandirian atau peningkatan secara financial, baik dalam organisasi dan juga secara individu. Melalui kegiatan rutinan remaja masjid mampu menjaga komunikasi dan hubungan antar satu sama lain, sehingga jika mereka mampu mandiri jika akan melaksanakan kegiatan apapun,

baik melalui kerjasama ataupun dukungan financial mandiri. Kemudian beberapa remaja yang kini mulai tertarik dibidang kewirausahaan, mereka belum memiliki wadah, mereka masih bingung sehingga harapan untuk mandiri dalam berwirausaha belum dapat terlaksana. Seperti yang diketahui jika kelas-kelas jualan, terutama jualan online membutuhkan biaya dan untuk sementara ini mereka belum mampu untuk mengikuti kelas jualan online tersebut. Karena memang berjualan secara online itu membutuhkan ilmu khusus untuk menarik konsumen membeli produk yang dijual, selain itu remaja masjid setempat saat ini juga masih bingung mengenai pemilihan produk yang bisa mereka tawarkan dan bagaimana sistemnya.

### **3. *Design (Merancang)***

Tahap ini peneliti dan juga masyarakat yaitu remaja Masjid Dinul Kholis mulai menyusun langkah-langkah yang harus ditempuh untuk merealisasikan mimpi dan harapan melalui pengembangan dari temuan-temuan aset dan potensi yang dimiliki. Adanya mimpi dan harapan tidak akan terwujud jika tidak menyusun langkah-langkah kegiatan untuk mewujudkannya. Seperti yang diketahui beberapa aset baik secara fisik maupun non fisik seperti semangat, partisipasi dan juga keahlian yang dimiliki oleh remaja masjid akan dikembangkan sesuai dengan potensi yang dimiliki. Hal ini merupakan wujud pengembangan kapasitas remaja masjid melalui pemberdayaan.

Disini remaja masjid akan berdiskusi dan menyusun mengenai langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk mampu mewujudkan mimpi dan harapan. Dalam penyusunan kegiatan, remaja masjid dan pihak-pihak terkait ikut menyetujui dan juga memberi masukan akan rencana susunan program. Berikut merupakan langkah-langkah yang telah disusun guna mewujudkan setiap mimpi dan harapan:

- a) Menyusun tim sesuai dengan keahlian masing-masing remaja masjid. Struktur kepengurusan yang sudah jelas membuat kegiatan ini tidak membutuhkan pembentukan komunitas, sehingga langkah yang ditempuh cukup pada pembentukan tim saja. Pembentukan tim dirancang pada awal kegiatan karena sebelum masuk pada materi *new normal marketing* tim akan bersiap dengan setiap keahlian masing-masing. Selain itu pada rancangan strategi program yang pertama ini, remaja masjid bisa saling menyampaikan pendapat dan masukan kepada satu sama lain sebelum disampaikannya materi dan juga menyusun rencana program yang akan dilakukan.
- b) Rancangan strategi program selanjutnya yaitu pelatihan *new normal marketing*. Pada pelatihan ini para peserta adalah mereka remaja masjid yang berpartisipasi dari awal kegiatan dan juga sudah masuk dalam pembagian tim pada tahap sebelumnya. Pelatihan ini nantinya akan diisi dengan penyampaian materi dari salah satu anggota remaja masjid yang berpengalaman dalam bidang *marketing* online, sehingga saat pelatihan disampaikan nanti lebih pada *sharing* keilmuan dan juga pengalaman kepada anggota tim. Pelatihan ini tidak hanya berhenti pada penyampaian pengalaman dan materi saja, namun juga praktek bersama mengenai materi yang disampaikan. Pada tahap ini remaja masjid akan berlatih dan praktek secara langsung proses jual-beli online di masa *new normal* saat ini. Materi lebih ditekankan pada proses pemasaran online, sehingga produk yang dijual nantinya merupakan produk dari jamaah masjid setempat yang memiliki usaha menengah kebawah. Hal ini dilakukan selain untuk

mempermudah proses awal dan penyampaian materi lebih terstruktur juga akan membantu perekonomian jamaah terkait.

- c) Selanjutnya rancangan strategi program yang ketiga adalah menyusun kerja sama dengan pengurus masjid setempat untuk membantu memperluas pasar yang akan dituju. Dukungan dari pengurus masjid umum merupakan hal yang penting, selain mendapat kepercayaan, remaja masjid akan memperbanyak cakupan produk dan juga perluasan pasar dagang mereka. Sehingga akan saling menguntungkan dalam proses pemasaran, selain pengalaman akan bertambah, produk juga semakin lengkap dan saling menguntungkan seluruh pihak. Pengurus juga harus memberi dukungan untuk membantu remaja masjid semakin berkembang dan berkelanjutan, karena sudah mendapatkan legalitas.

#### **4. *Define* (Menentukan)**

Pada tahap ini kelompok pemimpin atau peneliti dengan pihak tertentu mulai menentukan topik positif, sebagai deskripsi awal mengenai perubahan yang diinginkan. Mulai ada penentuan awal mengenai topik yang bisa diangkat menjadi tema tertentu. Pada kajian ini topik yang akan dipilih adalah mengenai pengembangan kapasitas remaja masjid setempat sebagai aset yang dapat dikembangkan menjadi tema untuk melakukan pemberdayaan masyarakat.

Seperti yang diketahui berdasarkan temuan-temuan, mulai dari penemuan aset secara fisik maupun non fisik yang terdapat dalam remaja masjid, kemudian peluang-peluang yang ada dimasa kini, pengembangan kapasitas dianggap mampu memberi inovasi baru dalam proses pemberdayaan. Remaja masjid yang memiliki keahlian



dan juga keterampilan dalam bidangnya kemudian mulai diorganisir dan dikelompokkan sesuai keahlian dan kebutuhan. Mengajak remaja masjid untuk menemukan aset dan juga kemampuan yang dimiliki, baik aset masjid juga aset yang dimiliki oleh jamaah masjid.

FGD merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk saling menemukan aset dan juga potensi. Dimana dalam suatu forum bersama peneliti dan juga remaja masjid bisa membaca setiap aset yang dimiliki. saat sendiri bisa jadi proses pembacaan aset akan menjadi satu arah saja, juga belum tentu dapat membaca secara mendalam, namun jika dilakukan bersama maka setiap orang akan menjelaskan sesuai perspektif mereka masing-masing, sehingga mampu memberi banyak peluang untuk memahami aset.

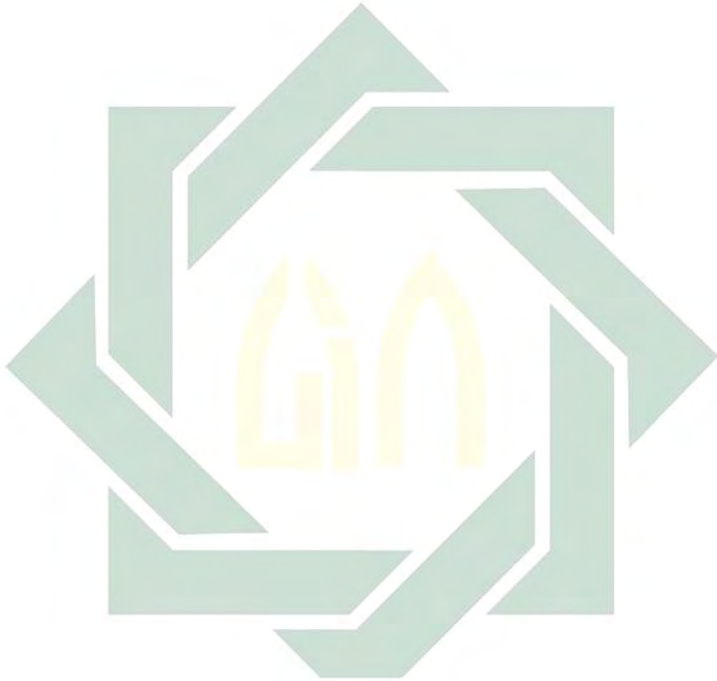
Maka pada tahap ini peneliti dan tim sepakat untuk membuat kegiatan yang bertema pada kewirausahaan, yaitu pelatihan *new normal marketing*. Susunan kegiatan dibuat sedemikian rupa dengan materi dan praktek penjualan online (*new normal marketing*). Untuk kegiatan awal produk yang di jual adalah produk milik jamaah setempat. Penyampaian materi lebih terfokus pada kemampuan remaja masjid untuk memahami materi yang ada. Sedangkan untuk praktek lebih bertujuan pada *sharing* pengalaman, sehingga apabila dari rekan remaja masjid memiliki produk sendiri, mereka bisa mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan dan kemudian dapat memperluas prospek penjualan dan memperbanyak keuntungan.

##### **5. *Destiny* (Monitoring dan Evaluasi)**

Pada tahap ini komunitas yang disini adalah remaja masjid telah merealisasikan rencana program yang telah disusun untuk mencapai tujuan. Kemudian melakukan evaluasi terkait program yang telah dijalankan dan belum dijalankan, apa yang kurang, apa yang perlu diperbaiki,



ditambah dan dikurangi. Remaja masjid juga menyusun rencana tindak lanjut dari program yang telah dilakukan sehingga dapat dilakukan program berkelanjutan. Sehingga remaja masjid dapat terus-menerus mengembangkan kapasitas.



## **BAB VII**

### **PENGEMBANGAN KAPASITAS REMAJA MASJID**

#### **A. Strategi Pengembangan Kapasitas Remaja Masjid**

Proses pengembangan kapasitas yang dimiliki oleh remaja masjid Dinul Kholis, dapat dilakukan melalui beberapa strategi atau tahapan. Remaja masjid yang telah menganalisis dan menarik kesimpulan atas keterampilan yang dimiliki kemudian dapat menyusun kelompok sesuai dengan *skill* yang dimiliki. Berikut merupakan beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan melalui *new normal marketing* guna mengembangkan kapasitas yang dimiliki oleh remaja masjid.

##### **1. Identifikasi Aset dan Potensi Remaja Masjid**

Dalam penelitian ini proses awal yang harus ditempuh sebelum menyusun rencana dan berbagai kegiatan, peneliti bersama dengan remaja masjid dan beberapa pihak terkait melakukan pendekatan, FGD dan wawancara semi terstruktur. Kegiatan pendekatan dilakukan dengan berkumpul bersama remaja masjid dengan mengikuti berbagai kegiatan yang dilaksanakan dimasjid. Kemudian setelah data baik aset potensi telah terkumpul, maka peneliti memulai dengan FGD untuk mengklarifikasi temuan data dan mulai membahas fokus aset yang sesungguhnya dimiliki oleh remaja masjid, baik secara individu maupun kelompok. Proses pengumpulan data dan juga klarifikasi data dilakukan oleh peneliti bersama dengan remaja masjid setempat, utamanya anggota remaja masjid yang berpengaruh dan beberapa pengurus inti remaja masjid. Hal ini akan memperkuat data identifikasi aset dan potensi karena telah dikelola bersama dengan pihak-pihak terkait.

##### **2. Pembentukan Tim**

Setiap remaja masjid merupakan individu dengan keahlian dan keterampilan masing-masing. Satu sama

lainnya tidak bisa disamakan namun dapat disatukan menjadi suatu tim yang unggul karena terdiri dari banyak individu yang berbeda. Itulah mengapa klasifikasi keterampilan diawal pertemuan dibutuhkan, sehingga akan mempermudah proses selanjutnya dalam hal penyusunan program sesuai dengan kondisi aset dan potensi remaja masjid.

Setelah memahami aset dan potensi yang ada, menampung setiap aspirasi dan mimpi dari remaja masjid, kemudian dapat dipilih dan ditentukan mimpi manakah yang paling memungkinkan untuk segera direalisasikan. Penentuan mimpi dan juga mengenali aset dapat dilakukan melalui FGD dan juga wawancara dengan pihak terkait.

Memulai dengan pembangunan mimpi untuk kembali aktif dan mandiri seperti masa-masa sebelumnya, mendorong remaja masjid menginginkan pembaharuan semangat dalam bentuk kegiatan baru. Dimana kegiatan yang dibawa oleh remaja masjid ini memiliki nilai keislaman namun bisa memberi manfaat tidak hanya bagi pelaku kegiatan dan juga untuk masyarakat yang ada disekitarnya. jika kegiatan umum seperti kegiatan dan lomba-lomba yang dilakukan selama ini, hanya memberi mereka semangat dan pengalaman baru, maka pembaharuan untuk menyusun kegiatan yang memiliki nilai jual menjadi ketertarikan khusus bagi remaja Masjid Dinul Kholis.

Melalui FGD penentuan mimpi dan rencana kegiatan mulai disusun dan dirancang sedemikian rupa sesuai dengan kondisi masa kini dan kemampuan yang dimiliki. Terbangunlah susunan rencana kegiatan wirausaha sosial yang beranggotakan remaja masjid dan diolah sesuai dengan nilai-nilai keislaman dan menyesuaikan kondisi masa kini yang berbasis online. Setelah menemukan pola kegiatan yang akan dibangun, remaja masjid beserta peneliti, mulai membagi tim remaja

masjid sesuai dengan kemampuan yang dimiliki dan kebutuhan program.

### **3. Kegiatan Pelatihan Pemasaran Produk (*New Normal Marketing*)**

Kegiatan pelatihan pemasaran produk atau *new normal marketing* yaitu pemasaran produk di Era *new normal*, dipilih menjadi salah satu terobosan dalam proses pengembangan kapasitas remaja. Hal tersebut dianggap menjadi suatu kegiatan yang bisa menjawab mimpi yang dimiliki oleh remaja masjid dan juga mendukung aset dan potensi yang dimiliki.

Kondisi pandemi membuat pemerintah menentukan suatu pola hidup baru yang dikenal sebagai Era *new normal* yaitu masyarakat hidup dan berkegiatan dengan kebiasaan baru yang lebih bersih dan sehat. Hal ini ditekankan guna meminimalisir penyebaran virus Covid-19 di Indonesia, sehingga seluruh warga Indonesia harus taat dalam menjalankan program baru ini.

Hal ini memberikan peluang baru atas mimpi yang telah ditentukan. Dimana program remaja masjid dapat terlaksana dengan modifikasi sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki. Dalam dunia perdagangan, era *new normal* saat ini mendorong mereka untuk terbiasa memasarkan produk dengan sistem online. Telah banyak ditemui toko *offline* yang kini juga membuka toko secara *online*. Hal ini tidak saja dilakukan oleh pelaku usaha kecil dan menengah namun juga pelaku usaha besar seperti Matahari Mall dan lain sebagainya. Bahkan tidak hanya terkait dunia jual beli barang namun juga jasa dan layanan lainnya. Hal ini terjadi karena kondisi yang serba dibatasi dan juga kemajuan teknologi masa kini. Dimana masyarakat ingin hidup serba instan dan tidak terbatas lagi.

Berdasarkan temuan jika remaja masjid saat ini, baik usia sekolah ataupun bekerja, merupakan individu yang

melek dalam bersosial media namun masih minim ilmu dalam pemanfaatan sosial media menjadi peluang usaha.

Pelatihan ini merupakan wujud dari pengembangan kapasitas bagi remaja dengan memaksimalkan aset dan potensi yang ada. *New Normal Marketing* adalah suatu konsep pemasaran yang mengkolaborasi antara sistem pemasaran sosial dengan sistem pemasaran digital/online yang berbasis pada nilai-nilai keislaman dalam setiap prosesnya. Prinsip kegiatan pengembangan kapasitas melalui *new normal marketing* ini berlandaskan pada sistem kewirausahaan sosial dengan menerapkan nilai-nilai keislaman dalam proses jual beli yang pemasarannya dilakukan secara online. Diantaranya yaitu:

1. Kegiatan ini mampu memberi manfaat untuk seluruh anggota tim. Proses modal hingga pembagian keuntungan diputuskan secara musyawarah dengan keuntungan yang dibagi rata bagi anggota dan juga juga komunitas.
2. Melalui kegiatan ini terjalin ukhuwah islamiyah yang semakin kuat antar anggota remaja masjid, karena dalam sistemnya mengharuskan remaja masjid untuk saling berkomunikasi. Kemudian penyamarataan tugas dan peran mewujudkan tidak adanya dominasi antar anggota.
3. Proses jual beli yang dilakukan secara online tetap berdasarkan pada nilai keislaman diantaranya, jujur, amanah dan saling ridho antar penjual dan pembeli, tanpa paksaan dan tanpa unsur penipuan untuk menarik minat pembeli.

Maka langkah-langkah yang akan ditempuh untuk mewujudkan pelatihan *new normal marketing* adalah sebagai berikut:

a. Mengumpulkan Anggota Kelompok

Setelah menemukan aset dan potensi yang ada maka, peneliti bersama dengan anggota remaja masjid

membagi kelompok sesuai dengan *jobdisk* masing-masing. *Jobdisk* dibagi sesuai dengan kebutuhan untuk pelatihan. Pembagian tim ini juga didasarkan pada kemampuan dan pengalaman yang dimiliki oleh remaja masjid. Pengumpulan remaja masjid ini tidak hanya untuk membagi peran yang akan dilakukan oleh remaja masjid, namun juga membangun ukhuwah remaja masjid karena intensitas pertemuan dan juga rasa saling memiliki, membutuhkan dan menguatkan satu sama lainnya.

#### b. Proses Identifikasi Produk

Setelah tim terbentuk langkah selanjutnya adalah pemilihan produk yang akan dipasarkan. Sementara ini karena harus meminimalisir kerumunan dan juga membatasi kontak fisik, maka produk yang akan dipasarkan adalah produk dari jamaah sendiri. Dimana remaja masjid hanya memberi aksen indah pada produk untuk diambil gambar dan kemudian dipasarkan. Hal ini dipilih karena selain memberi peluang untuk membantu melancarkan usaha milik jamaah sendiri, proses distribusi produk ini dirasa lebih terjangkau dan mudah untuk diikuti oleh remaja masjid.

Proses awal pembentukan anggota *new normal marketing* produk yang dipilih adalah produk tekstil yaitu hijab dan pakaian custom. Produk tersebut dipilih karena mudah dalam pemasarannya juga tahan lama. Selain itu produk hijab merupakan salah satu wujud dari dakwah islam, remaja masjid mengajak para muslimah untuk senantiasa menutup aurat mereka dengan hijab yang didesain sesuai aturan agama. Dunia fashion juga merupakan pasar yang tidak ada habis peminatnya. Meskipun toko jilbab dan pakaian telah menjamur, namun pasar hijab dan pakaian tidak ada matinya, asalkan diproses dan dipasarkan dengan baik dan benar. Selain itu usaha ini juga milik salah satu jamaah yang secara ekonomi berada dalam kondisi menengah kebawah. Oleh sebab itu

pemilihan produk ini diharap mampu memperluas pasar sehingga memberi peluang untuk kemajuan ekonomi jamaah.

c. Proses *Branding* Produk

Peneliti bersama anggota kelompok yang sudah menentukan produk yang akan dipasarkan mulai untuk memberikan *brand* atau *merk* komunitas pada produk tersebut. *Branding* ini dilakukan agar pasar mengenal usaha yang sedang dikelola oleh remaja masjid. *Branding* ini juga merupakan dasar dari usaha yang sedang dijalankan, karena remaja masjid belum mengeluarkan produk resmi buatan masjid, akan tetapi mem-*branding* produk milik jamaah menjadi produk komunitas.

Penentuan *merk* dilakukan secara musyawarah oleh remaja masjid. Karena anggota dari tim penjualan ini adalah remaja masjid putri, maka nama 'Khumairo.co' dipilih menjadi nama *brand* dari setiap produk yang akan dipasarkan. Khumairo dipilih karena maknanya yang indah yaitu pipi yang kemerah-merahan dianggap menjadi gambaran dari anggota remaja masjid ini. Menggambarkan sosok muslimah yang cantik, anggun dan memiliki rasa malu dengan tetap mengagungkan nilai islam.

Proses *branding* ini juga merupakan tahap bagi remaja masjid mengemas produk dagang mereka semenarik mungkin dan membuat penawaran terbaik untuk konten pemasaran. Sehingga nama yang telah dibuat mewakili bentuk kemasan dan juga konten pemasaran.

d. Pemasaran Dengan Sistem *New Normal Marketing*

Tahap ini merupakan inti yang ingin dicapai oleh peneliti dan remaja masjid. Dimana pada tahap ini remaja masjid akan mendapat ilmu dan bisa sharing mengenai jual-beli online.

Marketing atau pemasaran merupakan usaha dengan berbagai teknik dan cara yang dilakukan dalam proses penawaran produk tertentu. Produk selama ini mungkin bisa



jadi sama, namun dengan teknik yang benar dan maksimal dalam pemasaran, maka proses penjualan produk dapat dilakukan dengan maksimal.

*New normal marketing* yang merupakan konsep baru dalam sistem pemasaran, yaitu dengan memadukan sistem pemasaran sosial dan pemasaran berbasis digital/online yang berbasis pada nilai-nilai keislaman. Oleh sebab itu pemasaran ini hanya dilakukan melalui sosial media *Whatsapp Business* dan Instagram Bisnis. Kedua sosial media tersebut dipilih sebagai awal proses pemasaran, karena dianggap mudah untuk diaplikasikan dan digunakan oleh seluruh remaja masjid setempat.

Pemasaran dipilih menjadi media untuk pengembangan kapasitas remaja, karena pemasaran merupan ilmu mendasar dalam proses wirausaha. Remaja masjid yang menjadi anggota kelompok dalam *new normal marketing* mampu meraup keuntungan atas usaha yang dilakukan. Dan jika suatu saat mereka tidak lagi menjadi remaja masjid, amka mereka masih bisa untuk berwirausaha (menjual produk sendiri atau dari luar) menggunakan teknik yang telah diajarkan.

Meskipun melalui sosial media setiap proses penjualan dan pemasaran dilakukan berdasarkan nilai islam dan dilakukan secara jujur. Dimana konten yang dibuat selalu menyampaikan secara *real* kondisi produk yang ditawarkan. Harga yang dibuat juga tidak melambung tinggi dan keuntungannya dibagi secara merata dan disepakati bersama oleh remaja masjid. Sehingga perputaran keuangan dikelola bersama dan saling menguntungkan satu sama lainnya.

#### e. Evaluasi dan Membuat Rencana Tindak Lanjut

Setelah praktek berjualan dengan sistem *new normal marketing*, remaja masjid dan juga peneliti menyusun rencana tidak lanjut yang akan dilakukan setelah pelatihan ini. selama ini pelatihan hanya berhenti pada penyampaian

materi tanpa ada pendampingan berkelanjutan. Oleh sebab itu peneliti mencoba mendorong remaja masjid agar lebih kritis dengan mulai menyusun rencana dan strategi yang akan dilakukan dikemudian hari, juga evaluasi atas program yang telah dilewati.

Tindak lanjut dari kegiatan penjualan melalui *new normal marketing* ini terus dievaluasi minimal satu minggu sekali. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan antar remaja masjid dan juga *sharing* pengalaman selama proses penjualan dilakukan. Pada pertemuan tersebut remaja masjid akan dipersilahkan menyampaikan aspirasi, keluhan, kesah, pengalaman dan keinginan selanjutnya untuk keberlanjutan program. Hal ini akan menunjukkan keberlanjutan program yang dikelola.

#### **4. Menyusun Draft Kerjasama**

Setelah kegiatan pelatihan dilakukan, pengurus masjid umum dan jamaah lainnya juga perlu mengetahui atas program yang telah dilaksanakan oleh remaja masjid. Hal ini diperuntukan untuk memperluas pasar dan juga peluang. Semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan mengenali komunitas ini maka semakin besar prospek pasar yang dapat dijangkau.

Jamaah merupakan salah satu peluang, dimana saat seluruh jamaah mendukung produk lokal maka masjid ini akan lebih berdaya karena pemenuhan kebutuhan berasal dari produk milik jamaah sendiri. Selain itu adanya kerjasama antar remaja masjid dan juga jamaah lainnya akan membuka peluang penambahan produk dari jamaah lainnya.

Draft kebijakan merupakan wujud suatu kerjasama antar pengurus umum dan juga remaja masjid dan para jamaah untuk saling mendukung satu sama lainnya. Namun karena dalam proses pengembangan kapasitas remaja masjid ini masih berada di awal dan dalam proses pengenalan maka dalam 2 bulan ini remaja masjid

memutuskan untuk memberi jeda waktu dalam penyusunan draf kebijakan. Hal ini dipilih karena dalam beberapa waktu kedepan remaja masjid ingin lebih fokus dalam mengembangkan produk yang dijalankan saat ini. karena dalam pemasaran produk hijab sendiri, remaja masjid merasa perlu adanya pengembangan dan pembenahan untuk memperluas pasar namun dengan berfokus pada satu jenis produk saja. Sedangkan untuk draf kerjasama nantinya akan disusun menyesuaikan banyaknya jenis produk yang dimiliki jamaah, sehingga untuk menjaga kualitas produk dan kemaksimalan dalam pemasaran maka untuk sementara remaja masjid memilih untuk berfokus pada satu jenis sekaligus membangun kepercayaan terlebih dahulu terhadap rekan kerja yaitu pemilik produk yang nantinya akan diajak bekerjasama.

## **B. Implementasi Aksi**

Melihat situasi yang terjadi dimana remaja Masjid Dinul Kholis yang memiliki program namun belum bisa terlaksana dan juga jamaah lain yang kesulitan untuk memasarkan produknya, peneliti bersama remaja masjid mencoba membaca peluang dimasa pandemi dengan mengangkat tema pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. Adanya remaja masjid yang melek bersosial media dan juga produk yang dibuat oleh remaja dan beberapa ibu-ibu dapat dikolaborasikan menjadi suatu sistem yang diharapkan mampu membantu memakmurkan jamaah masjid. Kegiatan penjualan secara offline, kini akan didukung dengan sistem penjualan online sehingga dapat memperluas pasar penjualan dan juga dapat meningkatkan perekonomian jamaah. Kegiatan ini diharapkan mampu mewujudkan salah satu peran masjid yaitu sebagai sarana pendidikan, pengajaran dan aktivitas perekonomian.

## 1. Proses *Branding*

*Branding* merupakan kegiatan memberi label/lebeling terhadap suatu produk. *Branding* dipilih oleh remaja masjid sebagai awal pelatihan kewirausahaan. Hal ini dianggap peluang dalam bidang wirausaha, karena produk yang sudah tersedia, maka proses *branding* adalah kebutuhan selanjutnya agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk yang dipasarkan juga sebagai identitas produk milik komunitas ini.

Setelah memilih kegiatan pelatihan kewirausahaan dengan melalui *new normal marketing*, remaja masjid bersama peneliti fokus menyusun kebutuhan dan juga langkah-langkah untuk memulai kewirausahaan bersama. Remaja masjid sama bermusyawarah untuk menentukan nama produk. Karena produk pertama yang dipasarkan adalah produk berbahan tekstil yaitu jilbab dan pakaian custom maka dicetuskan nama “Khumairo.co” sebagai identitas komunitas. Kemudian untuk produk yang akan dipasarkan nanti remaja masjid menyepakati nama yang diberikan adalah “Khumairo.collection” sebagai identitas produk. *Khumairo* dipilih karena anggota dalam tim kewirausahaan ini dikelola oleh remaja masjid putri. Sedangkan *collection* merupakan penunjuk jika produk yang akan ditawarkan nanti adalah produk berbahan tekstil yaitu hijab dan pakaian.

Setelah menyepakati nama komunitas, langkah selanjutnya adalah anggota tim yang telah dibagi sesuai dengan kebutuhan mulai bekerja dalam bidangnya masing-masing. Mengingat dalam proses wirausaha online, lebih menekankan pada konten yang ditawarkan guna menarik minat konsumen untuk membeli. Oleh sebab itu adanya pembagian tugas sesuai dengan *jobsdisk* sangat dibutuhkan guna mempermudah jalannya proses penjualan. Berikut merupakan pembagian tim sesuai dengan *jobdisk* dan keahlian dari masing-masing anggota:

Tabel 7. 1  
Pembagian Tugas Berdasarkan Aset Dan Potensi Individu

No.	Kategori	Jumlah
1.	Sosial Media	4
2.	Menjahit	2
3.	Manajemen	1
4.	Editing	3
5.	Marketing	2

*Sumber: dikelola dari hasil FGD bersama remaja Masjid Dinul Kholis*

Berdasarkan tabel diatas tim terdiri dari 5 bagian, yang pertama adalah sosial media. Dalam prakteknya tim ini nantinya akan memegang akun sosial media yang kemudian selalu mengupdate konten di akun sosial media yang mereka pegang. Khumairo.co menyepakati akun sosial media yang akan digunakan adalah Whatsaap business dan instagram. Dua sosial media tersebut merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh semua kalangan dimasa kini. Namun sebelum masuk ke dunia kewirausahaan disini bella sebagai pemateri menyampaikan dan membuat kesepakatan mengenai produk apa yang akan dijual, siapa saja sasaran/ konsumen yang akan dituju, dan bagaimana cara mereka untuk memasarkan produk.

Seperti yang diketahui sejak awal pembentukan tim, semua menyepakati untuk memasarkan produk jilbab dan baju custom milik jamaah. Kemudian sasaran konsumen yang dituju adalah mereka perempuan usia 15-40 tahun. Hal tersebut dipilih karena produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan kaum hawa utamanya mereka yang beragama Islam. Remaja masjid sendiri juga merasa lebih nyaman saat menawarkan produk dengan teman sebayanya atau ibu-ibu muda. Kemudian karena sekarang sedang dalam masa pandemi maka untuk pemasaran dipilih pemasaran online atau marketing online.

Marketing online yang merupakan proses pemasaran secara online disusun dengan menyesuaikan kondisi saat ini yaitu masa pandemi. Dimana adanya peraturan ketat terkait

penjagaan kebersihan dan pembatasan kontak fisik juga penggunaan e-money atau non cash. Oleh sebab itu khumairo.co mengusung konsep penjualan secara online, dimana proses pemasaran mulai dari pengenalan produk, pembuatan konten dibuat sedemikian rupa dengan mematuhi protokol kesehatan yang ada.

Gambar 7. 1

Kegiatan Pelatihan (Pembagian Tim dan *Branding*)



*Sumber: hasil dokumentasi pribadi peneliti 2020*

Proses pelatihan dijalankan selama 4 minggu lamanya. Minggu pertama tepatnya pada tanggal 26 juli 2020, peneliti bersama dengan remaja masjid yaitu anggota Khumairo.co berkumpul untuk mengikuti penyampaian materi yang disampaikan oleh saudari Bella sebagai pelaku usaha online yang ada di lingkup Masjid Dinul Kholis. Bella dipilih karena sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki saat ini, dimana dia bekerja sebagai salah satu tim usaha konveksi online yang setiap minggunya mendapatkan upgrade ilmu kewirausahaan untuk mengembangkan usaha yang ada. Adanya upgrade ilmu tersebut memberi peluang untuk saling sharing informasi dan pengalaman terkait dunia kewirausahaan online.



Bella sempat menyampaikan jika pelaku usaha online dilarang khawatir jika usahanya tidak akan laku, sepi pembeli atau hal buruk lainnya. Dia menekankan kepada seluruh anggota Khumairo.co untuk lebih percaya diri, mencari titik khusus dari produk yang ditawarkan untuk menarik pelanggan. Hal tersebut ditanamkan untuk diyakini jika ada penjual pasti ada pembeli, meskipun terdapat banyak sekali toko online yang menjual produk yang sama. Usaha merupakan sesuatu hal utama dalam meristis dunia kewirausahaan. Yakinihlah jika semua orang adalah pembeli sehingga setiap orang berhak untuk ditawarkan produk yang kita jual. Hal penting lainnya adalah selalu istiqomah, jika hari ini kita membuat satu konten pada pukul 8 pagi hari maka selalu diusahakan pada pukul 8 pemegang akun sudah siap untuk meluncurkan konten baru yang lebih menarik.

Sebagian remaja masjid mungkin merasa asing dengan bahasa-bahasa yang baru dikenalkan dalam bidang kewirausahaan. Sebagian materi mencoba dibahasakan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan menangkap dari remaja masjid yang masih pelajar. Sehingga penyampaian materi dan juga praktek dijalankan sesuai dengan kemampuan dan secara berurutan secara perlahan.

## **2. Pengenalan Sosial Media untuk *Marketing***

Setelah menyampaikan materi awal berupa pengenalan tentang dunia kewirausahaan dan juga menyusun rencana tindak lanjut, minggu selanjutnya hari minggu 2 agustus 2020, Khumairo.co dan pemateri kembali berkumpul untuk menindak lanjuti kegiatan pelatihan *new normal marketing*.



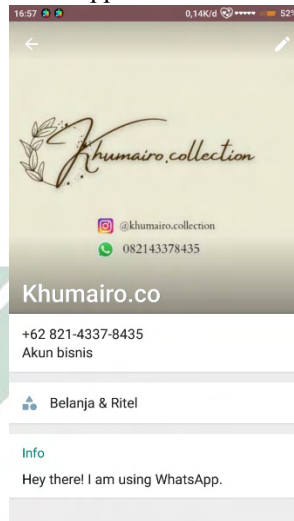
Gambar 7. 2  
Kegiatan Pelatihan (Materi Pengenalan Sosial Media)



*Sumber: hasil dokumentasi pribadi peneliti 2020*

Materi yang disampaikan diminggu ini adalah terkait dengan pengenalan sosail media yang nantinya akan digunakan untuk memasarkan produk dan juga fungsi dan layanan yang disediakan oleh aplikaso tersebut. Whatsapp merupakan aplikasi yang digunakan hampir seluruh kalangan. Aplikasi komunikasi yang memberi kemudahan untuk saling berbicara baik melalui chatting ataupun video dan pesan suara, memberi kemudahan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Adanya aplikasi ini membuat hubungan tidak lagi terbatas oleh jarak. Hal inilah yang kemudian juga membuat aplikasi ini mengupgrade dengan memberi layanan untuk pelaku usaha. Adanya whatsapp bisnis kini mempermudah penggunaanya untuk menawarkan produk. Dimana terdapat fitur yang berfungsi untuk menjadi katalog dari produk yang dimiliki. selain itu terdapat juga layanan tambahan seperti chat otomatis dan banyak lainnya yang mendukung untuk memasarkan produk melalui whatsapp.

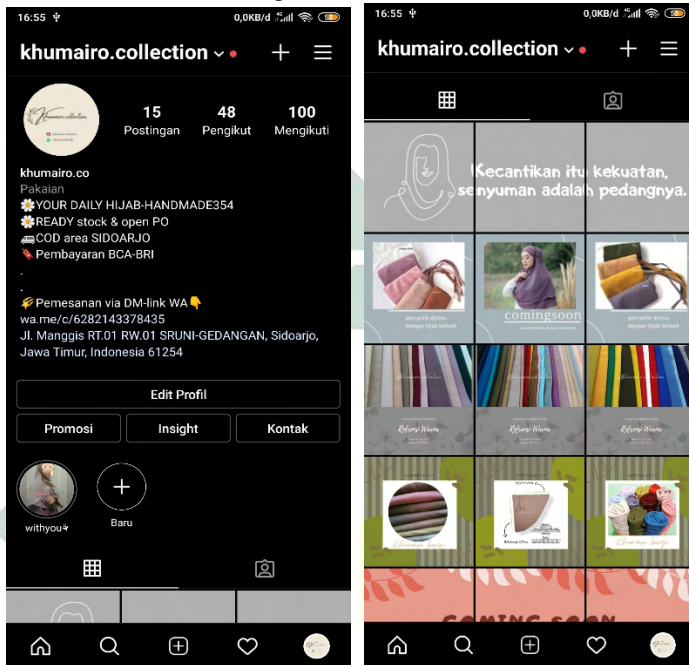
Gambar 7. 3  
Akun Whatsapp Business Khumairo.co



*Sumber: data pribadi akun Whatsapp Business komunitas*

Aplikasi sosial media selanjutnya adalah instagram. Sama dengan whatsapp aplikasi ini juga banyak digandrungi oleh pelaku usaha. Selain menarik terdapat juga fitur bisnis yang ditawarkan. Beberapa pelaku usaha online biasa memperkenalkan identitas produk mereka melalui sosial media ini. mulai dari membuat konten video menarik ataupun foto yang diambil dengan nilai jual. Akun instagram ini akan memberi peluang untuk akun lain memfollow sehingga mendapat update mengenai akun yang telah difollow. Dari sini akan mempermudah pemasaran melalui update konten di setiap minggu atau setiap launching produk baru juga memperkenalkan kelebihan dari produk.

Gambar 7. 4  
Akun Instagram Bisnis Khumairo.co



*Sumber: data pribadi akun Instagram Bisnis komunitas*

Gambar diatas merupakan sosial media instagram bisnis yang dikelola oleh Khumairo.co dengan nama akun atau toko Khumairo.collection. Akun sosial tersebut berisi gambar produk, deskripsi produk, cara untuk melakukan pemesanan hingga layanan untuk menjawab pertanyaan dari customer. Setiap hari dilakukan *update* di *story* instagram atau minimal dalam seminggu dilakukan sebanyak tiga kali.

### 3. Praktek Pembuatan Konten dan Persiapan Produk

Pelatihan diminggu pertama dan kedua telah menghasilkan pembagian tim dan juga materi awal terkait pengenalan sosial media dan cara pengaplikasiannya untuk berwirausaha. Selanjutnya diminggu ketiga pada hari minggu 9 agustus 2020 pagi, usai semua tim melaksanakan aktifitas jalan-jalan santai atau olahraga santai, mereka

kembali berkumpul untuk menerima materi lanjutan terkait praktek pengambilan gambar.

Gambar 7. 5

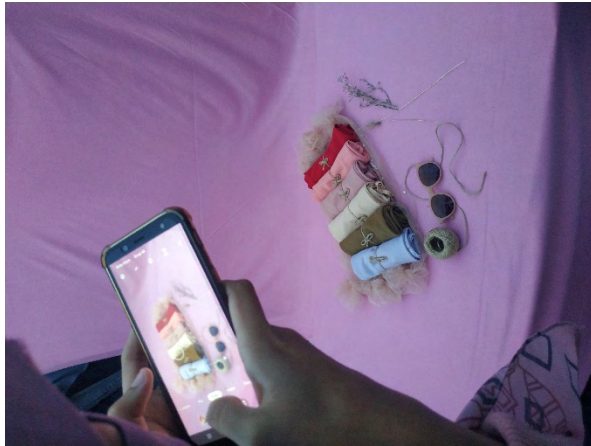
Pelatihan *new normal marketing* (Materi pengambilan gambar)



*Sumber: hasil dokumentasi pribadi peneliti 2020*

Setiap pemasaran yang dilakukan secara online membutuhkan konten sebagai media untuk memasarkan produk. Seringkali konsumen lebih tertarik dan lebih percaya untuk kemudian membeli dari bagaimana penjual mengemas produknya semenarik mungkin di sosial media. Oleh sebab itu keberadaan tim editing menjadi penting. Tim editing merupakan mereka dengan keahlian mengedit foto ataupun video juga keahlian dalam mengambil gambar. Afi, iza dan shofi merupakan tiga orang dari remaja Masjid Dinul Kholis yang memiliki latar belakang pendidikan dibidang teknologi dan editing. Bella sebagai pemberi materi hanya memberi arahan terkait bagaimana membuat konten yang menarik. Selain itu ditunjukan pula contoh membuat desain gambar yang simpel namun mampu memberi informasi terkait deskripsi produk.

Gambar 7. 6  
Praktek Pengambilan Gambar Produk



*Sumber: hasil dokumentasi pribadi peneliti 2020*

Praktek pengambilan gambar dilaksanakan diatas masjid yang masih setengah jadi. Lokasi tersebut dipilih karena selain merupakan ruang terbuka. Lokasi tersebut juga jauh dari jangkauan anak-anak. Dan dengan mengambil gambar diluar ruangan dengan waktu yang tepat maka mampu menghasilkan gambar juga kecerahan warna

yang natural (gambar sesuai dengan aslinya). Saat itu anggota tim sengaja mengambil gambar disore hari. Selain agar tidak panas, sore hari memiliki pencahayaan yang natural.

Pembagian tim selanjutnya yaitu tim menjahit. Tim ini nantinya yang akan belajar dan membantu dalam proses produksi. Miftah dan Nury adalah mereka yang memiliki keahlian dalam jahit-menjahit. Karena keduanya mengambil pendidikan tata busana. Selain melatih skill dan kemampuan dengan belajar kewirausahaan ini mereka belajar bagaimana memproduksi produk hingga memasarkan. Tim menjahit dibutuhkan guna keberlangsungan proses produksi. Sehingga apabila jamaah yang menjadi suplier kewalahan atau terkendala, remaja masjid tetap mampu produktif dengan rekan produksi dari tim.

Gambar 7. 7  
Proses Produksi







*Sumber: hasil dokumentasi pribadi peneliti 2020*

Setelah produk, konten telah tersedia terdapat tim manajemen yang mengelola sistem keuangan yang terjadi dalam komunitas ini. mulai dari modal, harga jual, permainan harga penjualan (promosi) hingga keuntungan. Untuk mengatur manajemen keuangan sengaja hanya dipegang oleh satu orang sementara ini, untuk mengurangi misskomunikasi antar tim. Karena dipandu oleh satu orang namun disepakati bersama. Nisa merupakan tim yang diberi tanggung jawab untuk mengelola keuangan yang berputar. Modal awal yang digunakan dalam praktek kewirausahaan ini merupakan uang dari salah satu jamaah yang dimandatkan untuk dikelola oleh remaja masjid.

Bermodal dari sekitar 300.000 (tiga ratus ribu) remaja masjid berhasil membuat branding (label) produk dan modal untuk produksi awal jilbab yang menghasilkan sekitar 3 jilbab model bergo dan 5 potong pashmina.

Tabel 7. 2  
Manajemen Keuangan

Produk	Harga beli (kulak)	Harga normal	Harga diskon	Keuntun gan (Bruto)	Keuntun gan (netto)
Jilbab bergo	30.000	45.000	38.000	8.000	3.000



Jilbab pashmina diamond	18.000	30.000	25.000	7.000	3.000
Jilbab pashmina cerry	25.000	35.000	30.000	5.000	3.000

*Sumber: dikelola dari hasil musyawarah tim khumairo.co*

Untuk menarik minat pembeli harga sengaja dibuat diskon hingga akhir tahun ini. selain untuk menarik minat, harga diskon dianggap lebih menarik dari pada menawarkan secara langsung harga normalnya. Dalam dunia kewirausahaan. Harga diskon merupakan salah satu teknik untuk mengembangkan usaha agar lebih menarik. Keuntungan disini juga dibagi menjadi 2, yaitu keuntungan kotor (bruto) dan keuntungan bersih (netto). Bruto merupakan keuntungan sebelum remaja masjid yang secara individu berhasil menawarkan produk atau bisa dikatakan keuntungan belum dibagi antara kas komunitas dengan keuntungan yang diperoleh individu. Jadi manajemen keuangan untuk kegiatan pelatihan ini dibuat menguntungkan semua pihak, baik secara individu maupun kelompok. Dapat dilihat jika individu masjid berhasil menjual produk, maka dia akan mendapat keuntungan secara individu. Disisi lain perkembangan usaha tetap terjaga dengan adanya kas yang nantinya akan difungsikan sebagai modal dan juga pemenuhan kebutuhan komunitas.

Bidang terakhir yang sangat penting adalah marketing. Bidang ini atau tim ini dipandu oleh pematari yang juga anggota dari khumairo.co yaitu bianca bella. Dibantu oleh ade saputri, bella mengatur jalannya marketing agar lebih menarik dan mampu menghadirkan pembeli. Bella juga berperan untuk mengarahkan konten yang harus selalu di update. Jika dirasa butuh bella dan putri akan mengecek dan mengelola secara langsung sosial media yang ada. Disini bella juga bertugas mengupdate informasi dan juga materi

untuk marketing online. Sehingga penyampaian materi sengaja dilakukan secara bertahap agar mudah untuk dicerna oleh tim.

#### **4. Praktek Penjualan Produk Melalui *New Normal Marketing***

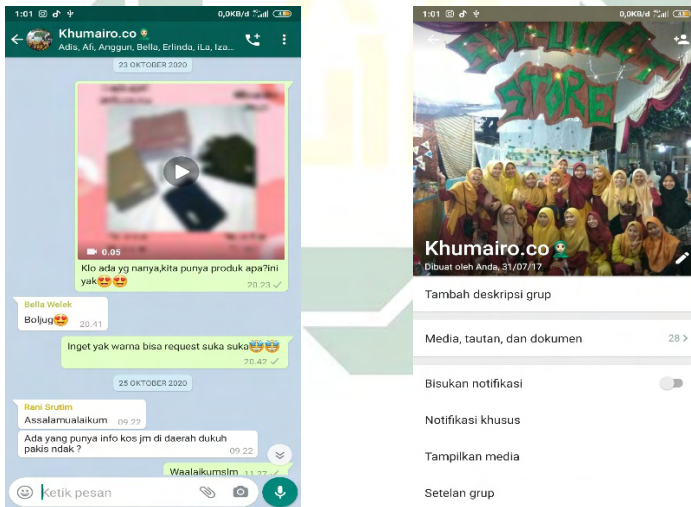
Setelah semua persiapan siap, langkah selanjutnya diminggu keempat pada hari minggu 16 agustus 2020. Seluruh anggota tim kembali berkumpul untuk melaksanakan praktek *new normal marketing*. Usai konten siap dan sosial media sudah didownload maka seluruh tim mulai bekerja sesuai dengan *jobdisknya* masing-masing. Disini yang lebih ditekankan adalah tim sosial media. Terdapat empat orang, masing-masing dua akan memegang satu akun sosial media. Mereka bertugas mengupdate juga mempercantik tampilan sosial media yang ada. Dikelas ini seluruh peserta diajari untuk mengaplikasikan sosial media tersebut secara langsung. Sehingga nantinya mereka yang tidak mendapat tugas untuk memegang akun sosial media, bisa menggunakan HP pribadinya untuk dipergunkan dalam proses pemasaran. Karena seperti yang diketahui, keadaan remaja masjid masa kini yang secara keseluruhan merupakan pengguna aktif sosial media. Maka sayang rasanya jika sosial media yang mereka miliki tidak dimanfaatkan juga. Pemasaran menggunakan akun milik pribadi dari anggota juga membantu memperluas prospek penjualan, karena akan semakin banyak konsumen yang dapat dijangkau.

*New Normal Marketing* ini memiliki kekhususan, selain marketing yang berbentuk online juga update konten lanjutan dan proses pengemasan dilakukan dengan secara terbatas. Sehingga dapat dipastikan produk yang sampai di tangan konsumen dalam kondisi baik. *New normal* dimasa kini mendorong masyarakat untuk hidup lebih bersih dan sehat, sehingga dengan pemasaran online, pembayaran melalui e-money atau non cash dapat memberi pengalaman

baru dalam dunia wirausaha. Dimana kesehatan dan kebersihan merupakan kunci utama dalam proses wirausaha.

Tidak berhenti disitu, untuk update konten juga dilakukan secara virtual. Dimana terdapat grup whatsapp yang terdiri dari anggota atau tim khumairo.co. Dalam grup tersebut tim tetap dapat melaksanakan tugas tanpa perlu bertatap muka. Seperti, update untuk konten bisa langsung dishare digrup untuk kemudian di gunakan menjadi media promosi. Kemudian jika ada pesanan masuk, maka cukup laporan di grup dan kemudian akan dilakukan proses produksi hingga pengiriman.

Gambar 7. 8  
Kegiatan update konten di Grup Whatsapp





*Sumber: Data pribadi Whatsapp peneliti 2020*

Setelah melakukan praktek penjualan selama 2 minggu lamanya remaja masjid berhasil mengakumulasi penjualan tahap pertama dengan jumlah pembeli mencapai 15pc hijab. Disini remaja masjid kemudian mulai melakukan packing produk sesuai dengan nama komunitas dan segera mengirimkan kepada konsumen. Pembelian pertama ini berhasil dipasarkan secara online kepada orang baru yang ditemui di sosial media dan juga rekan ataupun saudara dari remaja masjid yang membuat penawaran di sosial media. Proses packing dilakukan pada jam-jam kosong atau biasa dilakukan saat se usai pengajian rutin tiap seminggu sekali, sehingga akan memberikan kemudahan bagi remaja masjid untuk bertemu tanpa mengganggu kesibukannya.

Gambar 7. 9  
Proses Packing Produk







*Sumber: dokumentasi pribadi peneliti*

Keberhasilan penjualan produk di minggu-minggu awal setelah masa penjualan memberikan semangat baru bagi seluruh remaja masjid untuk terus menerus dan berkelanjutan dalam mengelola penjualan dengan sistem *new normal marketing* dengan terus aktif untuk memasarkan produk.

## **5. Penyusunan Draf Kerjasama**

Setelah kegiatan penjualan dilaksanakan selama kurang lebih empat minggu lamanya, anggota tim kembali berkumpul untuk menindak lanjuti program selanjutnya yaitu menyusun draf kerjasama bersama dengan pengurus masjid setempat. Namun saat berkumpul tim Khumairo.co merasa masih banyak hal-hal yang harus di evaluasi dan juga dikembangkan terkait proses jual beli. Maka rencana tindak lanjut yang sepakati adalah mengelola terlebih dahulu sosial media yang dimiliki, seperti menarik lebih banyak pelanggan lagi.

Adanya rencana kerja sama masih dianggap terlalu awal. Hal ini dirasakan oleh remaja masjid yang merasa masih ingin fokus pada satu produk, baru dikembangkan pada produk yang lainnya. Kerjasama dengan pengurus masjid nantinya akan memberi peluang kepada tim untuk

menerima produk baru milik jamaah yang kemudian di branding sesuai dengan identitas kelompok.

Namun untuk saat ini anggota tim Khumairo.co menyepakati untuk fokus pada satu produk. Hal ini bertujuan agar dapat fokus dalam memasarkan sambil meng-*upgrade* ilmu setiap harinya.

Oleh sebab itu program ketiga yang merupakan pengajuan kerja sama dengan pengurus masjid setempat masih belum dapat dilaksanakan. Anggota Khumairo.co menyepakati untuk menunda program tersebut sekiranya hingga target pemasaran dapat dicapai. Sehingga nantinya jamaah masjid yang akan menjalin kerja sama juga merasa yakin dan diuntungkan saat menyepakati untuk bekerja sama karena saat itu tim sudah memiliki banyak target dan peluang untuk memasarkan banyak produk lainnya.

Peneliti meyakini jika program ini akan terus berlanjut, hal ini dilihat berdasarkan pada partisipasi remaja masjid akan keikutsertaan aktif mulai dari awal penyusunan program hingga proses aksi. Kemudian kedekatan wilayah juga memberikan dorongan untuk remaja masjid tetap bertemu dan saling berkomunikasi. Terutama setelah terbentuknya tim Khumairo.co remaja masjid akan saling ketergantungan, saling membutuhkan dan saling bertanggung jawab satu sama lainnya, karena merasa memiliki *jobdisk* yang harus diselesaikan dan program yang harus terus menerus dikembangkan guna perluasan jaringan perekonomian. Remaja masjid yang juga berada dalam satu naungan organisasi menjadikan mereka memiliki kepentingan dan nilai-nilai yang sama.



## BAB VIII

### EVALUASI DAN REFLEKSI

#### A. Evaluasi Pelatihan New Normal Marketing

Pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* di Masjid Dinul Kholis, merupakan suatu kegiatan dalam proses perwujudan kemandirian remaja masjid melalui program pengembangan kapasitas yaitu kewirausahaan online atau *new normal marketing*. Remaja masjid diajak untuk menemukan aset hingga menyusun strategi program, hingga kemudian berhasil menyusun tiga rencana strategi program yaitu edukasi potensi juga aset dan pembentukan tim; pelatihan *new normal marketing*; dan penyusunan draf kerjasama dengan pengurus masjid setempat.

Penelitian ini dilakukan mulai Bulan Juli hingga September. Pemberdayaan yang dilakukan dapat dikatakan berhasil apabila menemukan perbedaan atau kemajuan dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pencapaian dari kegiatan pelatihan yang telah dilakukan. Evaluasi kegiatan pelatihan *new normal marketing* dapat diidentifikasi menggunakan Perubahan Paling Signifikan (*The Most Significant Change/MSC*) merupakan suatu cara untuk menganalisis data melalui metode pemantauan dan evaluasi setiap perubahan yang terjadi dalam komunitas. Evaluasi didapatkan dari hasil *telling story* remaja masjid atas program yang telah dijalankan. Adapun hasil dari cerita yang disampaikan remaja masjid dapat diringkas dalam tabel berikut ini:

Tabel 8. 1  
Perubahan Paling Signifikan (*The Most Significant Change/MSC*)

N o.	Program	Partisi pan	Tanggapa n	Manfaat	Harapan
1.	Pembentu kan Tim	12 orang	Memberi edukasi baru terkait	Memaham i kemampuan dan	Mampu mengemban gkan potensi yang ada

			aset dan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid	keahlian yang dimiliki dan mampu mengelola potensi yang dimiliki	baik secara individu ataupun kelompok
2.	Pelatihan <i>New Normal Marketing</i>	12 orang	Kegiatan ini mampu mengisi waktu luang remaja masjid di era pandemi	Memberi keilmuan baru mengenai kewirausahaan	Mampu menjadi peluang kerja bagi remaja masjid
3.	Pembuatan draf kerjasama	6 orang	Semakin mempererat hubungan antara kepengurusan umum dengan pengurus remaja masjid setempat	Memberi keuntungan kepada semua pihak yang terkait, baik yang memproduksi, yang membantu menjual ataupun konsumen	Mampu memperluas pasar penjualan

Sumber: dikelola dari hasil wawancara dengan remaja masjid

Setiap kegiatan yang telah dilakukan selalu didasarkan pada perubahan yang ingin dicapai. Dalam suatu perubahan terdapat tujuan dan harapan yang ingin dicapai oleh pihak terkait. Begitu pula dengan kegiatan pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* ini, terdapat

tujuan dan harapan akan perubahan yang ingin dicapai oleh peserta kegiatan. Remaja masjid berharap mampu mengembangkan setiap kapasitas yang mereka miliki menjadi suatu manfaat yang bisa dirasakan baik secara individu ataupun kelompok. Terbentuknya Khumairo.co merupakan wujud dari awal pengklasifikasian setiap kapasitas yang mereka miliki menjadi suatu kelompok yang menggeluti dunia wirausaha. Berikut merupakan beberapa perubahan yang dicapai oleh remaja masjid:

### **1. Perubahan Paradigma Masyarakat**

Perubahan paradigma masyarakat merupakan suatu hal yang penting untuk membantu mereka menyadari kondisi mereka yang sesungguhnya dan kemudian mampu meningkatkan kualitas hidupnya. Dimana masyarakat, disini yang dimaksud adalah remaja masjid mampu memahami menemukan aset dan potensi yang terdapat dalam dirinya dan organisasi yang menaunginya. Mereka menyadari akan peluang dan kemampuan yang ada dalam diri dan juga kelompok. Mereka yang tadinya belum mengetahui mengenai pengembangan kapasitas, kini mereka mulai menyadari dan mulai membenahi diri dengan terus mengasah kemampuan dan keahlian dalam diri melalui komunitas Khumairo.co.

Selama ini remaja masjid menganggap latar belakang pendidikan mereka tidak banyak berpengaruh terhadap kemajuan diri. Kurangnya pembacaan peluang dimasa kini membuat mereka hanya sekedar menjadi konsumen selama ini. padahal jika ditelisik lebih mendalam, mereka juga mampu untuk bersaing diluar dan tidak hanya menjadi penonton saja. Perubahan yang terjadi dalam komunitas Khumairo.co dapat diklasifikasikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 8. 2  
Hasil Evaluasi Before-After

No.	<i>Before</i> (Sebelum)	<i>After</i> (Sesudah)
1.	Remaja masjid belum memahami aset dan potensi yang dimiliki	Remaja masjid sudah memahami aset dan potensi yang dimiliki
2.	Remaja masjid belum membaca peluang yang ada didalam organisasi yang diikuti	Remaja masjid mengerti akan peluang yang ada didalam organisasi yang diikuti
3.	Remaja masjid belum memiliki wadah untuk mengelola dan mengembangkan kapasitas yang dimiliki	Remaja masjid memiliki wadah untuk mengelola dan mengembangkan kapasitas yang dimiliki
4.	Remaja masjid belum memiliki keanggotaan atau tim khusus untuk mengelola wirausaha	Remaja masjid memiliki keanggotaan atau tim khusus untuk mengelola kewirausahaan
5.	Remaja masjid belum mengetahui bagaimana cara untuk berwirausaha dengan sistem <i>new normal marketing</i>	Remaja masjid memahami bagaimana cara untuk berwirausaha dengan sistem <i>new normal marketing</i>
6.	Remaja masjid belum mendapat peluang untuk memperluas pasar	Remaja masjid sudah memiliki peluang untuk memperluas pasar
7.	Remaja masjid belum mengelola sistem keuangan mandiri	Remaja masjid sudah belajar untuk mengelola sistem keuangan mandiri

Sumber: dikelola dari hasil wawancara dengan remaja masjid

Pengembangan kapasitas melalui *new normal marketing* ini memberi dampak perubahan dalam remaja masjid. Memiliki pemahaman terkait aset dan potensi yang dimiliki, kemudian kemampuan untuk membaca peluang dimasa kini untuk selanjutnya diaplikasikan dalam suatu proses perubahan. Remaja masjid kini memiliki wadah untuk mengelola *skill* yang dimiliki remaja masjid sehingga

memiliki nilai jual dan mampu untuk kembangkan. Secara organisasi kini remaja masjid memiliki keanggotaan khusus yang menjadi penggagas kemandirian melalui adanya proses penjualan yang berbasis pada kewirausahaan sosial dengan memanfaatkan teknologi masa kini yang berbasis pada nilai-nilai islam. Kemudian dukungan dari jamaah secara umum, membuka peluang untuk memperluas pasar dan juga mengembangkan produk yang dipasarkan. Melalui penjualan ini, kini remaja masjid juga memahami bagaimana sistem pengelolaan keuangan kelompok dengan marketing sosial.

## **2. Perubahan Ekonomi Remaja Masjid dan Jamaah Yang Terkait**

Melalui pelatihan *new normal marketing* ini terdapat harapan untuk memapu mendongkrak perekonomian yang terjadi bukan hanya untuk remaja masjid namun juga jamaah lainnya yang terkait. Dapat dilihat melalui kegiatan yang dilakukan selama kurang lebih 2 bulan lamanya, jamaah yang menjadi suplier produk mengaku kewalahan karena pesanan yang datang silih berganti. Jika tidak mendapat orderan dari remaja masjid jamaah tersebut juga mencoba ilmu kewirausahaan online yang dilaksanakan oleh remaja masjid. Ibu Ulmaida selalu meniru dan bertanya terkait cara untuk berjualan menggunakan sosial media. Selain itu beliau juga mendapatkan dorongan konten yang dibuat oleh remaja masjid, sehingga beliau tidak perlu repot menata bagaimana produk ini agar terlihat menarik. Dari hal tersebut Ibu Ulmaida mengaku merasa terbantu, terutama dimasa pandemi saat ini yang cukup sulit.

Remaja masjid sendiri yang sudah mencoba untuk menawarkan produk secara mandiri, diawal memang belum mendapatkan peminat. Namun dengan dorongan dan motivasi dari tim lainnya, anggota yang belum berhasil mendapatkan orderan terus berusaha dan tidak mengenal lelah. Bella yang merupakan pengelola marketing mengaku sangat terbantu dengan adanya pelatihan ini. dalam sisi

perekonomian dia juga berhasil meraup keuntungan dari adanya komunitas ini. Ade saputri, Nisa, Afi, Iza dan Aulia, mengakui mendapat banyak pelajaran, jika saja mereka tidak berhasil menjual produk milik komunitas namun dengan ilmu yang telah didapatkan mereka juga bisa mengaplikasikannya untuk menjual produk lain yang mungkin dirasa lebih tepat untuk ditawarkan pada sasaran pasar yang mereka pilih. Sehingga dimasa pandemi ini minimal mereka mampu menambah uang jajan mereka dari pelatihan *new normal marketing*. Mereka kini juga menyadari akan peluang bisnis dimasa kini, dari keuntungan yang didapatkan tersebut semakin memacu semangat mereka untuk terus mengolah otak bagaimana mampu mengembangkan usaha yang sudah mereka rintis saat ini.

## **B. Refleksi Keberlanjutan**

### **1. Refleksi Pemberdayaan Masyarakat**

Secara konsep pemberdayaan masyarakat merupakan kekuasaan atau kemampuan untuk dapat memenuhi kebutuhan tanpa bergantung pada pihak manapun.<sup>41</sup> Hal ini menunjukkan akan pentingnya proses pemberdayaan demi mewujudkan kemandirian, terutama bagi masyarakat lemah, yang kerap kali termarginalkan. Masyarakat yang memiliki kekuasaan, berdaya atas dirinya maka akan mampu untuk ikut berpartisipasi, berpengaruh dan mempengaruhi. Dalam konsep pemberdayaan buka hanya sebatas berkuasa, namun disini memiliki kemampuan untuk mengelola keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya. Dari pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki tersebut masyarakat mampu mandiri dan berkuasa atas dirinya.<sup>42</sup> Oleh sebab itu pemberdayaan tidak hanya terkait dengan capaian saat ini

---

<sup>41</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*,...  
hlm 57

<sup>42</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*,...  
hlm 58-59.

atau keberhasilan saat ini saja. Namun juga merupakan suatu tanggung jawab dimasa mendatang mengenai keberlanjutan dan capaian hasilnya. Sering kali konsep pemberdayaan hanya dianggap sebagai keberhasilan program saat ini, tanpa melihat keberlanjutan program yang telah dijalankan. Pemberdayaan juga bukan hanya menyampaikan materi untuk kemudian diikuti oleh peserta, tidak cukup disitu. Pemberdayaan adalah penyampaian akan esensi pengenalan dan pemahaman diri masyarakat dan bagaimana mengelolanya menjadi suatu manfaat bagi kesejahteraan dimasa kini hingga masa mendatang. Dalam pemberdayaan terdapat harapan, mimpi dan perjuangan akan usaha dan semangat yang menggebu. Memahami pola pikir banyak orang, setiap keinginan dan juga kemampuan yang ada. Pemberdayaan juga terkait mengenai bagaimana masyarakat bisa berubah maju, dan dapat mengelola juga memahami situasi untuk tetap dapat mampu bertahan mandiri tanpa bergantung pada sisi yang lainnya. setiap masyarakat berhak untuk berdaya dan berkuasa atas dirinya. Setiap masyarakat berhak untuk mandiri dan berpartisipasi dalam kegiatan apapun, karena setiap masyarakat memiliki daya, keterampilan dan pengetahuan yang dapat dikembangkan.

Disini pemberdayaan dapat dilakukan melalui banyak cara dan upaya. Pengembangan kapasitas adalah salah satu program yang didesain untuk pemberdayaan Remaja masjid yang mungkin memang sudah berada dalam satu situasi dengan satu tujuan yang sama, memberi kemudahan untuk menyamakan suara, harapan dan keinginan. Aset dan potensi yang dimiliki oleh remaja masjid dapat dikelola untuk kemudian dikembangkan menjadi sistem pemasaran online.

Keikutsertaan peneliti dalam forum yang terjadi selama bertahun-tahun lamanya, memberikan dorongan, dukungan dan kepercayaan dari semua pihak. Meskipun terlihat mudah diawal, perjalanan kegiatan pemberdayaan ini tetap menemui liku-liku ditengahnya. Tidak semua remaja masjid memberi



partisipasi maksimal akan kegiatan ini. sebagian diantaranya merasa ini tidak mereka butuhkan dan keikutsertaannya hanya sekedar formalitas. Keadaan yang sudah dikenali, membuat beberapa jamaah menganggap remeh akan adanya kegiatan ini. kemudian masa pandemi yang belum juga usai memberikan uji coba untuk setiap remaja masjid mampu menjalani setiap kegiatan, meskipun diguncang dengan banyaknya tanggung jawab dan tugas online lainnya. Dalam hal ini tidak semua remaja masjid menyadari akan keberdayaan dalam diri mereka. Sebagian diantaranya memilih hanya menjadi pengikut tanpa peran dan tanpa partisipasinya. Pada dasarnya pemberdayaan juga dapat dilakukan melalui pembangunan kesadaran mengenai aset, potensi ataupun masalah yang dihadapi. Oleh sebab itu kesadaran akan hidup mandiri harus dibangun sedini mungkin sehingga mampu menciptakan ruang kemandirian dalam kehidupan masyarakat.

Aksi yang berjalan sekitar kurang lebih 4 minggu lamanya berhasil memberi dampak bagi sebagian peserta yang mengikutinya. Meskipun tidak seluruh anggota memiliki semangat dan usaha yang sama seperti anggota tim Khumairo.co, namun minimal kini mereka telah dibekali ilmu dan pengalaman terkait berwirausaha dengan sistem pemasaran online. Mungkin untuk sementara waktu beberapa pihak yang belum bergabung didalam tim, merasa belum terlalu membutuhkan atau bahkan masih bingung bagaimana cara memulainya. Sehingga mereka hanya mengikuti arahan tanpa ada usaha. Dengan wadah komunitas ini, suatu saat apabila mereka sudah mulai terbangunan kesadaran dalam diri mereka dan merasa membutuhkan baik dalam faktor ekonomi ataupun pengembangan diri, remaja masjid sudah memiliki wadah untuk menampung setiap jamaah yang ingin belajar dan berkembang.

Melalui pemberdayaan ini dapat dilihat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi dalam proses pengembangan

kapasitas remaja masjid ini. Dimana telah disebutkan oleh Riyadi faktor yang mempengaruhi remaja masjid berproses untuk melakukan pengembangan kapasitas. Diantaranya yaitu, adanya komitmen bersama dari remaja masjid untuk mau berkembang dan mandiri. Tim Khumairo.co mau bergerak maju dan bekerjasama untuk mencapai tujuan. Selanjutnya dengan dibuat tim yang memiliki *leader* yaitu dari tim *marketing*, mereka berhasil membuat identitas diri karena struktur kepemimpinannya dikelola dengan baik sesuai dengan peranan pemimpin yang seharusnya. Setiap peraturan yang disusun merupakan hasil dari kesepakatan bersama dalam musyawarah. Karena struktur tim dalam Khumairo.co baru saja terbentuk, kelembagaan Khumairo.co masih bernaung dibawah remaja masjid. Hal ini memberi peluang bagi remaja masjid lainnya yang jika dikemudian hari ingin bergabung untuk belajar. Dan yang terakhir, dalam setiap pertemuan yang dilakukan anggota tim selalu menyampaikan evaluasi dari proses yang sudah dilewati, guna mengetahui setiap kelebihan dan kekurangan yang ada dalam tim dan dalam pengelolaan pemasaran.<sup>43</sup>

## 2. Refleksi Metodologis

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang berbasis pada aset atau biasa dikenal dengan *Asset Based Community Development* (ABCD). Oleh sebab itu rancangan dan strategi pemberdayaan berbasis pada aset dan potensi yang ada pada Masjid Dinul Kholis dan Remaja Masjid Dinul Kholis.

Pendekatan ini memiliki sudut pandang jika semua orang memiliki kelebihan untuk dioptimalisasikan. Setiap orang berhak untuk berkembang dan mandiri dengan apa yang dimilikinya. Dalam paradigma ABCD digambarkan dalam gelas yang terisi setengah air, dijelaskan jika air yang walaupun hanya setengah tersebut merupakan suatu aset dan

---

<sup>43</sup> Riyadi Soeprapto, "Pengembangan Kapasitas Pemerintah,... hlm

potensi yang dimiliki yang dapat dikembangkan.<sup>44</sup> Seringkali masyarakat terfokus hanya pada kondisi gelas yang berisi setengah dan sibuk memikirkan bagaimana gelas tersebut bisa terisi penuh. Namun tidak pernah melihat akan fungsi yang dimiliki dari air yang setengah tadi. Hal inilah yang terjadi dalam kenyataan dilapangan, tidak semua masyarakat meyakini jika sesungguhnya dalam diri mereka masing-masing terdapat kelebihan yang belum tentu dimiliki oleh masyarakat yang lainnya. Sering kali mereka menganggap dirinya biasa-biasa saja bahkan tidak bermanfaat bagi dirinya ataupun orang-orang disekitarnya. semua itu disebabkan oleh mereka yang belum menyadari aset dan potensi sesungguhnya yang ada dalam diri mereka masing-masing. Kebanyakan masyarakat menganggap apa yang mereka miliki dan mereka capai saat ini sudah cukup. Mereka merasa sudah nyaman dengan sistem yang ada pada saat ini. meskipun seringkali dalam relaita kehidupan kondisi saat ini bukanlah letak posisi yang baik-baik saja. Mereka menolak untuk hidup lebih mandiri dan mencoba hal baru. Tidak adanya usaha membuat mereka hidup stagnan tanpa perubahan apapun hingga turun temurun dan kemudian berada dalam kondisi berpangku tangan pada pihak lainnya. Sedangkan aset dan potensi dalam dirinya sedang menanti untuk tumbuh dan berkembang.

Masyarakat terkadang bukan tidak ingin atau enggan untuk berubah. Situasi atau sistem seringkali membuat mereka tetap stagnan. Sebagian masyarakat merasa jika mereka tidak mengetahui bagaimana mereka memulai atau bagaimana cara mereka berproses demi kesejahteraan hidup mereka. Melalui pemberdayaan berbasis aset ini masyarakat diajak untuk mengenali, memahami apa yang terdapat dalam diri mereka. Mencoba memaksimalkan potensi dan aset yang ada. Masyarakat perlu memahami aset baik fisik, non fisik, aset alam terutama aset manusia yang ada dalam kelompok

---

<sup>44</sup> Nadhir Salahuddin, dkk, "*Panduan KKN ABCD*,... hal. 20-43

mereka. Karena terkadang terdapat suatu kelompok yang tidak berkembang akibat rendahnya analisis mengenai tujuan, harapan dan kemampuan yang ada. Remaja masjid merupakan suatu organisasi yang berada dibawah naungan Masjid Dinul Kholis, merupakan suatu kelompok yang berjalan hanya sesuai dengan kebutuhan. Belum ada usaha khusus untuk mencapai suatu tujuan dan langkah untuk lebih mandiri.

Setelah menggali setiap aset dan potensi yang ada dalam diri masing-masing individu dan juga kelompok remaja masjid mulai mengelola aset tersebut menjadi suatu pengembangan kapasitas diri melalui kegiatan pemberdayaan. Kegiatan pelatihan *new normal marketing* merupakan langkah yang ditempuh oleh remaja masjid sebagai upaya perwujudan pengembangan aset dan potensi yang ada. Tujuan kegiatan tersebut mampu memberi perubahan baik bagi individu remaja masjid dan juga jamaah masjid lainnya. Kegiatan tersebut membuka peluang untuk lebih mandiri, baik dalam mengelola usaha dan juga memberi wadah untuk belajar bersama terkait dunia wirausaha. Melalui kegiatan ini remaja masjid mulai ikut berpartisipasi demi kesejahteraan hidup mereka.

Pemberdayaan memberi peluang untuk menuju masyarakat yang lebih mandiri dan berdaya. Remaja masjid yang tadinya hanya menganggap aset dan potensi yang dimiliki adalah sesuatu hal yang biasa. Kini mampu mengelola aset dan potensi menjadi peluang usaha dan membantu dalam sisi ekonomi. Program yang berkelanjutan memberi mereka peluang untuk lebih berkembang. Semangat dari remaja masjid untuk terus belajar dan belajar merupakan suatu aset yang perlu dijaga keberadaannya. Karena saat keterampilan dimiliki namun mereka tidak memiliki semangat untuk bangkit dan berubah maka keterampilan tersebut tidak akan berkembang. Kegiatan ini akan terus berjenjang hingga

mampu mencapai goal pengembangan kapasitas remaja masjid dan berdampak pada perekonomian seluruh jamaah.

### 3. Refleksi Program Dalam Perspektif Islam

Setiap muslim hendaklah hidup mandiri tanpa berpangku tangan pada orang lain. meskipun manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lainnya namun bukan berarti mereka bergantung kepada manusia lainnya. Setiap umat Islam juga diperintah untuk berdakwah dengan berbagai macam cara. Hal tersebut telah tercantum dalam surat An-Nahl ayat 125 yang didalamnya disebutkan “*serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik*”. Maka sebagai khalifah dimuka bumi ini hendaknya manusia mengajak pada kebaikan dengan hikmah pelajaran dan contoh yang baik, dan apabila mereka berbeda atau melakukan hal yang tidak seharusnya maka bantahlah dengan cara yang baik dan sampikan bagaimana seharusnya yang dilakukan. Dakwah juga dapat dimaknai dengan berbagai bentuk, tidak hanya terkait pada akidah saja. Mengajak masyarakat untuk hidup lebih mandiri adalah salah satu upaya dakwah *bilhal* atau dakwah melalui perbuatan.

Allah telah menunjukan kekuasaannya dengan menciptakan makhluknya dengan kelebihan. Manusia yang merupakan makhluk Allah dengan segala kesempurnaannya. Maka tidak ada sesuatupun yang tidak memiliki manfaat. Seperti yang terdapat dalam firman Allah dalam surat At-Tin ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ۖ

Artinya : *Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya, (At-Tin/95:4)*<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Terjemah Kemenag 2002

Dengan adanya kelebihan yang telah Allah berikan kepada umat manusia maka, kegiatan pengembangan kapasitas merupakan salah satu wujud rasa syukur kepada Allah atas nikmat yang telah diberikan. Adanya semangat, motivasi dan usaha dari remaja masjid untuk terus belajar dan berusaha menjadi pribadi yang lebih mandiri. Ini merupakan langkah dalam implementasi dakwah yaitu menyeru pada kebaikan dengan pelajaran dan juga contoh yang baik. Membawa remaja masjid untuk dapat mengenali aset dakwah potensi yang dimiliki untuk kemudian dikembangkan menjadi suatu sistem yang dapat mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan bagi remaja masjid.

Untuk menjadi remaja masjid yang mandiri diwujudkan oleh remaja masjid melalui kegiatan pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing*. Program tersebut terfokus pada bagaimana mengelola kewirausahaan berbasis online. Sebagai umat muslim hendaklah menjadi seorang yang mampu berdiri diatas kaki sendiri. Rasulullah telah mencontohkan pekerjaan yang mulia yaitu dengan berwirausaha. Rasulullahpun dulu merupakan seorang pengusaha. Maka hendaklah sebagai umat Nabi Muhammad kita menjadikan kisah hidup Rasul menjadi suri tauladan untuk kehidupan dimasa kini.

Berdagang atau berwirausaha merupakan kegiatan yang bermanfaat, karena bisa memberi keuntungan satu sama lainnya. Dengan wirausaha kita bisa membuat otak selalu bekerja dan berkembang, memiliki banyak kolega, menjaga silaturahmi dan banyak yang lainnya. Dalam surat Al-Jumuah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ  
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ



*Artinya : Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung. (Al-Jumu'ah/62:10)<sup>46</sup>*

Allah telah memerintahkan hambanya untuk selalu berusaha, berkarya dan bekerja keras. Nabi juga bersabda

*“Dari Ashim bin Ubaidillah, dari Salim, dari bapaknya, dia berkata, Rasulullah SAW telah bersabda: Sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya/bekerja keras”. Dan dalam riwayat Ibnu Abdan, “pemuda yang berkarya/bekerja keras”. (H.R. Baihaqy).*

Dari hadits diatas dapat dipahami jika menjadi seorang mukmin hendaklah selalu mengasa kemampuan yang dimiliki dan senantiasa berusaha. Mengembangkan kapasitas diri yang diawali dengan pemahaman terkait aset dan potensi diri merupakan wujud dari hamba yang berkarya dan bekerja keras. Potensi dan aset yang dimiliki merupakan suatu keahlian yang dapat dikelola menjadi suatu karya. Dan bekerja keras merupakan suatu usaha yang harus terus menerus diwujudkan dengan telaten, ulet, sabar dan tidak pernah menyerah merupakan wujud dari keberlangsungan kegiatan *new normal marketing* untuk terus berkembang.

Kemudian Allah telah menyampaikan pada ayatnya yang terkandung dalam surat Az-Zukhruf ayat 32 yang berbunyi:

---

<sup>46</sup> Terjemah Kemenag 2002



أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ <sup>قُلْ</sup> نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ  
الدُّنْيَا <sup>لَا</sup> وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا  
سُخْرِيًّا <sup>قُلْ</sup> وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ <sup>۝</sup>

*Artinya : Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kamilah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.*<sup>47</sup> (Az-Zukhruf/43:32)

Ayat tersebut mengandung arti bahwa manusia dilebihkan sebagian atas sebagian yang lain dalam rangka pemenuhan kebutuhan umat manusia secara umum, dan bukan untuk berbangga-bangga dan slaing merendahkan. Ayat tersebut mengarahkan manusia untuk saling membantu, karena manusia adalah makhluk sosial yang tetap membutuhkan orang lain. maka dalam pemberdayaan masyarakat ayat tersebut menggambarkan untuk manusia terus memperbaiki dan meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan bersama. Karena dalam diri masyarakat selalu terdapat aset dan potensi yang belum tentu dimiliki oleh sebagian lainnya.<sup>48</sup> inilah yang menjadi konsep dalam pengembangan kapasitas remaja masjid, dimana terdapat sebagian anggota remaja masjid dengan potensinya masing-masing.

<sup>47</sup> Terjemah Kemenag 2002

<sup>48</sup> Ulfi Putra Sany, Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur'an, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 39 No. 1 (2019), hlm:36

Prinsip yang dibangun dalam program pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* mengangkat konsep keislaman dalam setiap prosesnya. Dimulai dengan penyatuan anggota menjadi satu tim yang saling terkait satu sama lainnya sehingga mendorong terwujudnya ukhuwah yang baik antar anggota remaja masjid. Nabi telah bersabda:

“*Sesungguhnya perumpamaan seorang mukmin dengan mukmin lainnya laksana bangunan kukuh, yang saling menguatkan satu dengan lainnya.*” (HR. Bukhari dan Muslim).

Maka antar remaja masjid adalah saudara yang harus saling menguatkan. Implementasi yang dibangun dalam proses perubahan adalah remaja masjid yang kini mengelola usaha bersama, mendorong mereka untuk saling terkait dan memiliki rasa tanggung jawab satu sama lainnya. dimana antar anggota harus saling mendukung demi tercapainya tujuan yang perubahan untuk menjadi remaja masjid yang mandiri.

Pemasaran *new normal marketing* merupakan pemasaran yang dibangun dengan dasar nilai-nilai islam yang dikutip dari Norvadewi<sup>49</sup>, seperti diantaranya:

1. *Customer Oriented*

Rasulullah dalam hal berbisnis selalu menerapkan prinsip *customer oriented* yaitu dengan menjaga kepuasan pelanggan melalui kejujuran, keadilan serta amanah dalam melaksanakan kerjasama bisnis. Remaja masjid dalam mengelola usahanya selalu mengedepankan kejujuran dan amanah, yaitu dengan membuat konten yang deskripsinya dibuat semenarik mungkin namun tetap berdasarkan pada kondisi *real* dari produk yang ditawarkan.

---

<sup>49</sup> Norvadewi, Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Al-Tijary Vol. 01 No. 01, Desember 2015, hlm 37-39

Kemudian selalu amanah, dalam mengelola setiap pesanan, semisal warna, ukuran dan jenis, semua dikirim sesuai dengan pesanan yang masuk tanpa mengurangi atau melebihkan.

## 2. Transparasi

Transparasi merupakan wujud keterbukaan dalam bisnis, dimana seorang produsen harus terbuka terkait kualitas mutu dari produk yang ditawarkan. Dalam hal ini pengelolaan produk yang ditawarkan semua sesuai dengan kondisi produk, baik secara ukuran, jenis bahan dan juga warna barang. Sehingga dapat terwujud saling keterbukaan antara produsen dan konsumen.

## 3. Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karean bertentangan dengan prinsip muamalah Islam. Maka bersaing secara sehat perlu dilakukan sehingga tidak ada mematikan usaha lain agar usahanya dapat berkembang. Hal ini terkandung dalam ayat Allah yang berbunyi<sup>50</sup>:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا  
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ<sup>٥٠</sup>

*Artinya : Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui. (Al-Baqarah/2:188)*

<sup>50</sup> Terjemah Kemenag 2002

Seperti yang diketahui produksi tekstil telah banyak utamanya dikawasan Sidoarjo, namun disini remaja masjid tetap menjunjung tinggi nilai persaingan yang sehat dengan menerapkan pelayanan terhadap konsumen sehingga mampu mendapatkan kepercayaan dalam proses jual beli. Sehingga tidak mematikan usaha lainnya namun bersaing dengan meningkatkan kualitas produk atau pelayanan.

#### 4. *Fairness*

Keadilan kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan menyebabkan kerugian bagi konsumen. Kemudian memberikan upah yang adil dan tidak mengeksploitasi. Remaja masjid selalu menerapkan kejujuran dan amanah, sehingga tidak ada bentuk penipuan dalam transaksi. Kemudian untuk pembagian hasil diputuskan secara musyawarah sehingga terwujud kesejajaran antar seluruh anggota tim Khumairo.co.

Setiap proses dalam pengembangan kapasitas remaja masjid ini dilakukan dengan berdasarkan pada nilai-nilai keislaman. Selain karena remaja masjid merupakan kumpulan remaja yang berada dibawah organisasi naungan masjid sehingga memiliki dasar keislaman yang kuat, kegiatan ini sengaja disusun untuk memberi pembaharuan terkait bisnis yang dibangun dengan nilai islam namun menyesuaikan Era masa kini.

### **C. Keterbatasan Peneliti**

Peneliti menyadari banyak sekali kekurangan yang terjadi dalam proses kegiatan. Oleh sebab itu selama berjalannya proses penelitian selama kurang lebih tiga bulan lamanya peneliti selalu mencoba untuk maksimal dalam melaksanakan semua kegiatan. Meskipun dalam perjalanannya peneliti menemui kesulitan baik untuk meyakinkan beberapa jamaah dan juga kesulitan untuk

mememui beberapa pihak. Remaja masjid yang juga merupakan pemuda dengan ambisi yang menggebu-gebu memberikan tantangan tersendiri untuk peneliti, karena harus mampu menyatukan pikiran dan tujuan sebelum kemudian memulai eksekusi. Disini tidak semua remaja masjid berhasil diajak untuk mengenali aset dan mau berproses untuk perubahan demi mencapai tujuan bersama. Karena perbedaan usia dan kebutuhan membuat sebagian remaja masjid merasa belum membutuhkan kegiatan ini.

Dibalik itu semua peneliti selalu mencoba semaksimal mungkin untuk mendampingi remaja masjid Dinul Kholis dalam berproses untuk mengenali aset hingga mewujudkan tujuan yang ingin dicapai. Setiap kesulitan yang dialami oleh peneliti, selalu meminta masukan dan jalan keluar untuk mampu melewati setiap ujian yang harus dihadapi. Namun tetap peneliti bersyukur atas dukungan yang diberikan juga penerimaan atas penyampaian maksud dan tujuan dari penelitian ini. Pengurus umum juga memberi ruang kepada peneliti sehingga memberi kemudahan untuk peneliti menjalankan setiap proses dan program yang dijalankan.

## BAB IX PENUTUP

### A. Kesimpulan

Pengembangan kapasitas remaja masjid yang dilakukan di Masjid Dinul Kholis Desa Sruni diwujudkan melalui beberapa strategi diantaranya yaitu:

- a. Identifikasi Aset dan Potensi  
Menemukan aset dan potensi berupa keterampilan, kemampuan dan ilmu pengetahuan dalam diri remaja masjid.
- b. Pembentukan Tim  
Disusunnya strategi perubahan dengan tema pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing*. Beranggotakan remaja masjid sebagai agen perubahan yang terbagi menjadi lima *jobdisk* sesuai kebutuhan program kewirausahaan.
- c. Kegiatan Pelatihan Pemasaran melalui *New Normal Marketing*  
Pelatihan dimulai dengan *branding product*, pengenalan sosial media *Whatsapp Business* dan Instagram bisnis, praktek pembuatan konten dan pengambilan gambar, dan praktek penjualan produk jilbab dengan sistem *new normal marketing*.
- d. Menyusun Draf Kerjasama  
Perluasan pasar melalui kerja sama dengan pengurus masjid setempat. Namun karena usaha yang dibangun masih awal dan masih dievaluasi, remaja masjid terpaksa harus menunda untuk menyusun draf kerja sama karena untuk sementara ini remaja masjid yaitu Khumairo.co sama sepakat untuk meningkatkan nilai jual produk tekstil baru membuka peluang bagi produk yang lainnya.

Dalam konsep pengembangan kapasitas remaja masjid melalui *new normal marketing* terdapat relevansi dengan dakwah Islam yaitu susunan startegi program

berlandaskan pada nilai keislaman. Awal mula pembentukan tim ditujukan untuk menjalin ukhuwah yang kuat antar sesama remaja masjid. Pemilihan anggota juga produk dipilih berdasarkan manfaat bagi umat. Produk hijab dipilih untuk mendukung perluasan dakwah terkait anjuran untuk kaum muslimah agar senantiasa menjaga aurat. Kemudian pemilihan *brand/merk* dipilih Khumairo yang bermakna kemerah-merahan yang menggambarkan keanggunan dari anggota tim. Semua keputusan diambil berdasarkan hasil musyawarah. Setiap perputaran keuangan dikelola secara jujur dan transparan dan menguntungkan terhadap seluruh anggota. Sistem penjualan dan pemasaran yang berbasis pada nilai-nilai islam yaitu *customer oriented*, transparansi, bersaing yang sehat dan *fairness*. Maka dengan terbentuknya komunitas pemasaran *new normal marketing* semakin memperkuat nilai keislaman yang dipraktekan secara langsung oleh remaja masjid, dengan tetap menghasilkan kemandirian dalam diri remaja masjid melalui pengembangan kapasitas yang dimiliki.

## **B. Rekomendasi Dan Saran**

Peneliti berharap setelah dilakukan kegiatan atau program pemberdayaan ini, remaja Masjid Dinul Kholis mampu menjadi organisasi yang mandiri yang menjadi wadah sebagai tempat belajar yang dimiliki oleh Masjid Dinul Kholis untuk memberi peluang wirausaha bagi setiap jamaah yang ingin mencobanya.

Selain itu peneliti berharap kegiatan ini dapat terus berlanjut dan berkembang. Seperti dilakukan secara terus menerus update ilmu kewirausahaan. Terutama dimasa saat ini yang lebih membuka peluang untuk pemuda dan remaja menjadi pribadi yang lebih aktif, kreatif dan mandiri. Maka peluang berwirausaha merupakan salah satu jalan yang dapat ditempuh untuk membuat remaja masjid lebih mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Dunia wirausaha yang saat ini juga memberi banyak kemudahan



terutama wirausaha online, sangat disayangkan jika tidak terus ditelateni dan dirintis sedini mungkin. Hal tersebut akan mendukung Masjid Dinul Kholis menjadi masjid yang mandiri karena mampu mengelola usaha untuk memenuhi kebutuhan masjid juga memenuhi kebutuhan jamaah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Agus., *Metodologi Penelitian Sosial Kritis*, (Surabaya, UINSA Press 2014)
- Aliyudin, M., “Pengembangan Masyarakat Islam Dalam Perspektif Dakwah Islamiyah”. *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol.4, No.14 Juli-Desember 2009, diakses pada tanggal 11 Maret 2020 dari <http://media.neliti.com>
- Asgari, Mohammad, *Entrepreneurial Marketing: The Missing Link In Social Enterprise Studies*, *Journal Of Global Entrepreneurship Research*, (2019) 9:39, diakses pada 10 Desember 2020 dari <https://www.researchgate.net/>
- Dalmeri, ”*Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Ekonomi Dan Dakwah Multikultural*”, *Jurnal Walisongo*, Vol.22, No.2, November 2014, diakses pada Juli 2020 dari <https://journal.walisongo.ac.id>
- Dureau, Chistopher, *Pembaru dan Kekuatan Lokal untuk Pembangunan* (Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCES) Phase II, 2013)
- Dwi, Jenivia. DKK, *Pengembangan Kapasitas (Capacity Building) Kelembagaan Pada Bidang kepegawaian Daerah Kabupaten Jombang*, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1, No.3
- Fahrudin, A., *Pemberdayaan, Partisipasi Dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*, (Bandung Humaniora)
- Fajar W.H, *Mengenal Konsep New Normal* , *Artikel Indonesia.go.id (Portal Informasi Indonesia)*, diakses pada tanggal 2 september 2020 dari <https://indonesia.go.id>
- Gamble, Jordan, dkk, *The Marketing Concept In The 21<sup>st</sup> Century: A Review Of How Marketing Has Been Defined Since The 1960s*, *University Of Ulster, Jordanstown*,

- diakses pada 10 Desember 2020 dari <https://www.researchgate.net/>
- Gazalba, Sidi, *Masjid Pusat Ibadah Dan Kebudayaan Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Husna, 1983)
- Muhammad bin Ahmad, Abdurrahman bin Abi Bakr al-Mahalli, As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, Dar ul-Hadîts, Kairo, tt
- Mohamed, Buheji & Dunya Ahmed (2020), *Planning Competency The New Normal Employability Competency In Post-Covid-19 Pandemic*. (Business Management and Strategy), diakses pada tanggal 23 Desember 2020 dari <https://ideas.repec.org>
- Morrison, T., *Actionable Learning A Handbook For Capacity Building Through Case Based Learning*, (Tokyo: ADBI Publishing 2001), diakses pada tanggal 30 Agustus 2020 dari <http://adb.org>
- Noor, M., “Pemberdayaan Masyarakat”, *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Volume I, No 2, Juli 2011, diakses pada tanggal 9 Maret 2020 dari <http://journal.upgris.ac.id>
- Norvadewi, Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Al-Tijary Vol. 01 No. 01, Desember 2015
- Salahuddin, N., dkk., *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya (Asset Based Community-driven Development)*, (Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015)
- Sany, Ulfi. P., Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Al Qur'an, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 39 No. 1 (2019)
- Shihab, M. Q., *Tafsir Al-Mishbah*, Volume 5 (Ciputat: Lentera hati, 2007)
- Shihab, M. Q., *Wawasan Al-Quran: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1999)
- Singh, Archana, dkk, “Application Of Social Marketing In Social Entrepreneurship: Evidence From India”, *Journals*

*Social Marketing Quarterly*, (Online), Vol.2 (3), diakses pada 03 Desember 2020 dari <https://www.researchgate.net>

Soeprapto, R., “*Pengembangan Kapasitas Pemerintah Daerah Menuju Good Governance (The Capacity Building for Local Government Toward Good Governance)*”, Artikel disampaikan Dalam Workshop Reformasi Birokrasi Pada Tanggal 30 Juni 2006 Di Kendari. Diakses pada tanggal 4 November 2020 dari <https://www.academia.edu>

Suharto, E., *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategi Pembangunan kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014)

Terjemah Kemenag 2002

Wahid, Abdurrahman, (Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya. 2001) dikutip dalam: Arif Budimanta dan Bambang Rudito, *Metode dan Teknik Pengelolaan Community Development*, cet ke II (Jakarta: CSD, 2008)